

№4 Апрель 2012

www.tourbus.ru

Турбизнес

Travel Trade Russia

Туриндустрия России



Breeze

WWW.BREEZE.RU

**КРУИЗЫ
ОТ БРИЗА**

Ежегодная профессиональная награда в области бизнес-туризма и MICE

RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & MICE AWARD

2012

20 номинаций

Лучшие компании рынка делового туризма и MICE

www.mice-award.ru

НОМИНИРОВАНИЕ
с 1 АПРЕЛЯ

ГОЛОСОВАНИЕ
с 1 ИЮЛЯ

ЦЕРЕМОНИЯ НАГРАЖДЕНИЯ
18 СЕНТЯБРЯ 2012 г.

Дополнительная информация:

Екатерина Тынянова

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

ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЕКТА:



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ:



ОФИЦИАЛЬНЫЙ
ЗАРУБЕЖНЫЙ ПАРТНЕР:



ОФИЦИАЛЬНЫЙ
СТРАХОВОЙ ПАРТНЕР
ЦЕРЕМОНИИ НАГРАЖДЕНИЯ:



ОФИЦИАЛЬНЫЙ
ТРАНСПОРТНЫЙ
ПАРТНЕР НАГРАДЫ:



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 ДЕМЕТЬЕВ,
АННА ЮРЬЕВА
Корректор
МАРИНА МАРТЫНОВА
Художник
КОНСТАНТИН ПОТАПОВ
Дизайнер
СВЕТЛАНА ОБУХОВСКАЯ
Фотографии ЕВГЕНИЙ РОГОВ,
АЛЕКСАНДР САЙГАНОВ
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
Учредитель ООО «Турбизнес»
Издатель ООО ИД «Турбизнес»
Отпечатано в России
Тираж 8 000 экз.
Адрес редакции
Москва, Суворовская площадь, д. 2, стр. 3
Почтовый адрес
107031, Москва, а/я 32
Тел./факс (495) 723-72-72
E-mail редакции
tb@tourbus.ru
E-mail рекламного отдела
reclama@tourbus.ru
E-mail отдела workshop
workshop@tourbus.ru
Интернет www.tourbus.ru
Журнал «Турбизнес
на Северо-Западе» (СПб)
(812) 335-08-83, 310-32-45
E-mail tourbus@westcall.net



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

НЬЮСМЕЙКЕРЫ



4 апреля в Москве впервые прошла деловая конференция WTM Vision, организованная ведущей британской туристической выставкой World Travel Market и Издательским домом «Турбизнес».

Подробности – в рубрике «События»

В НОМЕРЕ

СОБЫТИЯ

8 Туризм в эпоху глобальных перемен

ФОКУС: ПРОБЛЕМА

ТЕМА НОМЕРА

16 Борьба за инвестиции: кто победит?

20 Законодательная эволюция

22 На своих ошибках

25 Людно, братцы, людно

БИЗНЕС-ИДЕЯ

26 Меценаты Ярославля

ПРОФИЛЬ

РЕГИОНЫ РОССИИ

32 Бригадным методом

ТЕХНОЛОГИИ

ТРАНСПОРТ

36 Авиаперевозчик с улыбкой TUI

38 Круизы остаются безопасными

ГОСТИНИЦЫ

РЫНКИ

44 География для детского возраста

48 Шесть звезд Хорватии

50 Мальта – только отличные новости

52 Острова долгожителей

54 Свежие краски Израиля

60 Кружево Фландрии

62 В сердце Скандинавии

76 Кипр – мажорный настрой

ТУРОПЕРАТОРЫ

КРУПНЫМ ПЛАНОМ

66 Лондон в чемпионах

КРУИЗЫ

70 Правила умножения и деления

ПРАКТИКУМ

80 ФОТОРЕПОРТАЖ «ТБ»

82 VIP-КЛИЕНТ

ВОПРОС МЕСЯЦА

»»» Почему вы не увеличиваете объемы продаж внутреннего турпродукта?

19%

Слишком маленькая агентская комиссия

10%

Из-за недостатка информации

71%

Из-за отсутствия спроса

Источник: Travel Weekly, опрос Gazetteers.com



ЦИФРА МЕСЯЦА

»»» **2** триллиона долларов – таков, согласно прогнозу WTTC, будет прямой вклад туристической индустрии в мировой ВВП в 2012 году, в то время как количество рабочих мест в отрасли составит 100 миллионов.

Транссиб туристический

«РЖД-Тур» и «Федеральная пассажирская компания» планируют запуск нового туристического поезда по Транссибирской магистрали. В Перми был представлен проект межрегионального маршрута «По следу царственных теней». Решено рассмотреть возможности объединения единым железнодорожным маршрутом Тюмен-

ской и Свердловской областей и Пермского края, связанных с пребыванием представителей семьи Романовых в Сибири и на Урале (Пермь, Екатеринбург, Тобольск, Алапаевск с выездами в село Покровское — родину Распутина и в монастырь на Ганиной Яме). Межрегиональный маршрут предполагается запустить к 400-летию династии Романовых.

Проект разрабатывают крупнейшие международные туроператоры по Транссибирской магистрали, в презентации участвовали директор по развитию ООО «РЖД-Тур» А. Сидоров (Москва), начальник Уральского филиала ОАО «Федеральная пассажирская компания» О. Стельмаченко (Екатеринбург), представители других министерств.

Кавминводы в перспективе

«Отмечается рост инвестиционной привлекательности курортов Кавказских Минеральных Вод, в этом году в регионе будет открыто более тысячи новых мест размещения», – заявил министр курортов и туризма Ставропольского края Андрей Скрипник. Это министерство было создано в декабре 2011 года. В пресс-конференции в Москве также участвовали зам-председателя правительства края

Георгий Ефремов и министр экономического развития Юрий Ягодаев. Сейчас в регионе функционируют 135 санаториев категорий 2–5 звезд – от профсоюзных здравниц до санаториев Управления делами президента РФ. Принято решение о создании кластера частных гостиниц, которые смогут организовать отдыхающим лечение на базе лечебных учреждений. Георгий Ефремов расска-

зал, что в крае в настоящее время идет реконструкция автотрасс, строятся автодороги до Абхазии и Черноморского побережья Краснодарского края. Разработана и реализуется Стратегия развития рекреационно-туристского комплекса до 2020 года, согласно которой будут открыты более 40 новых турнаправлений. В Ставропольском крае в настоящее время работают 40 туроператоров и около 200 турагентств.

РЕЙТИНГ

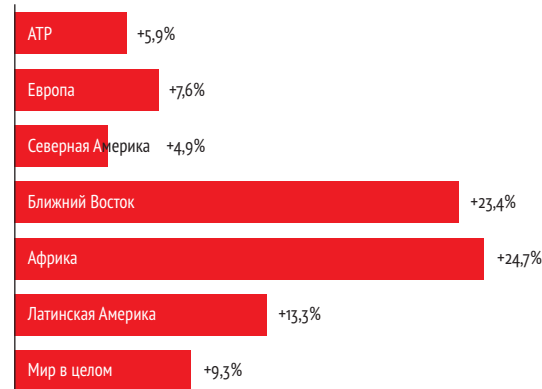
Самые быстрорастущие рынки выездного туризма в 2011–2016 гг.

- 1 Китай
- 2 Россия
- 3 Индия
- 4 США
- 5 Турция
- 6 Тайвань
- 7 Канада
- 8 Соединенное Королевство
- 9 Малайзия
- 10 Швеция

Источник: Euromonitor International

СТАТИСТИКА

Динамика роста международного пассажиропотока в феврале 2012 года



Источник: IATA

ИЗРАИЛЬ

Иерусалим



Израиль – окунитесь в море впечатлений!

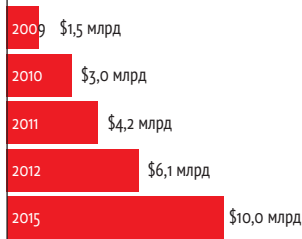
Иерусалим – город, имя которого с трепетом произносят люди разных стран и разных религий. Недаром на древних картах Иерусалим изображали центром мира. Гуляя по улицам с 3500-летней историей, Вы будете поражены фантастическим смешением культур и эпох, невероятным переплетением легенд и традиций. Здесь Вы почувствуете себя путешественником, шагающим сквозь время.

Начиная
от **20 000**
рублей



www.goisrael.ru

РЫНОК ОНЛАЙН-ТРЕВЕЛ В РОССИИ



ВОПРОС МЕСЯЦА

»»» Какие страны, затронутые событиями «арабской весны», вы планируете посетить?

Тунис	34%
Египет	43%
Иорданию	51%
Марокко	58%
Оман	27%
Сирию	4%
Ливан	13%
Ливию	9%
Никакие	25%

Источник: опрос на сайте Independenttraveler.com, март 2012 года

Первые в Европе

Рынок онлайн-бронирования туров в России ежегодно растет на 30-50%

ТЕКСТ ЯН ХВИЛЕР

Осенью прошлого года количество интернет-пользователей в нашей стране перевалило за отметку в 50 млн человек. По этому показателю Россия вышла на первое место в Европе, опередив Германию. Рост числа пользователей сети автоматически приводит к увеличению объемов рынка онлайн-продаж, в том числе в туристическом секторе. «Онлайн-туризм в России – одно из самых динамичных направлений электронной коммерции. Только в нашей системе за 2011 год число заказов выросло более чем в три раза. С учетом ежегодного прироста в 30–50% к 2015 году объем российского рынка онлайн-туризма достигнет \$10 млрд», – отмечает вице-президент и директор по стратегическому развитию компании Amargo Артем Пуховский. По его словам, тренды рынка онлайн-туризма связаны с раз-

витием функционала веб-систем и удовлетворением потребностей пользователей. Речь идет о повышении степени практичности и простоты пользования системами, стремлении к полному сервисному предложению в рамках одного онлайн-проекта, в идеале – одного «окна». По оценке специалистов Amargo, в 2011 году рынок онлайн-бронирования путешествий в нашей стране вырос на 40% и достиг \$4,2 млрд. Доля онлайн на отечественном туристическом рынке составила 7%. Для сравнения, в США и Соединенном Королевстве этот показатель приближается к 40%. Самым востребованным сервисом для бронирования в сети по-прежнему остаются авиаперелеты, за 2011 год этот сегмент вырос на 40–45%. Его доля в общем объеме туристических онлайн-продаж составила 90%. Сегмент онлайн-бронирования

отелей вырос на 80%, его доля приближается к 5%. По прогнозам экспертов отрасли, к концу 2015 года этот сегмент вырастет приблизительно в шесть раз. В текущем году специалисты Amargo прогнозируют увеличение объема рынка онлайн-продаж в туризме в России как минимум на 40%, сохранение тенденции расширения аудитории онлайн-проектов и востребованности комплексного турпродукта.



Надежды на лучшее

Египет планирует восстановить позиции на международном туррынке

Доходы индустрии туризма Египта в 2011 году составили около \$8,8 млрд – это на 30% меньше, чем в 2010 году. Объем туристских прибытий также сократился почти на треть – с 14,7 млн до 9,8 млн человек, количество ночевков снизилось со 141 млн до 114 млн. В среднем в 2011 году зарубежные гости тратили в стране около \$72 за поездку на человека, тогда как годом ранее их траты составляли примерно \$85. Несмотря на неопределенность политического будущего страны, египетские специалисты все же прогнозируют восстановление основных показателей туротрасли в среднесрочной перспективе. Кто бы ни стоял у власти, туризм для Египта

по-прежнему останется одной из приоритетных отраслей экономики, – считают они. Один из масштабных проектов связан с предстоящим открытием Grand Egyptian Museum в Гизе. Это крупнейший археологический музей в мире, расположившийся на территории в 50 га. Здесь будут представлены порядка 100 тысяч экспонатов. Реализация проекта началась в 2002 году. Первая очередь музея откроется в 2013 году, а полностью комплекс распахнет свои двери для гостей в июле 2015 года. Предполагается, что ежедневно он будет принимать до 15 тысяч посетителей, то есть около 3 млн человек в год.



1С:ПРЕДПРИЯТИЕ 8 ТУРАГЕНТСТВО



**Современная программа для
автоматизации туристических агентств**

«1С:Турагентство 8» – отраслевое решение для автоматизации управления и учета в туристических агентствах.

Одна программа заменяет десятки электронных таблиц, документов и отчетов на вашем компьютере, которые обычно используются для ведения учета, подготовки первичных документов и формирования отчетов – все операции регистрируются и хранятся в единой базе данных.



Основные достоинства:

- Повышение эффективности управления турагентством: вся деятельность от заявки до поездки – как на ладони.
- Объединение сети турагентств в единое информационное пространство при помощи Интернет.
- Встроенные функции управления взаимоотношениями с клиентами (CRM).
- Быстрый запуск программы в эксплуатацию: не требуется знаний бухгалтерского и налогового учета.
- Контроль деятельности турагентства из любой точки земного шара через Интернет.
- Подключение широкого модельного ряда фискальных регистраторов.
- Учет оплаты туристических путевок банковскими картами.
- Интеграция с «1С:Бухгалтерия 8».



ООО «Геософт-Консалт»
620026, Екатеринбург, ул. Белинского 56
Тел/факс: +7 (343) 261-30-19
+7 (343) 261-52-75
www.1ctour.ru, sales@1ctour.ru



НОВЫЙ КАТАЛОГ В2В

»» Журнал «Турбизнес на Северо-Западе» – издание, более 12 лет работающее на профессиональном туристическом рынке, выпустил второй ежегодный каталог для туристического рынка В2В – «Турбизнес в Санкт-Петербурге и Северо-Западном регионе». Каталог работает в течение года как справочное пособие, адресованное профессиональным участникам туристического рынка. Содержит максимально полную справочную информацию, объединяя многочисленные сегменты турбизнеса: зарубежные турфирмы, консульства, посольства, турфирмы, объекты размещения, MICE-объекты, транспорт, объекты питания, страховые компании региона. Издание распространяется на туристических выставках и профессиональных мероприятиях Москвы, Санкт-Петербурга и Северо-Западного региона, а также на рабочих встречах, проводимых в городах России журналом «Турбизнес», доставляется в офисы турфирм. Более подробную информацию можно посмотреть на сайте www.tourbusspb.ru

Russian Business Travel & MICE Award

Открыто выдвижение номинантов

Началось выдвижение номинантов на профессиональную награду Russian Business Travel



& MICE Award-2012. В этом году она будет вручаться в 20 номинациях, которые полностью охватывают все сегменты рынка делового туризма и MICE – гостиницы и конгрессные центры в Москве и регионах России, авиаперевозчиков, организаторов деловых поездок, конференций, инсентив-программ в России и за рубежом, разработчиков IT-технологий. В отдельных номинациях будут определены лучшая инновационная компания в сфере MICE, самое динамичное business travel агентство, лучший национальный офис по туризму в

сфере продвижения MICE. Организаторы награды: журнал Business Travel, интернет-портал Conference.ru. Официальный зарубежный партнер – компания Sagavan. Официальный страховой партнер церемонии награждения – компания «Ренессанс Страхование». Официальный транспортный партнер – компания iWay Express. Выдвижение номинантов проводится по адресу www.mice-award.ru/nominate и продлится в течение трех месяцев до 30 июня. Открытое голосование пройдет в интернете с 1 июля по 8 сентября 2012 года.

Новинки серии Destinations

«Турбизнес» в рамках проекта Destinations подготовил несколько новых тематических выпусков, содержащих практическую информацию по городам и странам для специалистов. В сотрудничестве с Tourismus Marketing Gesellschaft Sachsen mbH выпущен тематический «Справочник турагента. Саксония» с обновленной информацией об одном из лучших туристических направлений Германии, с описанием возможных программ, в том числе деловых мероприятий и инсентив-туров. Выпуск «Штутгарт и окрестности», подготовленный совместно с компанией Stuttgart-Marketing GmbH, рассказывает о земле Баден-Вюртемберг, также располагающей широкими возможностями для организации туристических программ и инсентив-поездок. Ежегодно более 50 международных выставок и ярмарок проходит в Кёльне, здесь около 250 отелей различных категорий на 26 тысяч

гостиничных мест. Новые выпуски «Кёльн. Город в центре Европы» и «Журнал о Кёльне как центре здоровья и туризма» будут полезными для формирования новых туров, в том числе в бурно развивающемся медицинском сегменте. Основные города, музеи, кухня Фландрии представлены в журнале «Великолепная Фландрия», выпущенном совместно с Toerisme Vlaanderen – Intercontinentale Markten. В начале апреля на сайте www.tourbus.ru опубликован традиционный информационный бюллетень с новостями мюнхенского аэропорта. Впервые выходит совместный выпуск ИД «Турбизнес» и туристической организации VisitSweden «Швеция для профессионалов» – издание, открывающее новые маршруты и города этой скандинавской страны. Второй раз издается тематический выпуск «Шотландия», подготовленный совместно с управлением по туризму Шотландии. В журнале приво-

дятся интересные варианты туров по этому региону. Все выпуски также представлены в электронном виде на сайтах www.tourbus.ru и www.bt-magazine.ru.



МАРОККО

страна, которая всегда с тобой

РЕКЛАМА

*Настоящее путешествие

www.visitmorocco.com



TRAVEL FOR REAL*



Туриндустрия преодолет период неопределенности и достигнет двузначных показателей роста.
ВИТАЛИЙ ВЛАДЫКИН



Социальные медиа – это не способ заработка, это способ присутствия.
СТИВ КИНАН



Если россияне полностью уйдут на рынок прямых бронирований, проиграют и бизнес, и государство.
ЕВГЕНИЙ ПИСАРЕВСКИЙ



Конференция WTM Vision: Лондон, Шанхай, Дубай, Флоренция... А теперь и Москва!
ИВАН КАЛАШНИКОВ



Обязательное саморегулирование в туризме – это как принуждение к миру.
ГЕОРГИЙ МОХОВ

Туризм в эпоху глобальных перемен

В Москве впервые прошла деловая конференция WTM Vision, организованная ведущей британской туристической выставкой World Travel Market и Издательским домом «Турбизнес». Мероприятие собрало ведущих экспертов туррынка, руководителей турфирм, представителей страховых и авиакомпаний, региональных и национальных администраций по туризму.

ТЕКСТ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ ФОТО АЛЕКСАНДР САЙГАНОВ

С докладами на конференции выступили главный аналитик Euromonitor International Виталий Владыкин и тревел-редактор онлайн-издания SundayTimes Стив Кинан. В дискуссиях приняли участие заместитель руководителя Ростуризма Евгений Писаревский, заместитель председателя Комитета по туризму и гостиничному хозяйству Москвы Георгий Мохов, президент KMP Group и вице-президент АТОР Владимир Канторович, генеральный директор компании «Арт-тур» Дмитрий Арутюнов, исполнительный директор страховой компании ERV Юлия Алчеева.

«Время проведения конференции выбрано не случайно, – отмечает генеральный директор ИД «Турбизнес» Иван Калашников, – сейчас туристический рынок переживает глобальные перемены, связанные с политической и экономической ситуацией в мире. У российского турбизнеса своя специфика – тут и демпинговые войны, и банкротства крупных туроператоров, и изменения в туристическом законодательстве. Цель конференции – представить наиболее полную картину мирового и российского туристического рынка и дальнейшие перспективы развития туриндустрии».

Виталий Владыкин в своем выступлении отметил, что 2012 год можно назвать годом неопределенности – темпы роста общемирового ВВП, по прогнозам МВФ, замедлились с ожидаемых 4% до 3,3%, многие страны еврозоны находятся на пороге кризиса. Но при этом прогнозируется, что стабильный рост покажут страны БРИКС – Бразилия, Россия, Индия, Китай, Южно-Африканская Республика. Положительный фактор, влияющий на туризм, – стремительное развитие интернет-технологий. К негативным факторам можно отнести усиливающийся демпинг, повышение налогов, увеличение экологических сборов.

Стив Кинан посвятил свой доклад социальным медиа в туризме. «Это отличный способ информировать людей, общаться с ними, пусть денег он пока и не приносит», – заявил он. Клиенты туристических компаний, в том числе сегмента luxury, активно участвуют в жизни социальных медиа. В России сейчас складывается очень благоприятная ситуация для их развития.

«В свете последних событий в туротрасли перед государством стоят четыре важнейшие задачи: защита прав и обеспечение безопасности путешествующих россиян, создание условий для развития инфраструктуры въездного и внутреннего туризма, продвижение России на мировом туррынке и в то же время защита общества и окружающей среды от проблем, которые влечет за



Главная проблема въездного туризма в Россию – визы. В первую очередь, дороговизна и сроки получения.
СЕРГЕЙ ВОЙТОВИЧ



Въездной туризм в России в настоящее время жив скорее по инерции.
ВЛАДИМИР КАНТОРОВИЧ



Каждые пять-шесть лет в бизнесе нужно менять приоритеты – беда многих в том, что они ставят очень низкие цели.
ДМИТРИЙ АРУТЮНОВ





МАРГАРИТА БАБАЯН, Visit USA, и ЕЛЕНА БОРИСОВА, журнал «Турбизнес»



Страхование каждой путевки – поможет туристу или введет в заблуждение?
Не поможет!
ЮЛИЯ АЛЧЕЕВА



Невозможная ситуация на рынке, когда одни работают по жестким правилам, а другие вообще без правил.
АЛЕКСЕЙ КРЫЛОВ

собой туризм, – отметил в своем выступлении Евгений Писаревский. – Налицо неэффективность методов управления в этой области. Туррынок находится под влиянием глобальных проблем, которые невозможно решить в рамках одного государства. Именно поэтому сейчас идет разработка международных стандартов качества оказания туруслуг».

О своем видении грядущих изменений в российском туристическом законодательстве рассказал Георгий Мохов. По его мнению, туротрасль еще не созрела для полноценного перехода к саморегулированию. Юлия Алчеева сообщила, что сейчас идет обсуждение вопроса создания пула компаний, занимающихся страхованием ответственности туроператоров и обязательным перестрахованием рисков.

Владимир Канторович, говоря о проблемах въездного туризма, подчеркнул, что государству необходимо наладить статистический учет иностранных гостей. Кроме того, нужно определить приоритеты – политические или экономические – в развитии отрасли. С экономической точки зрения необъяснимо, почему, скажем, турецкие и китайские туристы могут посещать Россию без виз, а японцы, американцы, западноевропейцы – нет. Необходим новый подход к продвижению России на международном туррынке, ведь множество интереснейших туристических достопримечательностей нашей страны по-прежнему неизвестны иностранцам.

Дмитрий Арутюнов посвятил свое выступление вопросам сотрудничества туроператоров и агентств. В этой сфере также настало время перемен. Чтобы завоевать клиента, операторам нужно избавляться от балласта необоснованно большого количества коммитментов, раздутых рекламных кампаний, слишком большой агентской комиссии. Не стоит забывать о диверсификации бизнеса, но одновременно нельзя терять свои преимущества из-за стремления «охватить весь мир». Агентства должны активной стремиться «вести» клиента, знать его предпочтения, заранее предлагать ему новые интересные варианты турпоездки.

В полемике о проблемах российской туриндустрии активное участие принял Сергей Войтович, генеральный директор компании «Свой ТТ», входящей в TUI Russia. Вел дискуссию и профессионально комментировал оценки спикеров Алексей Крылов, генеральный директор UTS Group, вице-президент АТОР.

В текущем году деловые конференции WTM Vision также пройдут в Лондоне, Шанхае, Дубае и Флоренции.

WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС»

ВПЕРВЫЕ!
19 ГОРОДОВ

ОСЕННЯЯ СЕРИЯ – 2012

24 – 28 сентября

Самара – Тольятти ^{NEW} – Казань – Уфа – Нижний Новгород

Поволжье и Урал. Более 1000 региональных агентств-посетителей

1 – 5 октября

Волгоград – Ростов-на-Дону – Краснодар – Ставрополь – Пятигорск ^{NEW}

Лучшее деловое мероприятие на Юге России

9 – 12 октября

Сургут – Тюмень – Челябинск – Магнитогорск ^{NEW}

Эффективные деловые встречи на Урале и в Западной Сибири

22 – 25 октября

Мурманск – Архангельск – Калининград ^{NEW}

Налаживаем агентскую сеть на Северо-Западе России

30 – 31 октября

Алма-Ата – Астана

Единственный профессиональный workshop в Казахстане

- **Стоимость участия в workshop:**
один город – 14 тыс. руб., в Алма-Ате и Астане – 16 тыс. руб.
Стоимость семинаров:
20 мин. – 4 тыс. руб., 40 мин. – 8 тыс. руб.
Стоимость пакетов обслуживания:
5 тыс. руб. в одном городе, включая трансферы и проживание.

- **Дополнительно предлагаем:**
- доставку материалов в города проведения workshop;
- размещение рекламы в каталогах workshop;
- заочное участие в workshop;
- индивидуальные презентации;
для компаний в городах России и СНГ.

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

Организатор: Журнал «Турбизнес»

Турбизнес
Travel Trade Russia

Финляндия – СТРАНА-ПАРТНЕР WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС»



→ **Отдел workshop «Турбизнес»**

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

WORKSHOP
т у р б и з н е с

Workshop «Турбизнес» расширяет де

Ставрополь | Краснодар | Ростов-на-Дону | Волгоград | Саратов | Уфа | Самара | Казань |



Генеральный директор
ВЛАДА ИВАНЧЕНКО

HappyWedding

HappyWedding.cz (UTS Prague s.r.o.) – самая известная компания на рынке чешского свадебного туризма. Предлагаем организацию официальной и символической свадебных церемоний в Староместской Ратуше, Дворцовых садах Праги и в старинных чешских замках. У нас широкий выбор свадебных услуг высочайшего качества: от видеосъемки и украшения мест проведения церемоний до услуг визажиста и свадебного транспорта. Также в ассортименте компании – индивидуальные поездки по Чехии на медовый месяц; уникальные маршруты, самые романтические отели.



Генеральный директор
МАДИНА АРДЗИНБА

«Русалтурс»

Туроператор «Русалтурс» организует туры в Абхазию уже 15 лет и знает об этой стране все. Предлагаем ознакомиться с нашим новым каталогом и предложениями на 2012 год. В нем мы представляем Абхазию во всем ее многообразии, ведь Абхазия – это не только море и солнце. Это богатейшие заповедники, древняя история, уникальные исторические памятники и яркая самобытная культура. Это прекрасная «Апсны» – «Страна души» и гостеприимных людей.



Менеджер по развитию бизнеса
ИЗОЛЬДА ЦИМАХОВИЧ

Starwood Hotels
and Resorts Worldwide

Корпорация Starwood Hotel & Resorts – одна из самых крупных международных компаний в индустрии гостиничного бизнеса. Она занимает лидирующие позиции на рынке отелей привилегированного класса. Более тысячи гостиниц по всему миру – от крупнейших мегаполисов до самых экзотических уголков на земле. Starwood Hotels & Resorts представлена 9 брендами: St. Regis, Luxury Collection, W, Le Meridien, Sheraton, Westin, Four Points by Sheraton, Aloft и Element. Клиенты обязательно найдут среди наших отелей именно те, которые придутся им по душе.



Генеральный директор
ДМИТРИЙ САЛИХОВ

«АйВэй Экспресс»

iWay Express основана в марте 2009 года как «Сибирская трансферная компания». За несколько лет фирма стремительно расширила географию своей деятельности, в 2011 г. она вышла на международный уровень и была переименована в iWay Express. В настоящий момент iWay Express обслуживает все основные аэропорты РФ, СНГ и ЕС, имеет собственные офисы в Москве, С.-Петербурге, Новосибирске и Казани. В 2011 г. силами специалистов iWay Express был создан новый продукт для российского рынка – система онлайн-бронирования трансферов.





ЛОВЫЕ КОНТАКТЫ И ГЕОГРАФИЮ ВСТРЕЧ

Киров | Нижний Новгород | Ижевск | Пермь | Екатеринбург | Тюмень | Омск | Сургут | Баку

The Ritz-Carlton Abama Golf&Spa Resort 5* Gran Deluxe



Один из самых роскошных курортных центров Европы, затерянный на западном побережье Тенерифе, отель «Абама» приглашает окунуться в спокойную гармонию эксклюзивной роскоши и неповторимого стиля. В грациозном мавританском дворце и уютных виллах, утопающих в субтропических садах, расположились самые роскошные номера на всем острове, включая «Тагор Виллы Абама» — особую уединенную зону вилл. Великолепный спа-центр, профессиональное гольф-поле, теннисные корты с известными академиями, кулинарные шедевры от известного шеф-повара Испании и уединенный пляж с золотым песком.

«Акрис»



AKRIS
туроператор

«Акрис» — один из крупнейших туроператоров внутреннего и выездного туризма в Сибирском регионе. Это — собственные туроператорские программы, хорошие цены, опытные менеджеры. На стенде «Акриса» на workshop «Турбизнес»: подборка активных маршрутов «Алтайская десятка» (в нее включены наиболее востребованные конные, водные, пешие и комбинированные туры по Горному Алтаю); туркомплексы Алтай, Хакасии, Шории, Тувы; Байкал, экскурсионные туры, КБЖД; программы по санаторно-курортным направлениям — Белокуриха, Алтайский край, Новосибирская область, Хакасия. Подробности на www.acris.ru

«Русь»



Петербургский оператор по приему и обслуживанию российских и иностранных туристов. Компания предлагает бронирование отелей различных категорий — от экономкласса и мини-отелей до 5-звездных гостиниц, экскурсионное обслуживание для индивидуальных туристов и групп (школьников, студентов, взрослых) в С.-Петербурге, Москве и других городах России, регулярные программы сборных туров с размещением в отелях в центре города, организацию семинаров и конференций, организацию и обслуживание выездных мероприятий для корпоративных клиентов.



«Виза Конкорд»

Компания 20 лет работает на рынке туризма как многопрофильное турагентство. В 2010 г. «Виза Конкорд» запустила собственную онлайн-систему бронирования Book.aero, которая включает b2c и b2b интерфейсы, единый платежный шлюз, систему автоматического оформления и печати билетов. Система позволяет, работая в рамках авансового платежа, самостоятельно подбирать и оформлять билеты, бронировать отели. Также мы можем предложить партнерскую программу для владельцев сайтов. Все, что требуется, — настроить сайт для отображения нашей системы и получать комиссию от заказов.

ITM group



Основное преимущество нашей компании — глубокие знания и круглогодичная работа по направлениям Таиланд, Малайзия, Филиппины, Вьетнам, Сингапур, Шри-Ланка, Камбоджа, Маврикий и Сейшельские острова. Продукт ITM group предназначен для всех категорий туристов, авиаперевозка рассчитана на различный бюджет: от экономичных рейсов Turkmenistan Airlines до самых изысканных перелетов Singapore Airlines и Emirates. У нас есть уникальные комбинированные программы. Мы работаем с каждым партнером индивидуально. Комиссионное вознаграждение — до 15%.

Avia-bilet.ru



Руководитель проекта НАТАЛЬЯ ТРЕТЬЯКОВА

Avia-bilet.ru — новый сервис компании «Ависта», который дает возможность турагентствам продавать авиабилеты в онлайн-офисе и получать доход без дополнительных затрат. Компания «Ависта» основана в 1999 году, аккредитована в ТКП и является агентом авиакомпаний «Аэрофлот», S7, «Трансаэро» и многих других. Приглашаем к сотрудничеству на выгодных коммерческих условиях.

«Телетрейн»



Заместитель генерального директора ДМИТРИЙ ВЛАДИМИРОВ

Компания «Телетрейн» — это организация продаж авиационных и железнодорожных билетов без затрат и формальностей. Веб-система продаж перевозок www.teletrain.ru обеспечивает возможность круглосуточного оформления электронных билетов в режиме онлайн. Мы также предлагаем размещение веб-модулей заказа перевозок на сайтах туристических агентств.



«Солнце» закатилось... за интернет

Aurinko Matkat, дочерняя компания Finnair, к середине 2012 года намерена свернуть свою деятельность в Петербурге, фактически переведя бизнес в сферу онлайн. По оценкам местных экспертов, за время деятельности компания так и не смогла «вырасти» до объемов лидеров рынка.

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

Аurinko Matkat – лидер турбизнеса Финляндии, который в свое время «съел» другого крупного финского туроператора, а летом 2011 года провел ребрендинг, сократив название до Aurinko («солнце»). Свой выход на российский рынок Aurinko начала в 2007 году с приобретения известной петербургской компании «Калипсо – мир путешествий», специализировавшейся на индивидуальных турах, корпоративном обслуживании и круизах.

Тогда и появилась структура, которая одновременно сочетала как прежнюю специализацию – «Калипсо», так и продажи массовых туров по наиболее популярным у населения направлениям: Канары, Таиланд, Индия, Израиль, Египет. Предполагалось, что давняя – с 1963 года – история и сложившиеся за это время традиции финского бизнеса принесут на российский рынок новые высокие стандарты обслуживания. «Ауринко» работала под слоганом «Понимаем по-русски, работаем по-европейски».

Полная интеграция «Калипсо» в структуру Aurinko произошла лишь в сентябре 2011 года. А в январе 2012 года генеральный директор группы Oy Aurinkomatkat-Suntours Ltd Ab Туомо Меретниеми объявил о кардинальном изменении характера работы на российском рынке. К июлю все офисы компании (их три) в Петербурге будут закрыты, а желающим купить туры от Aurinko предложат сделать это на русифицированной версии сайта финского оператора. Соответственно, будут реализовываться готовые турпакеты с вылетом из Хельсинки на крыльях Finnair, а также ряд дополнительных услуг (бронирование отелей и т. д.).

Тем самым финны практически признали, что за 5 лет так и не смогли приспособиться к реалиям российского туристического рынка. По оценкам петербургских экспертов, доля «Ауринко» даже тогда, когда компания старалась активно его завоевать, не превышала 2–3%. Поначалу фирма принимала участие и в демпинговых войнах, и в дележе направлений, продавая туры с вылетом из Петербурга, но выдержать «специфику» нашего рынка не смогла.

Как поясняет исполнительный директор «Ауринко» в Петербурге Евгений Максимов, теперь «Солнце» вернется к изначальной идее продаж турпакетов с вылетом из Хельсинки на рейсах Finnair. «Этот продукт более конкурентоспособен и экономически оправдан, – считает он. – Туры из Хельсинки привлекают российского потребителя ценами и четкой работой авиакомпании: в 2011-м спрос на такие предложения в Петербурге вырос в три раза. К тому же некоторые программы не имеют аналогов на рынке России, да и ассортимент предлагаемых отелей совсем другой».

Переход на работу в интернете обусловлен целым рядом причин, но основная – проблема рентабельности бизнеса. «Бизнес через интернет становится все более популярен, – констатирует Евгений Максимов. – В Финляндии, например, свыше 60% всех продаж осуществляется через сеть. Стратегия развития компании в Петербурге определена, она предполагает серьезное увеличение объемов интернет-продаж на русифицированной версии финского сайта».

Местные туроператоры значение ухода «Ауринко» в интернет переоценивать не склонны. В силу того, что для подавляющей части из них прямым конкурентом компания не была. К тому же закрытие офисов «Солнца» выведет на рынок труда несколько десятков квалифицированных специалистов. Правда, уволенным придется несколько снизить зарплатный аппетит: в «Ауринко» платили хоть и не так, как в Финляндии, но больше, чем в среднем по рынку.

По мнению Анны Трубициной, генерального директора компании «Коммодор» (в свое время она была одним из топ-менеджеров «Калипсо – мир путешествий»), по сути «Ауринко» запускает новый проект, управление которым будет осуществляться из Финляндии: «У этого сегмента туроператорского рынка огромный потенциал, и при наличии конкурентоспособного продукта, правильной стратегии и тактике у подобных проектов может быть успешное будущее».



»»» Финны практически признали, что за пять лет так и не смогли приспособиться к реалиям российского туристического рынка.

Билетное интернет-эльдorado

Наверное, каждый, кто работает в туристическом бизнесе, слышал про громкие успехи интернет-проектов по реализации авиабилетов. Ежедневно только в нашей стране через всемирную паутину продаются тысячи билетов, и эта цифра постоянно увеличивается. У многих крупных агентов возникает законное желание сделать свой сайт и принять участие в борьбе за интернет-аудиторию. К сожалению, стоимость входа на этот рынок исчисляется уже не десятками, а сотнями тысяч или даже миллионами долларов с весьма сомнительными шансами вернуть эти инвестиции.

В интернете идет жестокая борьба за клиента. Это рынок с большой долей демпинга, маленькой доходностью, дефицитом хороших специалистов и их высокой стоимостью для компании. Кроме того, было бы ошибкой полагать, что агентство по продаже авиабилетов – это хорошая база для создания интернет-проекта. В отличие от обычного агентства, основным персоналом интернет-агентства являются специалисты по программному обеспечению, системные администраторы, SEO-оптимизаторы, контент-менеджеры и только после этого – операторы, работающие в системах бронирования.

К счастью, как показывает зарубежный опыт, интернет-продажи не могут полностью вытеснить традиционную дистрибуцию. Более того, авиакомпаниям невыгодно исчезновение с рынка сети мелких агентов и переход их оборотов к крупным фирмам, поэтому перевозчики целенаправленно с помощью тарифов и комиссий будут поддерживать агентский рынок. Если раньше за билетами клиенты ходили в агентства за неимением альтернативы, то сейчас покупатель все больше приходит в турагентства за сервисом, помощью в поиске и консультациями. Все больше клиентов вместо пакетных туров предпочитают индивидуальные программы, в которых они могут отдельно покупать авиационные или железнодорожные билеты и выбирать отель. Корпоративные клиенты, заказывая билеты, также предпочитают работать с квалифицированными специалистами и получать отчетные документы, а не самостоятельно заниматься поиском и покупкой туров. Поэтому рано хоронить офлайн-продажу авиабилетов – просто она должна уйти из авиакасс в турагентства, куда клиенты будут обращаться не за билетом ради билета, а за билетом как за частью турпоездки, за помощью в поиске, за возможностью бронирования, за выпиской по предоплате, за помощью в оформлении виз. Если вы небольшое турагентство, продавать биле-

ты вы можете несколькими способами: на сайтах авиакомпаний, у своего туроператора по телефону или в специализированной онлайн-системе, позволяющей бронировать и выписывать билеты разных перевозчиков.

Заказ на сайтах авиакомпаний неудобен, потому что вы не можете бронировать билеты, ограничены по способам оплаты и вам сложно включить в стоимость билета свой сбор, так как маршрутную квитанцию клиент получает от вас с ценой покупки на сайте.

Заказ по телефону у туроператора неудобен практически во всем – вы являетесь просто лишним звеном между клиентом и оператором, работающим с какой-либо системой бронирования.

Подключаясь к одной из специализированных систем по заказу билетов для турагентств, обратите внимание на ее нейтральность. Если, распечатав билет для клиента, вы видите на этом билете большой логотип сайта, то в следующий раз ваш клиент пойдет покупать билеты напрямую на этот сайт. Не гонитесь за комиссией – выбирайте фирму с удобной, надежной системой и предоставляющую вам гибкую систему взаиморасчетов. На продаже билета вы зарабатываете в несколько раз меньше, чем на продаже услуг отеля. Лишний процент с продажи не всегда стоит мороки с депозитами, проблемами с билетом или уходом клиента за следующей покупкой в интернет. Если же вы агентство покрупнее и хотите поучаствовать в интернет-гонке, не начинайте с оценки стоимости разработки сайта. Для начала попытайтесь составить для себя реалистичную картину, на какие продажи вы можете рассчитывать, сколько будет стоить поддержка, маркетинг, какую доходность с билета вы можете себе позволить, чтобы иметь конкурентные цены, и сколько билетов вам нужно продавать, чтобы выйти на окупаемость. Разработка сайта в таком проекте – только первая, но не основная статья расходов.

« Было бы ошибкой полагать, что агентство по продаже авиабилетов – это хорошая база для создания интернет-проекта »

« Подключаясь к одной из специализированных систем по заказу билетов для турагентств, обратите внимание на ее нейтральность »

ДМИТРИЙ ЯНКОВСКИЙ

Заместитель генерального директора
ООО «Телетрейн» по развитию технологий





Борьба за инвестиции: кто победит?

В государстве с развивающейся экономикой объекты туристической инфраструктуры, в частности, средства коллективного размещения, часто проигрывают в борьбе за инвестиции. Это неудивительно: срок окупаемости туркомплексов и гостиниц довольно велик, само строительство, включая подключение к коммуникациям и необходимые согласования, – дело дорогое и хлопотное, а успех всего предприятия прогнозировать трудно.

ТЕКСТ АННА ЮРЬЕВА

ЧТО ТОРМОЗИТ ИНВЕСТОРОВ

Государство периодически делает попытки простиимулировать инвесторов. Одним из самых обсуждаемых решений стало создание в 2007 году особых экономических зон туристско-рекреационного типа. Затем возникли туристские кластеры, но, как полагают аналитики, настоящий интерес к этой отрасли в России у инвесторов так и не появился.

«За исключением Москвы, Подмосквья и Санкт-Петербурга, иностранных инвестиций в объекты размещения очень мало», – говорит директор департамента государственно-частного партнерства компании ФОК («Финансовый и организационный консалтинг») Екатерина Брызгина. По ее словам, проблема заключается в относительно небольшом и нестабильном турпотоке, а также в низкой платежеспособности большинства путешествующих по рос-



сийским регионом. «Отечественный туррынок очень неоднороден, поэтому эффективность проекта сложно прогнозировать. Сроки окупаемости вложений в горнолыжный курорт могут растянуться на 7–10 лет, в зависимости от стоимости инфраструктуры и уровня загрузки объекта, а небольшая гостиница в областной столице может окупиться за 5–7 лет», – считает эксперт.

«Российский инвестор также не заинтересован вкладывать значительный объем средств в развитие инфраструктурных проектов в сфере туризма, – считает генеральный директор компании «Фрерус» Алексей Елин. – Основные причины тому: длительный срок окупаемости масштабных проектов, который не позволяет инвестору вкладывать значительные средства в объекты инженерной и транспортной инфраструктуры; наличие серьезных инвестиционных рисков, возрастающих по мере роста срока реализации проекта; проблемы в самом механизме участия частного бизнеса в реализации инфраструктурных проектов». В то же время, по мнению эксперта, сегодня есть примеры развития автономных систем инфраструктуры, что в меньшей степени относится к электроэнер-

гии, газу, автомобильным трассам, где без участия федерального и регионального финансирования перспективы развития крупных туристских комплексов ограничены.

Алексей Елин согласен с Екатериной Брызгиной в том, что присутствие иностранных инвестиций на рынке инфраструктурных проектов в сфере туризма невелико: «Примеры участия зарубежных инвесторов в создании инфраструктуры сегодня единичны, что связано как с описанными выше проблемами, так и политическими рисками и несовершенством российского законодательства, слабо способствующего привлечению зарубежных инвестиций». Как рассказал эксперт, режим особых экономических зон туристско-рекреационного типа, созданных в России в 2007 году, проигрывает по набору и объему льгот и преференций многим аналогам в других странах. До сих пор не решены вопросы таможенного, миграционного характера, есть и другие проблемы. «Инвестиционный климат туристической России остается до настоящего времени слабо привлекательным, инвестор может прийти только под гарантии правительства, как произошло в случае с французской CDC, выразившей готовность участвовать в сложном проекте «Курортов Северного Кавказа», – отмечает Алексей Елин.

В ПАРТНЕРСТВЕ И ПООДИНОЧКЕ

На сегодняшний день основным инвестором инфраструктурных проектов в сфере туризма выступает государство: напрямую или на основе государственно-частного партнерства. Екатерина Брызгина считает, что для реализации проектов в сфере туризма частным инвесторам необходимы гарантии со стороны государства в том, что проект будет поддерживаться, будет обеспечен коммунальной инфраструктурой, будет решен транспортный вопрос.

«Ни государству не интересно вкладывать деньги в развитие территории, на которой нет инвестора, ни «частнику», поскольку есть риск, что если все инфраструктурные вопросы он возьмет на себя, проект никогда не окупится. Так что сложно сказать, кто здесь главный инвестор», – считает Екатерина Брызгина.

То есть даже если государство напрямую не выделяет средства на реализацию проекта, существенной составляющей его успеха становится реальная поддержка со стороны регионального правительства. «Такая поддержка влияет не только на сроки реализации проекта, но и снимает с инвестора большое количество проблем. Например, в случае, когда необходимо сделать съезд с существующей трассы или изменить существующую схему дорожного >>>

>>> За **3–5**

лет могут окупиться туристические проекты, не требующие создания дополнительной инфраструктуры.

>>> Вряд ли руководитель региона или представитель федеральной власти может указать место на карте и сказать, что здесь будет «кластер», и он там появится через 3–5 лет. Прежде всего, оценить такие преимущества способен бизнес.



»» За **5–7**

лет может окупиться небольшая гостиница в областной столице.

»» Многие проекты в сфере туристской индустрии начинаются как хобби руководства крупного и среднего бизнеса.

движения на участке дороги. В то же время регион может выступить организатором форумов и конференций туристической тематики, что неизбежно привлечет внимание инвестора к инфраструктуре и объектам», – говорит Екатерина Брызгина.

Наряду с проектами государственно-частного партнерства нередко туристическая инфраструктура того или иного региона развивается по инициативе отдельных предпринимателей. По словам Алексея Елина, сегодня многие проекты в сфере туристской индустрии начинаются как хобби руководства крупного и среднего бизнеса. Иногда реализация таких проектов связана с желанием собственника земельных участков, расположенных на привлекательных с точки зрения туризма территориях, повысить стоимость земли для дальнейшей продажи или коттеджного строительства. В таком случае создается небольшой курорт с возможностями для занятий спортом, аквапарком. «В такой концепции нет ничего зорного, ведь бизнес ищет возможности для получения прибыли и скорейшей окупаемости проекта», – считает эксперт.

Все проекты можно дифференцировать по масштабу и срокам окупаемости. Наиболее распространены проекты, не требующие создания дополнительной инфраструктуры. Зачастую они носят сезонный характер. Это охотничьи и рыболовецкие базы, небольшие дома отдыха и т.п. Такие проекты с объемом инвестиций в несколько десятков миллионов рублей могут окупиться за 3–5 лет. Гораздо дольше окупаются объекты всепогодного характера, спортивно-развлекательные парки, парк-отели. Они требуют инвестиционных вложений на уровне нескольких сотен миллионов рублей и могут окупаться длительное время. «Это связано и с более длительным сроком реализации проекта, который в первую очередь связан со сложностями с оформлением земельно-имущественных отношений, решением проблем инфраструктурного характера, требующих участия местной власти», – говорит Алексей Елин. – Все это может увеличить срок реализации таких проектов на несколько лет, что, несомненно, сказывается на финансовых результатах деятельности».

НУЖЕН ЛИ КЛАСТЕР?

Уже на протяжении десятка лет чиновники самого высокого ранга декларируют необходимость развития туризма в регионах страны. Причем для некоторых из них, в частности, Северного Кавказа, туризм объявляется панацеей: он поможет преодолеть безработицу, экономическое отставание, вывести республики Северного Кавказа из списка дотационных регионов, где они, казалось бы, закрепились навечно.

Ключевую роль в этом должны сыграть так называемые туристические кластеры, о создании которых объявили власти не только кавказских республик, но и Алтайского края, Башкирии и других регионов. Ключевые для бизнеса льготы, которые можно получить в рамках Федеральной целевой программы, – это софинансирование государством проектов туристских кластеров в части создания инфраструктуры и субсидирования процентной ставки по заемным средствам. «Последняя льгота очень важна в условиях длительных сроков реализации проектов и окупаемости, с одной стороны, и высокого процента по заемным средствам – с другой», – отмечает Алексей Елин.

«Туристские кластеры – относительно новое явление. Но существуют все предпосылки для того, чтобы именно они стали центром притяжения инвестиций в туристическом секторе», – считает Екатерина Брызгина. По ее словам, кластер – это не особая экономическая зона с льготами и привилегиями для ее резидентов, а скорее «географически сконцентрированная совокупность взаимосвязанных компаний, объединенных едиными задачами при выходе на рынок». Такое соседство усиливает конкурентные преимущества его участников. Это и есть основное преимущество кластера. Однако преференции могут быть представлены в индивидуальном порядке.

С другой стороны, существуют сомнения в том, что при создании кластеров будет выбран верный подход, учитывающий интересы потенциального инвестора. «Кластер – это объективное образование, – говорит Алексей Елин. – Он появляется там, где создается наиболее привлекательный потенциал для развития отрасли или группы отраслей, что позволяет получить дополнительные конкурентные преимущества. Вряд ли руководитель региона или представитель федеральной власти может указать место на карте и сказать, что здесь будет «кластер», и он там появится через 3–5 лет». По мнению эксперта, прежде всего, оценить такие преимущества способен бизнес. Если подход в определении кластеров и условий их развития будет, как и в случае особых экономических зон, зависеть в основном от федеральной и местной власти, то «эпоха кластерного развития» в туристской индустрии России может не принести ожидаемых результатов.

Аналитики также отмечают, что далеко не всегда объявленные туркластерами регионы выглядят привлекательными. Приоритетным туризм становится там, где есть хороший потенциал: выгодное географическое положение, туристско-рекреационные ресурсы. Однако в таких регионах, где природные и другие туристские ресурсы сохранились, чаще всего есть проблема инфраструктуры,

также возникает проблема транспорта, удаления от наиболее заселенных территорий страны. Яркие примеры такого рода – Республики Алтай и Бурятия. В то же время в столичном регионе, где туризм никогда не провозглашался как приоритетное направление, инвестиционная активность наиболее высокая, что можно связать с большим спросом и более высокой покупательской способностью, низкими транспортными издержками и широкими возможностями для развития отдыха выходного дня и делового туризма.

ПОСЛЕ БАЛА

В последние годы можно наблюдать, как туристическая инфраструктура отдельных регионов развивается в преддверии проведения там крупных международных мероприятий. К саммиту ШОС в Екатеринбурге был построен ряд новых отелей, произведена реновация аэропорта. Сейчас в финальной стадии находится подготовка к саммиту АТЭС на острове Русский во Владивостоке. Идет подготовка к зимним Олимпийским играм в Сочи. Что ждет инвесторов, вложившихся, казалось бы, в столь перспективные проекты?

По мнению экспертов, возможности для полноценного функционирования новых объектов после проведения масштабных мероприятий появляются только в том случае, если местные власти серьезно занялись комплексным развитием туризма в регионе. Формат создаваемых объектов более всего соответствует деловому туризму, поэтому большую роль играет развитие экономики региона в целом, развитие деловой активности, а следовательно, и делового туризма. В противном случае количество создаваемых мест размещения и их уровень не соответствуют существующему в регионе спросу на туристские услуги.

Например, в Екатеринбурге рядовой командировочный из соседнего города по-прежнему будет снимать квартиру на окраине города, несмотря на наличие мест в построенном к саммиту отеле «Хаят». Поскольку цены на проживание в гостинице многократно превышают сумму, которую большинство таких туристов могут потратить. В то же время в регионе ощущается нехватка средств размещения эконом-сегмента.

«Многие российские регионы не используют свой богатый туристический потенциал», – считает Екатерина Брызгина. По ее мнению, недооценен с этой точки зрения Дальний Восток, а также другие регионы с возможностями развития горнолыжного и экотуризма.

Например, остров Русский интересен для туристов и вполне мог бы стать популярным туристическим

направлением. Обилие морепродуктов, нетронутая природа и хорошая экология являются достаточными предпосылками для этого. После проведения саммита АТЭС там появятся и качественные объекты размещения. Тем не менее, как считает эксперт, большого притока состоятельных туристов, которые могли бы этими гостиницами воспользоваться, ожидать не стоит – территория не обладает большим количеством объектов показа, относительно невелики возможности для оздоровительного и спортивного туризма, кроме того, не очень благоприятен климат для организации всесезонного курорта. Потенциал и природные ресурсы – лишь часть успеха. «Если говорить о прибыльности вложений в строительство нового отеля, необходимо рассматривать не только гостиницу саму по себе, но и ее концепцию, и все, что ее окружает. Для достижения высоких операционных показателей важна хорошая загрузка не только в высокий сезон, но и в течение всего года», – считает директор департамента маркетинга ЗАО «ПрофЭстейт» Алла Свирщевская. Компания реализует проект курорта в Завидово, при его создании девелопер руководствовался международным опытом, который свидетельствует о том, что коммерчески успешные проекты не обязательно опираются на неповторимую уникальность природы, но должны быть расположены в пределах двух часов езды от мегаполисов. «Примерами таких масштабных девелоперских проектов по созданию курортов являются Вистлер в Канаде, Селебрейшн во Флориде. Завидово – идеальное место для строительства крупного курортного комплекса. Если оценивать транспортную доступность, то здесь проходит Октябрьская железная дорога, немаловажный фактор – близость строящейся скоростной автомагистрали Москва – Санкт-Петербург, которая позволит попасть из Москвы в Завидово за 40 минут», – рассказывает Алла Свирщевская. По ее словам, концепция нового комплекса ориентируется не только на посетителей курорта, которые в основном будут приезжать летом и на праздники, но и на бизнес-аудиторию, что позволит заполнять гостиницу и весной, и осенью. Поэтому в новой гостинице предусмотрена развитая конгресс-инфраструктура. Срок окупаемости круглогодичного курорта довольно продолжителен, в данном случае даже при наличии многих благоприятных факторов он, по признанию девелопера, может составить около 10 лет. «Но мы рассматриваем строительство гостиницы в контексте развития всей территории Завидово, где также будет вестись жилая застройка», – говорит Алла Свирщевская. – Наличие высококлассной гостиницы поспособствует росту популярности курорта, где можно будет не только отдохнуть, но и жить постоянно».

Т6



>>> **7–10**

лет могут составить сроки окупаемости вложений в горнолыжный курорт.

>>> В столичном регионе, где туризм никогда не провозглашался как приоритетное направление развития, инвестиционная активность наиболее высока.

Законодательная ЭВОЛЮЦИЯ

Законотворчество по разработке и внесению поправок в действующий закон о туристской деятельности все больше кренится в сторону «творчества». В качестве поправок в проекте закона успели побывать практически все инициативы, прозвучавшие хоть раз в обсуждениях многочисленных рабочих групп. Участники туррынка отмечают, что такой сырой закон принимать во втором чтении нельзя, законодатели, в свою очередь, вносят в него очередные поправки.

ТЕКСТ АННА БАСЫРОВА

КАК ВСЕ НАЧИНАЛОСЬ

Основным камнем преткновения в предложенном еще прежним созывом Госдумы РФ законопроекте была поправка о работе агентства от имени и по поручению туроператора. Участники отрасли утверждали, что норма приведет к монополизации рынка крупными торговыми сетями и затруднит выход новых независимых агентств. Аргументация заключалась в том, что ни один крупный туроператор не будет брать на себя риски, связанные с работой с мало или неизвестным ему агентством. Туроператоры заявляли, что намерены вводить крупные (до 10 тысяч долларов) депозиты для новичков, что затрудняло бы выход на рынок новых независимых агентств. Позицию бизнеса приняла Федеральная антимонопольная служба России. Горячие споры также вызвала норма о создании единого центра, в который будут поступать данные обо всех проданных путевках. По большому счету, это путь избавления от «серых» продаж и возможность собирать больше налогов. Сами путевки, согласно концепции, должны были стать электронными. Участники рынка приводили контраргумент: передача данных о туристах в какой-либо единый центр не соответствует закону о защите персональных данных. Большие вопросы возникали и по поводу единственного претендента на создание такого единого центра обработки данных по электронным путевкам – компании ООО «Главный сертифицирующий центр». Из данных базы «СПАРК» видно, что «ГЦЦ» был создан в 2009 году. В то же время, когда Минспорттуризма начало активно продвигать идею создания электронных путевок и единой базы их хранения.

НА ТО И НАПОРОЛИСЬ

Примерно с февраля, после банкротства «Ланты» и во время предвыборной президентской гонки, проект закона начал активно обсуждаться.

Было собрано несколько рабочих групп, которые при примерно одинаковом составе участников (в основном представители власти, в меньшей степени – участники туррынка) вносили все новые и новые коррективы в уже одобренный ко второму чтению проект.

Серьезную роль в обсуждении поправок сыграло вмешательство в проблемы отрасли тогда еще кандидата в президенты Владимира Путина. Он, например, предложил увеличить размер уставного капитала для крупных туроператоров. Законодатели за идею ухватились, и в проекте закона появилась статья 4-2, где предлагается обязать туроператоров выездного туризма, чья валовая выручка за год составляет не более 300 млн рублей, формировать уставный капитал в 10 млн рублей. Уставный капитал 20 млн рублей должен быть у операторов выездного туризма с оборотом не более 1 млрд рублей, а 30 млн – с оборотом свыше 1 млрд рублей.

Владимир Путин, а затем и глава Минспорттуризма Виталий Мутко поддержали идею введения на рынке обязательного саморегулирования. Правда, в ходе обсуждений эта идея преобразовалась во введение обязательных СРО только для операторов по выездному туризму (статья 11-1), а потом и вовсе исчезла. На заседании рабочей группы, которое прошло в Совете Федерации 26 марта, было решено оставить от СРО только компенсационный фонд. Как пояснил позже директор департамента туристской деятельности и международного сотрудничества Минспорттуризма Андрей Гаврилов, фонд должен формироваться туроператорами, которые будут вносить в него по 0,5% средств от реализации турпродукта. Предполагается, что фонд начнет формироваться при государственном органе, а механизм его пополнения продумают позже. Изменился и подход к фингарантиям. Теперь предлагается привязать их к проценту, а не фиксированной сумме. Согласно высказанной 26 марта



»» Владимир Путин предложил увеличить размер уставного капитала для крупных туроператоров.

концепции, речь идет о цифрах от 10% до 15% от годовой валовой выручки оператора. Минимальная фингарантия будет сохранена, что позволит страховать свою деятельность тем операторам, которые только вышли на рынок и не имеют годовой выручки.

В ходе этого же обсуждения 26 марта было решено убрать из закона спорное положение о работе агентства от имени и по поручению оператора. Министерство также пока отказалось от лоббирования идеи внедрения единой базы регистрации электронных путевок.

На очередном заседании рабочей группы при правительстве РФ по рассмотрению поправок в закон об основах туристической деятельности, которое прошло 2 апреля, поправки снова были скорректированы. Взнос каждого оператора в компенсационный фонд было решено сократить до 0,1% от годового оборота. Подход к фингарантиям также изменился: теперь это уже 12% от годового объема реализации, превышающего 100 млн рублей. Однако туроператорам теперь предлагается в обязательном порядке предоставлять информацию об агентствах, связанных с ними договорными отношениями. Еще одно изменение предлагает Роспотребнадзор: отказаться от термина «турпутевка». Предполагается, что единственным подтверждением продажи тура должен стать договор.

ПРИНЯТЬ НЕЛЬЗЯ ОТКЛАДЫВАТЬ

Полного согласия в том, каким видится наиболее приемлемый вариант закона, нет ни в среде операторов, ни в Минспорттуризме. Тем не менее большинство высказывающихся публично представителей турбизнеса настаивают на том, что в существующем виде закон принимать нельзя. «Складывается впечатление, что в проект просто внесены все озвучиваемые устно или в интернете комментарии. Причем все эти поправки друг с другом вступают в явное противоречие», – говорит генеральный директор «Мегаполус турс» (швейцарский концерн Kuoni) Виктория Кизимова. «Идея появления обязательного СРО для туроператоров выездного туризма была неплохой. Члены СРО добровольно вводят самоограничения и устанавливают четкие принципы игры, которые должны быть обязательными для всех участников организации. Если один из игроков их соблюдать не хочет, то он может выбрать для себя другое СРО с более низкими стандартами работы. Вопрос лишь в воплощении. Инициатива об отмене поправки об обязательной СРО и создании на государственном уровне компенсационного фонда больше похожа на появление государственной кормушки. В силу

наличия четких законных механизмов контроля «наложить руку» на фонд СРО практически невозможно, чего не скажешь о фондах, формируемых за счет частных вложений при государственных органах», – рассуждает Виктория Кизимова. С ней согласна руководитель компании Pegas Touristic Анна Подгорная: «Для того чтобы какой-либо фонд учредить, необходимо пройти согласование не в одном министерстве. Поэтому я сомневаюсь, что подобная норма может быть сейчас принята. Закон сырой, а его нормы противоречат друг другу. Такой закон будет просто невозможно соблюдать добросовестным участникам рынка». Но при этом он создает широкое поле для махинаций, – уверен эксперт. Например, новая туркомпания может год собирать деньги с туристов, а под конец года просто закрыться и исчезнуть с деньгами своих клиентов. И пострададут от этого только честные участники рынка, которые будут ежегодно сдавать в фонд по 0,1% от своего оборота. «На следующий год этот же руководитель компании сможет организовать новое юрлицо и история повторится», – резюмирует Анна Подгорная.

Есть вопросы и к новому исчислению фингарантий. Простой арифметический подсчет показывает, что для небольших компаний фингарантия будет меньше, чем сейчас, а для крупных может составить от 700 млн до нескольких миллиардов рублей. Страховщики уже сообщили, что в случае принятия нормы намерены ужесточить требования к аудиту для операторов.

Второе чтение законопроекта, назначенное на 10 апреля, было перенесено. На начало апреля документальное оформление поправок, предложенных на двух последних заседаниях рабочих групп, опубликовано не было. На сайте Госдумы по-прежнему размещен текст проекта с нормами об обязательном СРО, электронных путевках и увеличении уставного капитала.

Все обсуждения поправок в рабочих группах строятся на идее, что любые предлагаемые нормы будут сразу внесены ко второму чтению. То есть без прохождения первого чтения. «Теоретически, если на стадии второго чтения закона в проект вносится поправка, которая существенно меняет его суть, то он должен быть снова направлен на первое чтение. Создание какого-либо фонда, которого ранее не существовало и который будет формироваться из средств туроператоров, окажет существенное влияние на отрасль. Поэтому, по моему мнению, эта норма сначала должна быть рассмотрена в первом чтении», – считает руководитель корпоративной практики «ФБК-право» Александр Ермоленко.

ПРЕДЛАГАЕМЫЕ НОВОВВЕДЕНИЯ

- 1 Создание компенсационного фонда
- 2 Введение электронной путевки
- 3 Увеличение уставного капитала турфирм

>>> Полного согласия в том, каким видится наиболее приемлемый вариант закона, нет ни в среде операторов, ни в Минспорттуризме. Тем не менее большинство представителей турбизнеса настаивают на том, что в существующем виде закон принимать нельзя.

Тб

На своих ошибках

ГОСУДАРСТВО И БИЗНЕС В ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ: ВМЕСТЕ ИЛИ ПОРОЗНЬ?

Вопрос не риторический. Исключительно важным для бизнеса, реализующего проекты создания новых объектов туристской индустрии, является инфраструктурное обеспечение. Сегодня многие регионы обращаются за поддержкой в федеральный центр с целью реализации крупных региональных и межрегиональных туристских проектов. Однако такие обращения редко приносят желаемый результат в виде бюджетного софинансирования.

Казалось бы, формируя условия для решения вопроса инфраструктурного обеспечения, государство создает платформу для реализации крупных проектов строительства новых современных туристско-рекреационных комплексов. Но провальный опыт создания особых экономических зон туристско-рекреационного типа вскрывает массу проблем, сдерживающих бизнес.

ТЕКСТ АЛЕКСЕЙ ЕЛИН

ФАЛЬСТАРТ

Проект создания особых экономических зон туристско-рекреационного типа (ОЭЗ ТРТ) в Российской Федерации начал реализовываться в 2006 году и должен был дать толчок к развитию отрасли. Так, к 2012 году зоны должны были начать свое функционирование, туристский поток – дополнительно увеличиться на миллион человек, общий объем привлеченных инвестиций составить более 450 млрд рублей. Фактически в четырех из семи созданных в 2007 году ОЭЗ ТРТ так и не было привлечено частных инвесторов и не началось строительство объектов.

Бизнес не любит, когда ему навязывают условия деятельности. В случае особых экономических зон практически все площадки под создание курортов

отбирались без участия потенциальных инвесторов. Такая же ситуация была характерна и для определения масштабов каждого проекта, направлений развития, градостроительного планирования.

В условиях дефицита бюджетных средств распространилась практика приоритетного финансирования тех особых экономических зон, где есть интерес реального бизнеса. Однако те территории, где государство не будет создавать необходимую для нормального функционирования отеля, ресторана, аквапарка и прочих объектов инфраструктуру, скорее всего, так и не обретут инвестора.

Необходимо также учитывать, что цели бизнеса, федерального центра и субъекта при реализации проектов в области внутреннего туризма могут существенно различаться. Для многих регионов участие в таких программах – это возможность решения

Примеры удачной реализации
частно-государственных проектов –
ОЭЗ «Бирюзовая Катунь» и комплекс «Яхрома»
в Дмитровском районе Московской области



инфраструктурных проблем и освоения бюджетных средств. При этом развитие туристской индустрии уходит на второй план и зачастую не происходит формирование нормальных условий частно-государственного партнерства.

Федеральный центр стремится искусственно увеличить масштаб проекта, чтобы оправдать значительный объем средств, выделяемых на создание инфраструктуры. Найти на такой проект одного или нескольких крупных инвесторов представляется сложной задачей, так и не решенной в большинстве созданных турзон.

ИЗ ПЕРВЫХ РУК

П.В.Романов в 2009–2010 годах был руководителем отдела особых экономических зон в Калининградской и Магаданской областях Федерального агентства по управлению особыми экономическими зонами (РосОЭЗ). По его словам, непоследовательность действий государства иллюстрирует ситуация с органами управления особыми экономическими зонами. Так, в 2005 году было создано, а в 2010 году по предложению Минэкономразвития России упразднено с территориальными органами Федеральное агентство по управлению особыми экономическими зонами, а функции по управлению и контролю за особыми экономическими зонами переданы самому министерству.

Крайне непродуманным представляется решение о создании ОЭЗ ТРТ на территории национального парка Куршская коса (а не рядом с ним), имеющего существенные ограничения в ведении хозяйственной деятельности, повлекшее за собой многие проблемы с оформлением земельных отношений.

На практике произошло замораживание многих готовых к реализации в ОЭЗ проектов, в том числе в ОЭЗ ТРТ Калининградской области, были обмануты ожидания потенциальных инвесторов, утративших доверие к обещаниям властей.

При этом резидентами ОЭЗ зачастую становятся компании, аффилированные с властными органами и управляющими ОЭЗ организациями, основная задача которых заключается в получении правовых оснований для последующего выкупа земельных участков. Как следствие – отсутствие благоприятной среды и равных условий для предпринимательской деятельности.

Окупаемость частных вложений в объекты туристской индустрии иногда превышает 10 лет, поэтому решение об инвестировании в масштабе отдельной особой экономической зоны может быть принято только в случае низких инвестиционных и прочих рисков. Условия, фактически созданные в ОЭЗ ТРТ, явно не способствовали принятию такого решения.

ИНОГДА ПОЛУЧАЕТСЯ

Первый опыт реализации новых инструментов развития туризма, особенно с применением частно-государственного партнерства, был бы полезен там, где бизнес доказал эффективность своей работы. Пример особой экономической зоны «Бирюзовая Катунь» на территории Алтайского края является в данном случае показательным. Идея создания зоны родилась и была реализована благодаря инициативе основного инвестора туристского комплекса. К моменту создания особой зоны здесь уже функционировало несколько туристских объектов, в том числе искусственное озеро, мост через реку Катунь, несколько гостиниц, подъемник. Все эти объекты были созданы на частные средства. В результате «Бирюзовая Катунь» остается флагманом развития особых экономических зон.

Можно с сожалением констатировать, что примеры удачного участия федерального центра в развитии туристской индустрии сегодня единичны, а большинство реализованных и реализуемых проектов создания новых курортов и комплексов туристских объектов связаны с сугубо частной инициативой или совместной реализацией с участием местных властей. Так, партнерство компании «Норильский никель», администрации Красноярского края и муниципалитета позволило создать современный спортивно-развлекательный комплекс «Бобровый лог» вблизи Красноярска.

ОТЛИЧНИЦА «ЯХРОМА»

Об эффективности частного бизнеса в развитии туристской индустрии можно судить по опыту спортивно-развлекательного комплекса «Яхрома» в Дмитровском районе Московской области. Это название хорошо известно тем, кто увлекается горными лыжами и сноубордом. Территория парка сама подсказывает основное направление оказываемых услуг – перепад высот здесь достигает 60 метров. Парк начинался с голого земельного участка в 2002 году. Муниципальная власть оказывала содействие в некоторых вопросах, но все расходы по созданию инфраструктуры легли на инвестора. За свои средства были подведены более 8 км сетей электроснабжения, построены около 10 км сетей газоснабжения, а также системы водоснабжения, водоотведения и очистные сооружения.

В общей сложности на обеспечение парка необходимой инфраструктурой было затрачено около 30% всего объема инвестиций. Парк развивался поэтапно, системно, что позволило разнести затраты во времени. Инвестор вкладывал в развитие парка преимущественно собственные средства, а создание >>>

>>> 360

млрд рублей – таков суммарный объем заявленных инвестиций в российские ОЭЗ всех типов на начало 2012 года.



« Резидентами ОЭЗ зачастую становятся компании, аффилированные с властными органами и управляющими ОЭЗ организациями, основная задача которых заключается в получении правовых оснований для последующего выкупа земельных участков »»

АЛЕКСЕЙ ЕЛИН

Кандидат географических наук,
генеральный директор ООО «Фрерус»

на прилегающем земельном участке крупного коттеджного поселка стало одним из первых примеров использования синергии от соседства с горнолыжным курортом и позволило получить необходимые ресурсы для развития проекта. Был привлечен крупный партнер – компания «Ауди», и на территории парка появились трасса экстремального вождения, автополигон, школа мастерства.

На сегодняшний день парк продолжает развиваться. В стадии реализации находятся проекты реконструкции и расширения номерного фонда, создания новых объектов развлечений и отдыха, в том числе всесезонного характера. Общая смета по объектам будущего строительства превышает миллиард рублей, что является сопоставимым с уже понесенными затратами инвесторов.

В зимний сезон парк загружен практически на 100%, в то время как в межсезонье и летний период загрузка не столь велика. Тщательное планирование территории и развитие на перспективу оставили возможности для размещения новых объектов строительства без ущерба существующим. «Яхрома» показывает пример самостоятельного решения ключевых для развития отрасли проблем, планирования деятельности и четкого следования выбранной стратегии развития.

ПОЛЕ ДЕЙСТВИЙ

Внутренний туризм становится все более востребованным у россиян среднего возраста с преимущественно средним и высоким достатком. Эта тенденция наиболее четко прослеживается в Московской области, где в последние годы появи-

лись новые туристско-рекреационные комплексы. Семейному отдыху с маленькими детьми подходит формат парк-отелей, молодежь и семьи с подростками детьми зачастую отдают предпочтение спортивно-развлекательным паркам. За короткий период времени в 2–3 дня турист сегодня хочет получить разнообразные услуги высокого качества, которые объект с незначительным объемом услуг предложить не в состоянии.

Например, крытый бассейн или аквапарк, где с удовольствием проводят время в межсезонье и зимний период отдыхающие, и который является точкой притяжения, будет экономически эффективен только при достаточно большом туристском потоке. В таком случае требуется достаточно разнообразный набор услуг для разных целевых групп.

Есть удачные примеры оригинальных по формату туристских объектов, которые своей новизной привлекают внимание туристов. Это этнографические комплексы, объекты сельского туризма, центры событийного туризма.

По мнению вице-президента Национальной академии туризма (НАТ), директора Института комплексных проблем образования МГУ им. Ломоносова В.И. Кружалина, все это свидетельствует о том, что возможно создавать новые современные и востребованные внутри страны комплексы туристских объектов, а не только эксплуатировать объекты, созданные в советское время.

Вместе с этим такая работа была бы более эффективной, а масштабы развития внутреннего туризма существенно возросли, если бы власть и бизнес, наконец, стали действовать совместно и научились понимать требования и интересы друг друга. **Тб**

НЕРЕАЛИЗОВАННЫЕ ПРОЕКТЫ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ КОМПЛЕКСОВ В СУБЪЕКТАХ РФ

№	НАИМЕНОВАНИЕ ПРОЕКТА	СУБЪЕКТ РФ	ТЕКУЩЕЕ СОСТОЯНИЕ
1	ОЭЗ ТРТ	Калининградская область	В стадии закрытия
2	ОЭЗ ТРТ	Иркутская область	Предпроектная стадия
3	ОЭЗ ТРТ	Краснодарский край	Закрыта постановлением правительства от 24 сентября 2010 года №752
4	ОЭЗ ТРТ	Ставропольский край	В стадии закрытия
5	«Марчекан»	Магаданская область	Предпроектная стадия
6	«Жигулевская жемчужина»	Самарская область	Предпроектная стадия
7	«Манжерок»	Республика Алтай	Предпроектная стадия
8	«Золотое кольцо»	Регионы центральной России	Предпроектная стадия
9	«Гора Бычья», участок ОЭЗ ТРТ	Республика Бурятия	Предпроектная стадия
10	Проект создания ОЭЗ ТРТ в Камчатском крае	Камчатский край	Предпроектная стадия

Людно, братцы, людно

Какой поток туристов способны выдержать наши памятники старины

ТЕКСТ ГЕОРГИЙ ОСИПОВ



Как рассчитывается антропогенная нагрузка на местность? А именно этой проблемой давно и серьезно озабочены туристически развитые страны мира.

Пресса уже не первое десятилетие бьет тревогу. Венеция тонет. Уходит под воду по 5 мм в год. Среди причин — ежегодные более или менее сильные наводнения. Но в последнее время среди реальных угроз называется и массовый туризм. В разгар сезона «Светлейшую» ежедневно навещают свыше полсотни тысяч человек, при собственном населении города едва в тридцать тысяч. Утонешь тут. Приблизительно те же статистические показатели и на других «знаковых» мировых достопримечательностях — афинском Акрополе, египетских пирамидах, камбоджийском Ангкор-Вате. Несколько лет назад для посетителей снова открыли Пизанскую башню. Теперь в нее пускают строго по 20 человек не больше чем на полчаса, все-таки «падающая синьора» — ровесница нашему Покрову на Нерли, 845 лет — не шутка. Греки давно и вполне всерьез предлагают упрятать Парфенон в особое, сверхзакрытое хранилище и показывать либо искусствоведам, либо самым богатым туристам. А на его месте построить гипсовую копию — все равно, мол, эти «массы» ничего не заметят. Как не замечают того, что давным-давно заменены копиями знаменитые кариатиды храма Эрехтейон, а подлинники находятся в музее, билеты в который обходятся в копейку.

До таких показателей абсолютному большинству отечественных памятников старины еще далеко. Вроде бы можно спать спокойно. Но уже и в наших весах есть реликвии старины, в которые доступ ограничен и просто так, что называется, с улицы, не попадешь. Например, собор Мирожского монастыря во Пскове и церковь Спаса на Ильине в Новгороде. Оно и понятно: древние фрески, температурный режим, влажность, строго ограниченное количество посетителей в день.

Однако приглядимся. «Суперстар» отечественного туризма — блистательный Санкт-Петербург, принимающий по 6–7 миллионов туристов в год. Разумеется, каждый из них (и, слава богу, не всегда успешно) стремится попасть в Эрмитаж — точное годовое количество посетителей в дирекции музея автору назвать категорически отказались. Как такое выдержать зданию, построенному еще в XVIII веке и не раз

ремонтировавшемуся? Поймешь Михаила Пиотровского, наотрез отказывающегося принимать участие в «Музейных ночах» и до сих пор с ужасом вспоминающего нашествие в день 300-летия Петербурга.

Ненамного проще музеям Московского Кремля — годовое количество посетителей приближается к двум миллионам, вдобавок этим миллионам приходится топтаться на весьма ограниченной территории — большая часть Кремля для посетителей недоступна. Некоторые московские музеи, расположенные в уникальных памятниках архитектуры, как, например, музей «Огни Москвы», занимающий палаты XVII века, работают уже на пределе антропогенной нагрузки — 30 тысяч человек в год.

А в провинции? Мало какой город настолько увеличил в последнее время количество собственных гостей, как Великий Новгород — по самым скромным подсчетам, уже за 200 тысяч перевалило. И каждый хочет видеть Святыню Софию с фресками XII века, явно не рассчитанную на такие толпы. Уездный Углич — здесь турпоток приближается к 300 тысячам в год, практически каждый посещает храм Царевича Димитрия на Крови, и, по самым скромным подсчетам, каждый третий стремится позвонить в знаменитый ссыльный колокол. А тому — больше трехсот лет, и в итоге никакое мастерство литейщиков не может спасти. Надежная, но, увы, не вечная изба, в которой живет знаменитый мышкинский Музей мыши, в большую часть дней года принимает по 500–600 человек. Есть, правда, и то, что не измеряется никакой статистикой. В 2010 году вышел первый за сорок с лишним лет путеводитель по Транссибирской магистрали. И в главе о старинном уральском городке Кунгуре, удостоенном национальной премии имени Юрия Сенкевича за развитие туристической отрасли, говорится: «Кунгур — пожалуй, самый колоритный из малых городов на Великом Сибирском пути. И исторический центр его, по счастью, не слишком сильно испоганен туризмом». Вроде бы нелепость. Но смысл в этих словах все же имеется.

Развитие туристической отрасли практически всегда приводит к приведению внешнего вида города, особенно в течение многих лет не ухоженного, к некоему общему стандарту, который напрочь убивает то, что называется у французов *coleur local* — местный колорит. Типовые фонари, типовая плитка, типовые оконные проемы...

>>> По расчетам, въездной поток в Россию к 2015 году должен увеличиться

в **7** раз.

Меценаты Ярославля

Туристические кварталы – такие, как знаменитый берлинский «музейный остров», в исторических городах Европы существуют давно. В России их пока нет, но, похоже, скоро появится первый – в центре входящего в список Всемирного наследия человечества ЮНЕСКО Ярославля. Об истории возникновения и реализации этой бизнес-идеи рассказывает заместитель председателя Совета меценатов Ярославии **АЛЕКСАНДР СЕДУХИН**.

ТЕКСТ ЕЛЕНА БОРИСОВА, ГЕОРГИЙ ОСИПОВ



»»» 25–26 мая в Ярославле пройдет международный туристический форум «Visit Russia».

Когда и как появилась идея создания туристического квартала в Ярославле?

Идея создания квартала появилась почти одновременно с возникновением Совета меценатов Ярославии – это общественная некоммерческая организация, в которую входят, впрочем, не только ярославцы, которые проживают в городе, но и те из них, кто сейчас работает или проживает в других городах. Совет возглавляет Михаил Крупин, который осуществляет стратегическое планирование, а команда, в которую вхожу и я, реализует эти проекты.

В начале было слово, то есть идея, а потом подтянулись силы для ее реализации. Идея – создание туристического квартала, наполненного гостиницами, тематическими ресторанами и музеями, рекреационной территории, в которой любой человек, как ярославец, так и приезжий, мог бы выбрать турпродукт по своему вкусу. Квартал ограничен улицами Нахимсона и Революционной, примыкает к стенам древнего Спасо-Преображенского монастыря. Подробно обсуждалось, как эта идея вписывается в планы туристического развития города.

Нам очень помогло 1000-летие Ярославля, которое способствовало развитию туризма в городе, продвижению его главного бренда как столицы Золотого кольца. В 2009 году в здании постройки 1930-х годов на Революционной улице открылась первая очередь гостинично-ресторанного комплекса «Иоанн Васильевич» – ресторан «Трапезные палаты», на следующий год, уже в канун юбилея – гостиница «Синема клуб». Проекты реализованы под патронажем Совета меценатов и удостоены Национальной премии им. Ю. Сенкевича.

У вас есть план действий?

Раз и навсегда утвержденного плана реализации замысла нет, ведь жизнь не стоит на месте, при необходимости в него вносятся коррективы. В начале нынешнего года буквально в пятидесяти метрах от ГРК «Иоанн Васильевич» мы открыли гостиницу «Алеша Попович». Она должна занять некое промежуточное положение: если гостиницу «Синема клуб» мы относим по уровню сервиса, оснащенности и интерьерам к небольшим гостиницам бизнес-класса, то «Алеша Попович» рассчитан на более массового туриста.

Вместе с «Алешей Поповичем» открылись и два тематических ресторана. Один из них, «Пивовар»,

посвящен пивным королям, выходцам из Ярославля – Синебрюхову и Дурдину, а второй, «Черномор», предлагает гостям блюда крымской кухни. На сегодня план развития квартала реализован процентов на двадцать пять.

Мы стараемся использовать комплексный подход, поэтому, например, чтобы обеспечить полный цикл услуг и комфортные условия пребывания в нашем городе, в 2010 году при поддержке Совета меценатов было

создано информационно-туристическое агентство «Ярославль – столица Золотого кольца». Полностью автономно работающее подразделение, одной из главных целей которого является привлечение и увеличение туристического потока в Ярославль.

Что еще планируется?

Две тематические гостиницы – разные по направленности. Частный музей, такого в России пока нет, – о его тематике пока умолчу. В течение года будет реализован проект создания большой интерактивной площадки, посвященной Главной Масленице страны



в Ярославле. В начале следующего года начнется строительство большого комплекса русских бань, в котором смогут получить услуги не только туристы, но и горожане. Проект создания квартала рассчитан до 2015 года.

Многие идеи возникают в процессе совместных встреч всех заинтересованных сторон, которые проходят на регулярной основе. Мы с самого начала определили для себя туризм как главное направление в развитии города, запланировали усиление туристической составляющей в экономике Ярославля. Наши проекты связаны не только со строительством: открываем памятники и издаем книги, посвященные прошлому, традициям и сегодняшнему дню ярославской земли, – только что вышла книга о Ростове Великом, отмечающем в нынешнем году 1150-летие. В издании много практически неизвестных фактов – часть тиража мы передали в библиотеки и школы.

Во время празднования Масленицы все могли видеть в самой гуще праздника трех ярославских богатырей в белых шубах, валенках и шапках. Это были члены Совета меценатов, которые на абсолютно некоммерческой основе участвуют в организации и проведении праздников.

Какие праздники продвигают бренд города?

Рождественские гулянья. Главная Масленица страны – думаю, в этом году Ярославль доказал свое право на нее. Где еще вы увидите карнавальное шествие в 6,5 тысяч человек, в том числе 1,5 тысячи артистов и почти две сотни масленичных кукол в человеческий рост, большая часть кукол сохраняется до будущего года. Наконец, сама Государыня Главной Масленицы страны, представшая в образе Народной артистки России Надежды Бабкиной, – хотя были и другие кандидатуры, но ярославцы выбрали именно ее. Она и сама постепенно «вживается» в ярославскую землю.

В последнее воскресенье марта – День медведя, чем-то схожий с американским Днем сурка. На самом деле он является наследником древнего языческого праздника, знаменовавшего приход весны. Тем более что рядом с нашим кварталом, в монастыре обитает живой символ города – медведица Маша. Дни лета и любви в начале июля. Наконец, фестиваль Преображение – его празднуют в Ярославле уже много лет.

Кто еще из знаменитостей помогает вам?

Народный артист РСФСР Леонид Вячеславович Куравлёв, который давно уже говорит о «душе» Ярославля: зря что ли все больше людей продают свою недвижимость в Москве и переезжают

жить сюда? Леонид Куравлёв каждый год проводит у нас в городе свои творческие вечера и даже уже «прописался» в нашем туристическом квартале в виде памятника слесарю-сантехнику Афоне и штукатуру Коле из всем известного фильма, который тоже снимался на ярославской земле.

Кто помогает вам в реализации ваших проектов?

Местное предпринимательское сообщество сначала довольно настороженно отнеслось к нашим идеям, но сейчас у него уже есть живой интерес. Количество участников с каждым годом растёт. При этом партнерство предполагает самые разные формы его реализации и участия.

Местные власти... Мы считаем, что именно бизнес должен проявлять активность и первым предлагать пути решения возникающих вопросов, в том числе по продвижению городского бренда. Между прочим, именно мы предложили провести Масленицу в нынешнем формате еще прошлым летом. Мэру города Ярославля Виктору Волончунасу эта идея понравилась, а опыт сотрудничества с городскими властями был очень успешным. Поэтому мы абсолютно искренне благодарны руководству города и Управлению культуры мэрии города Ярославля. Масленичных же кукол делал буквально весь город – от детских садов до солидных учреждений.

Или другой пример. 25–26 мая в Ярославле пройдет международный туристический форум «Visit Russia», ключевая тема – механизм государственно-частного партнерства в реализации ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ 2011–2018 гг.». Также 26 мая в этом году будет отмечаться День города.

Поработав в архивах, мы установили что 100 лет назад, в мае 1912 года император Николай II даровал Ярославлю за заслуги в восстановлении российской государственности особый «неприсутственный» (то есть нерабочий, праздничный) день. Таким образом, если рассматривать 100-й День города в этом контексте, то он соберет множество жителей и гостей Ярославля, а форум – российских и зарубежных профессионалов в сфере туристического бизнеса.

Тб



>>> Александр Седухин родился и вырос в Ярославле, отец и мать познакомились на целине. Еще в советские времена, окончив кулинарное училище, начал работать в ресторанном бизнесе. Был учредителем и партнером ряда популярных в Ярославле кафе и баров. Позже в течение ряда лет работал директором компании по реализации проектов девелопмента недвижимости. На сегодняшний день является управляющим партнером в гостинично-ресторанном комплексе «Иоанн Васильевич», пивной «Афоня». Руководитель общегородских фестивалей и ярмарок. Заместитель председателя Совета меценатов Ярославии.



Новая ярославская гостиница >>>
«Алеша Попович»



Открытие НОВОЙ ПЛАНЕТЫ

Директор по продажам и маркетингу компании Interhome **НАТАЛЬЯ КУЛИГИНА** знает все о недвижимости на Земле и в Космосе. Главным в своей работе и личной жизни она считает постоянное развитие личности.

БЕСЕДОВАЛА СВЕТЛАНА ФУНТУСОВА

Наталья, расскажите, пожалуйста, о вашем детстве.

В силу профессии мои родители много ездили по стране, поэтому я путешествовала практически все детство. Папа – инженер-строитель, мама – инженер-экономист. Я родилась в городе Ангарске в Иркутской области, недалеко от озера Байкал. Сюда мои родители приехали по распределению после института. Несмотря на многочисленные переезды, я часто оставалась с бабушками, которые и сформировали меня. Они обе – педагоги.

Как сложилась ваша жизнь после окончания школы?

Школу я окончила в Ставрополе, потом училась в Харьковском инженерно-строительном институте (ХИСИ) на факультете промышленного и гражданского строительства. Это было желание папы, сама я мечтала стать дизайнером интерьеров или архитектором. Но поскольку мы часто переезжали, я никак не могла окончить художественную школу, что было необходимо для поступления в соответствующий вуз. В институте я начала изучать историю архитектуры, рисунок и еще много интересного, и мне очень понравилось это, поэтому пожелание семьи совпало с моими интересами. Затем я переехала в Ленинград, где жило много наших родственников, и перевелась на аналогичный факультет в Ленинградский институт инженеров железнодорожного транспорта (ЛИИЖТ). Сейчас это Петербургский государственный университет путей сообщения (ПГУПС). Я достаточно долго жила в Северной столице, поэтому с уверенностью могу сказать, что это мой «основной» город. Я очень его люблю.

Что произошло после окончания учебы?

В 1982 году, окончив институт, я вышла замуж. Мой муж тоже из Ленинграда. После Ленинградского государственного университета и Военно-медицинской академии им. С.М.Кирова он получил работу в Центре подготовки космонавтов в Звездном городке. Так наша жизнь связалась с Подмосковьем и Москвой. Сейчас он доктор медицинских и математических наук, занимается космической медициной.

Расскажите о вашей первой работе. Это Центр подготовки космонавтов в Звездном городке, где я проработала 10 лет. После переезда в Москву довольно долго шел процесс оформления документов – допусков к различным проектам, поэтому за это время я окончила курсы программирования и стала программистом. Я всегда любила все новое и обожала учиться.

Конечно, работа была сложная, но увлекало постоянное общение с интересными людьми. В советское

время в Звездном городке сформировался интеллектуальный центр страны, здесь собрались лучшие специалисты, у которых все учились. Последняя тема, над которой я работала, была связана с «Бураном» – орбитальным кораблем-космопланом советской многоцветной транспортной космической системы (МТКК), созданным в рамках программы «Энергия – Буран». К сожалению, в начале 1990-х годов проект закрыли.

Чем вы занимались в последующие годы?

В 1990-х годах в России начались бурные времена, и я приняла решение вместе с дочерью уехать в Германию, чтобы получить возможность спокойно растить ребенка. Для этого я стала военной, потому что гражданскому служащему нельзя было брать детей с собой за рубеж. Я возглавила отделение Вычислительного центра Западной группы войск. Мы жили в городе Вюндорфе в 40 км от Берлина, где находился Генеральный штаб войск, регулярно ездили в центр города. Тогда уже рухнула Стена, и можно было спокойно посещать западную часть, разительно отличающуюся от Восточного Берлина. Мы ходили в музеи, оперу, на концерты под открытым небом – это был первый опыт таких мероприятий. Были в восторге. Особо сильные впечатления от таких поездок остались, конечно же, у дочери. Даже просто первое посещение продуктового магазина вызвало неизгладимые эмоции после абсолютно пустых прилавков в Москве. Потом первый визит в Париж в 1993 году. Я жила у своих друзей из профессорской среды, где отдыхала душой после специфической атмосферы Западной группы войск.

Интересного за время службы в Германии было много, но с точки зрения развития – не особенно. Правда, я стала намного лучше играть в теннис, который открыла для себя еще в 21 год. Напротив дома был крытый корт, перерабатывать не приходилось, так что мастерство теннисистки росло. В Берлине же я окончила курсы по страховому делу, ведению малого и среднего бизнеса, изучала немецкий язык. Все это предлагалось в рамках переподготовки военнослужащих для возвращения в Россию.

Сколько языков вы знаете? Языки теряются из-за отсутствия практики. Так случилось с немецким. Сейчас я владею английским и французским. Периодически возвращаюсь к итальянскому языку, который ассоциируется у меня с любимыми операми и мамой. Она исполняет прекрасные арии для семьи и друзей. Еще будучи в Звездном городке я пыталась найти преподавателя итальянского, но безуспешно, поэтому выучила французский. Тогда надо мной смеялись: зачем тебе нуж-

ВИЗИТНАЯ КАРТОЧКА

Ф.И.О.

Наталья Васильевна
Кулигина

МЕСТО РОЖДЕНИЯ

Ангарск

ОБРАЗОВАНИЕ

высшее, Ленинградский институт инженеров железнодорожного транспорта

ДОЛЖНОСТЬ

директор по продажам и маркетингу компании Interhome

ИНОСТРАННЫЕ ЯЗЫКИ

английский, французский

МЕСТО ЖИТЕЛЬСТВА

Москва

СЕМЕЙНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ

дочь 25 лет

ХОББИ

йога, теннис, горные лыжи, классическая музыка



Я люблю зиму, ведь я горнолыжник со стажем. Не скажу, что Альпы произвели неизгладимое впечатление, поскольку до этого я много лет каталась в Приэльбрусье. После него Альпы не кажутся такими феерическими, но мне комфортно там.

ны иностранные языки? Это бальовство! Но жизнь показала, что эти знания очень помогают в работе.

Кстати, еще во времена работы в Центре подготовки космонавтов я вступила в теннисный клуб, в котором состою уже больше 30 лет. Тогда же стала кататься на горных лыжах. Вся жизнь была другой: утренние пробежки, вечером походы в театры. Сейчас спорт по-прежнему играет важную роль в моей жизни. Мне уже сложно обойтись без занятий йогой. Занимаюсь теннисом, хожу на лыжах.

Как развивались события дальше? После возвращения в Россию в 1994 году я попала в банковскую структуру, работала аналитиком по развитию банкоматных сетей и межбанковских отношений на участке платежных систем.

Я была единственной женщиной в организации. Это может льстить, но лично мне становится скучно, когда достигаю предела роста на том или ином месте. Поэтому спустя некоторое время я решила, что нужно вновь что-то менять. К этому моменту я познакомилась со своим вторым мужем, который был канадско-португальского происхождения. Благодаря ему я стала много путешествовать и начала присматриваться к туристической индустрии.

Каким образом вы пришли в туризм?

В 1997–1998 годах я окончила несколько курсов и с полученным багажом знаний начала свою карьеру в туризме. С 2000 года работала во многих крупных туроператорских компаниях, в том числе в «Инне-тур», где занималась горнолыжным и круизным отдыхом. После банкротства этой фирмы я начала поиск совершенно новой ниши в турбизнесе, которая привлекла бы меня. Такой нишей оказалась работа в сфере недвижимости – аренда шале и апартаментов для отдыхающих.

Несколько лет я еще проработала в разных туристических компаниях, но уже серьезно присматривалась к данной области, чтобы полностью сосредоточиться на этом перспективном секторе. Я работала во французской компании и планировала уходить из нее, когда увидела объявление о вакансии в корпорации Interhome. Это было именно то, что мне нужно. Сразу же отправилась на собеседование, и все решилось. Так три года назад я пришла в данную организацию.

Существует стереотип о дороговизне аренды недвижимости за рубежом. Соответствует ли это действительности?

Все очень индивидуально. Клиенты очень разные и пожелания у всех различны. Может быть и дороже, а может и дешевле, но, как правило, это существенно дешевле. Данный стереотип появился потому, что довольно продолжительное время на российском рынке дома и апартаменты продавались и сдавались в аренду по сильно завышенным ценам. Приличные цены были только в горнолыжном секторе, где стоимость проживания включалась в пакет. Надо помнить, что это невыгодно, если едут два человека. Такой вариант отдыха подходит для больших семей и компаний или же для тех, кто ориентирован на комфорт, свободу.

Наталья, вы строгий руководитель? Я – требовательный человек, но не диктатор. Очень сложно балансировать. Дистанция должна быть, без всяких сомнений. В нашем московском офисе около 20 сотрудников, и практически все они – молодые люди и девушки, поэтому называют меня по имени и отчеству, хотя я не требовала этого. Партнеры же – по имени, ведь в туризме так принято.

Я не сторонник близких отношений на работе, когда ты руководитель и главная твоя задача – достижение поставленных целей по продажам, бюджету. Непросто будет что-либо требовать от сотрудников после совместных посиделок в кафе или отдыха на курорте.

Тем не менее, надо отметить, я весьма трепетно отношусь к подчиненным. Я всегда пытаюсь понять, что человеку нравится, к чему он способен,

найти ему правильное рабочее место в компании и только потом начинаю требовать. Не нужно также забывать, что мы – российская компания со швейцарским капиталом, а это другой стиль бизнеса: планирование не за неделю, а за год, строжайшие бюджет и отчетность. И вообще большая строгость во всем при большой демократичности, например, в одежде.

Существуют ли у вас достойные конкуренты на российском рынке? Портфолио нашей компании содержит свыше 32 тысяч объектов в онлайн. Последние полгода мы отмечаем значительный интерес финансовых корпораций к нашему сектору holiday houses, и, как следствие, появились конкуренты со стороны Америки, но это совершенно другой уровень деятельности. Мы были первыми в настоящем онлайн-бронировании на российском рынке, постоянно совершенствуем свои функции и услуги.

Сегодня среди конкурентов можно назвать Booking.com. Однако парадокс заключается в том, что в их базе есть наши предложения. Поэтому скорее это наш партнер в интернете, чем конкурент.

Хочется отметить, что сейчас появляется много порталов для бронирования проживания через интернет. Тут отношения строятся по схеме владелец – клиент, где последний менее защищен. Если же бронирование идет через нас, то мы несем ответственность за клиента, в том числе на месте его заселения. Мы гарантируем выполнение заказа и спокойный отдых.

Какая страна произвела на вас наибольшее впечатление? С течением времени страны, которые нравятся, меняются. Но меня всегда привлекала природа, а не мегаполисы. Сейчас я мечтаю поехать в Антарктиду, Гренландию, а еще – на острова Галапагос. Хочется легкого экстрима. Я достаточно много путешествовала по Азии, но это не мое направление.

Я люблю зиму, ведь я горнолыжник со стажем. Не скажу, что Альпы произвели неизгладимое впечатление, поскольку до этого я много лет каталась в Приэльбрусье. После него Альпы не кажутся такими феерическими, но мне комфортно там.

Страны для меня ассоциируются с определенными запахами и музыкой. Люблю свежесть океана, аромат эвкалипта и пробкового дерева в Португалии, запах жасмина и лаванды в Провансе, как несостоявшегося архитектора-дизайнера меня влекут совершенно очаровательные прованские домики. Италия дорога мне больше всего любовью к опере. Даже самый маленький городок посещают оперные певцы, и билетов не достать.

В каких отношениях вы с круизами? Много лет я работала как с горнолыжными турами, так и с круизами. Отдых на больших лайнерах – это замечательное легкое времяпрепровождение. Но мне ближе камерные варианты. Небольшой корабль или яхта, а также тематические круизы: музыкальные, гастрономические, гольф-круизы и т.д. Там собираются люди с общими интересами, есть много тем для разговоров. Категорически не люблю круизы на больших американских лайнерах, куда лучше итальянские или французские суда, которых – увы – все меньше.

Что скажете об отдыхе в России? Сейчас я занимаюсь проектом нашей компании по России и много путешествую по стране. В апреле мы открываем проект для клиентов: Москва, Санкт-Петербург, Черноморское побережье, Кавминводы и т.д. У нас очень строгие требования к объектам перед их внесением в наш каталог. Необходимо все осматривать, отбирать как дома, так и их владельцев.

Меня вдохновляют большие проекты, а Россия такая большая. Знаете, я – патриот. У меня было столько возможностей уехать и жить постоянно за границей, но я рада, что осталась здесь. С возрастом вообще становишься настолько самостоятельным, что нет необходимости уезжать куда-то, ведь гармония и счастье внутри тебя.

Кстати, могу сказать, что все-таки строгая красота Петербурга мне куда ближе хаотичной, шумной Москвы.

Вы верите в предпочтение россиян отдыхать на родине, а не за ее пределами? Компания Interhome постарается сделать так. В первую очередь мы рассчитываем на наших клиентов, агентов, которые с нами уже давно и привыкли к предлагаемому нами типу отдыха. На первом этапе проекта мы начинаем с апарт-отелей и коттеджных поселков, где уже существует инфраструктура. Второй этап – сотрудничество с частными владельцами. Для этого прежде требуется провести большую кропотливую работу. Самая приятная новость для меня: в нашей стране стала развиваться система апарт-отелей, чрезвычайно популярных на Западе. Уже есть примеры в Сочи – Красной Поляне и под Москвой.

Что бы вы хотели пожелать нашим читателям? Я советую не бояться нового, потому что очень многие агентства не берутся за новые проекты и направления деятельности из-за незнания и опаски. Но ведь если фирма хочет получить реальную прибыль, то необходимо расширять спектр услуг, уходя от продажи стандартных пакетных туров. **Тб**

НАТАЛЬЯ КУЛИГИНА

« Не нужно бояться онлайн и того, что потенциальные клиенты уходят в интернет. Нужно развивать свои сайты и предлагать больше онлайн-услуг. Лозунг нашей компании – слова Бенджамина Франклина: «When you're finished changing, you're finished». В вольном переводе: «Если ты не развиваешься, то ты полный аутсайдер». То, что кажется сложным и непонятным на первый взгляд, на самом деле открывает новые возможности >>>

Бригадным методом

Межрегиональное сотрудничество в отечественном туризме – явление сравнительно новое. Причины лежат на поверхности: помимо набившей оскомину нехватки средств – пресловутая удельно-местническая психология («каждый взял себе надел, охраняя свой удел не у дел»), исторически сложившиеся сложные отношения между отдельными регионами (Москва – Петербург, Пермь – Екатеринбург).

ТЕКСТ ГЕОРГИЙ ОСИПОВ, ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ



Но ситуация – особенно после вполне определенных заявлений первых лиц государства о необходимости развития внутреннего туризма – начала быстро меняться. В июне 2010 года в Ульяновске состоялась первая конференция по межрегиональному сотрудничеству в туризме. И как-то «внезапно» к руководителям на уровне областей и даже районов пришло осознание того, что, во-первых, во многих регионах существуют вполне объективные факторы – как естественные, так и рукотворные – для создания межрегиональных маршрутов. Например, реки – Волга и очень популярная у туристов Чусовая, Транссибирская магистраль и Горнозаводская железная дорога. Во-вторых, данные социологических опросов свидетельствуют о том, что сегодня на туристическом рынке – это относится не только к России – гораздо лучше продаются не непосредственно регионы, а тематические маршруты. Например, Великий шелковый путь, соединяющий несколько стран. Кроме того, многим, не самым богатым и пока еще не слишком известным в туризме российским регионам легче продвигаться на рынок в одной «упряжке». Один из примеров – заключившие в прошлом году соглашение о развитии туризма пять областей российского Черноземья (Тамбовская, Липецкая, Воронежская, Белгородская, Курская). Теперь важно осознать, что создать интересный межрегиональный маршрут и написать его обоснование – только полдела, требуется хорошо отлаженная система «раскрутки» на рынке таких маршрутов и их продажи. Что происходит на этом участке сегодня?

ВЫДЬ НА ВОЛГУ...

Самый крупный межрегиональный проект в Европейской России – «Великая Волга». Сегодня в него входят девять регионов: Самарская, Ульяновская, Нижегородская, Саратовская, Пензенская области, Республика Татарстан, Республика Баш-

кортостан, Республика Марий Эл и Чувашия. На территории субъектов федерации, которые объединяет проект, проживает более 17 млн человек – почти четверть населения Российской Федерации. На выставке «Интурмаркет-2012» они впервые были представлены единым стендом.

Всех участников проекта объединяют принятые программы развития туризма и стремление превратить его в одну из ведущих отраслей экономики, на что не жалеют средств: за последние годы финансирование туристической отрасли, например, в Башкортостане выросло в 40 раз.

Важнейшим элементом туристической инфраструктуры в данном случае выступает сама Волга. Только из Самары в соседние области курсируют 16 круизных теплоходов. Созданы популярные межрегиональные туристические маршруты, соединяющие Йошкар-Олу, Чебоксары и Казань, а также Казань, Самару и Ульяновск.

Нынешним летом в Ульяновске состоится первый Фестиваль живой истории, который будет посвящен 1150-летию российской государственности и 1090-летию путешествия по Волге знаменитого арабского путешественника Ибн Фадлана. Его недавно переизданные записки могут послужить основой интереснейшего межрегионального маршрута.

Благодаря созданию межрегиональных маршрутов на Волге в туристический оборот возвращаются когда-то выпавшие из него города, такие как Сызрань – один из крупнейших уездных городов России, сохранивший остатки кремля XVII века и известный далеко за пределами Самарской области своими августовскими Праздниками помидора. В ближайшее время будет восстановлен утраченный в 1980-х годах пассажирский причал, что даст возможность принимать круизные теплоходы.

В дальнейшем проект «Великая Волга» расширится – к нему намерен присоединиться Пермский край.

ИСТОКИ РУСИ И ДВЕ ЕЕ СТОЛИЦЫ

В конце минувшего года на конференции, организованной Ростуризмом и посвященной развитию туризму в малых городах России, состоялась презентация проекта межрегионального туристического маршрута «К истокам Руси», который соединит Смоленск, Псков и Великий Новгород. Это довольно редкий пока в нашей стране пример успешного сотрудничества туроператоров, ученых-историков и властей: уже подписано трехстороннее соглашение о сотрудничестве в сфере туризма, и каждый регион уже сейчас прорабатывает свою часть маршрута.

В основе проекта – стратегическая идея соединить посредством нового маршрута два главных туристических центра России – Москву и Санкт-Петербург. Ежегодно города посещают 20 млн туристов, при этом немалая их часть знакомится с обеими столицами. Можно преодолеть это расстояние самолетом или поездом, но авторы межрегионального проекта рассчитывают, что многие туристы охотно проедут этот путь на автобусе, посетят три древних русских города и осмотрят их уникальные исторические памятники. Главным достоинством маршрута, считают эксперты, является не только обилие достопримечательностей по пути следования, но и его линейность. Как бы ни ехали туристы – из Москвы в Петербург или наоборот – у них есть возможность увидеть все, что смогут предложить им туроператоры. Организаторы подчеркивают, что речь идет не только о древностях – в маршрут войдут памятник Юрию Никулину и его Дом-музей на родине – в Демидове Смоленской области, а также имение Михаила Глинки Новоспасское – своеобразный «исток» русской классической музыки.

УРАЛ – ЗАВОДЫ И ЗАПОВЕДНИКИ

На Урале есть несколько «стержневых» сюжетов, которым могут быть посвящены межрегиональные маршруты. В первую очередь это «Путь Романовых», особенно актуальный и перспективный в связи с отмечающимся в 2013 году 400-летием династии: он объединяет все те же Свердловскую, Тюменскую области и Пермский край. В него могли бы входить Тобольск, Екатеринбург, Верхотурье, Алапаевск, монастырь на Ганиной Яме, село Покровское, Пермь.

Еще один маршрут может быть посвящен уникальной уральской горнозаводской цивилизации. Он существует, но пока только в Свердловской области и проходит по пяти пунктам: Екатеринбург, Полевское, Сысерть, Касли и Азяш. Напрашивается расширение этого маршрута за счет Пермского края, ведь два региона соединяет единственная река, пробивающая Уральский хребет, – Чусовая. Правда, в Свердловской области она уже имеет статус охраняемого природного и исторического объекта, а в Пермском крае – пока нет.

Чусовая – не единственная магистраль, на которую могут быть «надеты» многие региональные маршруты: уральские регионы соединяет рукотворный «хребет России» – Транссибирская магистраль. Именно на нее опирается самый «длинный» проект, который должен соединить не только многие регионы, но и Россию с Китаем и Монголией, – >>>

САМЫЕ-САМЫЕ



>>> Самый крупный межрегиональный проект в Европейской России – «Великая Волга».

>>> Самый «длинный» проект, соединяющий не только многие регионы, но и Россию с Китаем и Монголией, – Великий чайный путь.

>>> Самый «фундаментальный» маршрут называется «К истокам Руси» и соединяет древние города Смоленск, Псков и Великий Новгород.

>>> Федеральная целевая программа развития внутреннего и въездного туризма дала импульс и ресурсы для развития межрегионального сотрудничества в туризме.

ЕРМАК СНОВА ВПЕРЕДИ



»»» Одно из первых межрегиональных соглашений о сотрудничестве в области туризма было подписано в 2010 году на Урале – между Пермским краем, Тюменской и Свердловской областями (сегодня к нему присоединилась Челябинская область) о создании единого маршрута, посвященного походу Ермака на Сибирь.

Великий чайный путь. Здесь находится бывшая «чайная столица» России – Кунгур. Этот маршрут – не только узко обозначенная история развития чайной торговли, но и история российского купечества и меценатства, дипломатических отношений России и Китая, история строительства десятков городов и духовных центров на Чайном пути, разнообразие национальных культур народов, населяющих эти территории.

Весьма показательно, что межрегиональные маршруты на туристическом пространстве между Уралом и Волгой посвящены не только истории, но и природным достопримечательностям. Ассоциацией национальных парков Приволжья создается сквозной экологический маршрут, в который войдут национальные парки Самарской и Оренбургской областей, Удмуртии, Татарстана, Мордовии, Чувашии и Марий Эл. Общая площадь охраняемых природных территорий, вошедших в ассоциацию, составляет около 500 тысяч гектаров.

С БЕЖЕЦКОГО ВЕРХА

Идея создания межрегиональных туристских маршрутов активно разрабатывается на уездном уровне. В конце 2011 года в Тверской области было объявлено о начале создания туристического кластера «Бежецкий верх», который объединит территории восьми районов – Бежецкого, Весьегонского, Кесовогорского, Краснохолмского, Лесного, Молоковского, Сандовского, Сонковского.

Среди целей его создания – во-первых, культивирование и продвижение локальных модульных центров семейного гостеприимства для обслуживания разнообразных туристических маршрутов: спортивных, культурных, историко-этнографических, промысловых (охота, рыбалка, сбор грибов и ягод), аграрных – на богатой историко-культурной и природной базе территории «Бежецкого верха». Во-вторых, формирование уникального курорта на единой акватории Рыбинского водохранилища, обширные водные пространства которого создают отличные условия для развития активных видов туризма, экстремальных видов спорта, спортивного и любительского лова рыбы. И, наконец, строительство тематического парка «Приют поэтов», занимающего территорию усадьбы Слепнево, принадлежавшей матери Николая Гумилева.

Представляется очень важным, что проекты таких межрайонных туристических соглашений сегодня активно разрабатываются в регионах, в последние годы успешно развивающих туризм, например, в Пермском крае.

Строго говоря, руководители некоторых весьма успешных турфирм еще в начале нынешнего века говорили о необходимости создания единого турпродукта на уровне как всей страны, так и отдельных федеральных округов и областей. Тогда это выглядело благим пожеланием, даже мечтой, которая тем не менее десятилетие спустя постепенно превращается в реальность.

Тб

К летнему сезону

Комитет по транспортно-транзитной политике под давлением турбизнеса начал активную работу по определению мест бесплатной парковки туристических автобусов. Они появятся по всему городу, в том числе неподалеку от наиболее посещаемых туристами достопримечательностей – памятника Пушкину возле Русского музея и даже у Московского вокзала. Вместе с тем вице-президент РСТ Сергей Корнеев подчеркнул, что организаторы парковок пошли по «жесткому» пути – вместо рекомендуемых знаков теперь будут устанавливаться

запрещающие: «Те водители, которые будут нарушать, серьезно поплатятся: с июня штраф за такие нарушения в Москве и Петербурге составит три тысячи рублей».

Продолжается работа и по выравниванию цен на входные билеты для российских и иностранных посетителей: во многих музеях Петербурга это уже сделано, но есть и те, кто такому шагу противится. Резон у них очевидный: разница в стоимости билетов



существенная, и популярные у иностранцев музеи – Петергоф, Эрмитаж – опасаются потерять выручку. В этом летнем сезоне гости Петербурга смогут лучше ориентироваться, так как в Северной столице

уже начали реализовывать программу по установке 1650 новых носителей информации для туристов. К сезону обещают установить 400 конструкций, на которых в привычном для путешественников всего мира виде будут размещаться сведения о досто-

примечательностях, транспорте, точках общепита.

Порадуют гостей новинками и участники рынка. Компания «Радио-Гид», например, предлагает к использованию разработку нового поколения, которая одновременно является радиои аудиогидом, может вести туриста по городу от одной точки к другой, снабжая интересной информацией. «Музейный квартал» подготовил целую серию новых экскурсий, среди которых «Тайные знаки масонов», «Прогулка с почтальоном», «Нулевая верста». И даже квест-экскурсию «Детективные истории».

Управленческий учет в турбизнесе

В рамках рубрики «Технологии» мы начинаем серию публикаций, посвященных особенностям автоматизации туристического бизнеса. Сегодня поговорим об основах эффективного управления турагентством – управленческом учете.

В среде предпринимателей, особенно начинающих, считается, что открыть туристическое агентство очень просто, для этого не требуется больших затрат. Отчасти это справедливо, поскольку с отменой лицензирования туристической деятельности любой желающий может заняться этим бизнесом – порог входа очень невелик. Но не стоит забывать, что бизнес предполагает получение постоянного дохода от этой деятельности. Чтобы бизнес приносил доход, а не являлся средством самозанятости, необходимо, чтобы он был регулярным и рентабельным. Для регулярности бизнеса требуется постоянный поток клиентов, а для определения рентабельности необходимо ее считать, то есть вести бухгалтерский и управленческий учет. Условия работы турагентств можно описать так: низкий порог входа на рынок, большое число небольших компаний, высокая конкуренция за клиента, слабый уровень автоматизации и формализации офисных бизнес-процессов, недостаточность управленческого учета. Во многих фирмах нет единой системы, которая должна выполнять основные функции: калькуляцию туров, оформление заявок туристов, договоров и путевок, учет взаиморасчетов по заявкам с туристами и туроператорами, переписку и контакты с клиентами, расчет эффективности рекламы и проводимых мероприятий, бонусы постоянным клиентам и рекомендателям. Последнее особенно важно, поскольку в условиях высокой конкуренции необходимо сохранять клиентскую базу, а не тратить большие средства на привлечение новых клиентов. Клиентская база – ключевой ресурс в турбизнесе, поэтому приоритетной задачей является ее сохранение в офисной информационной системе (с разграничением прав доступа к информации), а не в записных книжках менеджеров или разрозненных файлах.

Не менее важен управленческий учет, построенный на реальных оперативных, а не на бухгалтерских данных, и предназначенный для принятия управленческих решений. Стандартом управленческого учета, например, является «Управленческий отчет

о прибылях и убытках» (не путать с бухгалтерской формой №2). Однако именно в турбизнесе есть проблема, которая не так актуальна для других видов деятельности. Это проблема контроля ликвидности и управления денежными средствами, которая связана с низкой маржинальностью бизнеса и большим потоком клиентских платежей в высокий сезон. Руководителю турагентства необходимо постоянно контролировать показатель «свободного остатка собственных денежных средств», чтобы всегда иметь возможность выполнить обязательства перед туроператорами и не входить в искушение потратить деньги клиентов на собственные нужды: зарплату, премии, рекламу. На проблеме недостаточного контроля ликвидности «погорела» не одна крупная туристическая компания.

Важно, чтобы не вы работали на бизнес, а бизнес работал на вас. Для этого необходима формализация бизнес-процессов – только тогда появляется возможность контроля ключевых показателей бизнеса. Многие современные информационные системы, особенно специализированные отраслевые программные продукты, уже дают набор готовых бизнес-процессов, и тогда не нужно изобретать велосипед. После того как бизнес-процессы формализованы, их работу можно контролировать дистанционно, из любой точки земного шара, при помощи отчетов по ключевым показателям.

Современная система автоматизации оперативного и управленческого учета в туристическом агентстве, кроме наличия отраслевой специфики, должна удовлетворять следующим критериям: быть приемлемой по соотношению цены и качества, обладать функциями CRM и управления персоналом, поддерживать легкий и быстрый обмен данными с популярными программами бухгалтерского учета, обладать подсистемой анализа деятельности и расчета реального финансового результата.

В следующей статье на конкретных примерах мы расскажем, как эффективно вести управленческий учет в туристическом агентстве с помощью отраслевой системы автоматизации.



ОЛЕГ БУРНЕЙКО

Директор ООО «Геософт-Консалт»,
консультант по управлению

>>> Клиентская база – ключевой ресурс в турбизнесе, поэтому приоритетной задачей является ее сохранение в офисной информационной системе.

>>> Для турбизнеса характерна проблема контроля ликвидности и управления денежными средствами, которая связана с низкой маржинальностью бизнеса и большим потоком клиентских платежей в высокий сезон.

Авиаперевозчик с улыбкой TUI

В мае у туроператора TUI Russia появится собственный авиаперевозчик, – об этом сообщил Александр Якушев, директор «С-Групп Капитал Менеджмент», который участвует в бизнесе TUI Russia&CIS как представитель крупного российского предпринимателя Алексея Мордашова.

ТЕКСТ СВЕТЛАНА БАЕВА

«**П**риобретать авиакомпанию TUI Russia не собирается. Мы планируем тесно сотрудничать с «Когалымавиа» (Kolavia) на определенных условиях, – пояснил корреспонденту «Турбизнеса» Александр Якушев. – В любом случае взаимоотношения авиапредприятия и туроператора будут более тесными, нежели обычные договоры об организации чартерной перевозки. Летом самолеты будут задействованы для выполнения рейсов на массовых туристических направлениях – в Турцию, Египет, Испанию».

СЕРВИС В НЕБЕ

В начале апреля в компании уточнили, что речь идет о создании на базе «Когалымавиа» нового перевозчика Metrojet. Он проведет ребрендинг и всестороннюю модификацию под стандарты туроператора. Изменится униформа бортперсонала, система питания пассажиров, дизайн салона и ланч-боксов, будет издаваться бортовой журнал. Для соответствия стандартам клиентоориентированности TUI новый авиаперевозчик будет вести постоянную работу по повышению уровня сервиса на борту. В частности, будет внедрена система CSQ с расширенным списком вопросов, персонал пройдет обучение под руководством тренеров из Великобритании.

«Собственная перевозка – это тот элемент, которого нам не хватало для полной комплектации наших программ, особенно в свете постоянно появляющихся нововведений, – отметил директор по туроператорской деятельности TUI Russia&CIS Алекс Лофтус. – Она позволит TUI гарантировать клиентам высокое качество сервиса на всех этапах путешествия – от покупки тура в агентстве до возвращения с отдыха домой. Мы ожидаем отлич-



ных результатов от такого рода синергии».

Авиакомпании, входящие в состав TUI Travel, суммарно обладают пятым по величине авиапарком в Европе – 155 самолетов. Собственные авиаперевозчики TUI (такие как TUIfly, Jetairfly, Corsairfly) выполняют регулярные и чартерные рейсы более чем по 150 направлениям по всему миру. В частности, они летают в более чем 60 аэропортов в 9 европейских странах.

СВОИ КРЫЛЬЯ

Примеры тесного взаимодействия авиакомпаний и крупных туроператоров появились уже и на российском рынке. 4 декабря 2009 года первый рейс из Внукова в Анталию выполнил перевозчик I Fly (ООО «Ай Флай»), тесно связанный с оператором Tez Tour. Сейчас он эксплуатирует лайнеры Боинг В-757-200. Генеральный директор Tez Tour Владимир Каганер отмечает: «Туроператор имеет непосредственное отношение к авиакомпании, но не является ее владельцем».

«Пегас Туристик» с 2008 года владеет авиакомпанией Nord Wings, в парке которой несколько Боингов В-757. Это, в частности, облегчило «Пегасу» выход на рынок Дальнего Востока.

Есть «свои» самолеты и у Anex Tour. «Иметь собственную авиакомпанию достаточно затратно, дешевле отдать собственные самолеты под крыло авиаперевозчика. Весной 2010 года Anex Tour начал перевозить туристов на воздушных судах Boeing 757-200, взятых в лизинг и профинансированных за счет собственных средств. Туроператор поставил самолеты под флаг профессионалов авиации – компании «ЮТэйр». В будущем при достаточном количестве пассажиров Anex Tour может увеличить свой авиапарк до 12 лайнеров», – сообщил Эльван Кючук, региональный координатор туроператора.



«**Л**етом самолеты TUI Russia будут задействованы для выполнения рейсов на массовых туристических направлениях – в Турцию, Египет, Испанию»

**АЛЕКСАНДР
ЯКУШЕВ**

Директор «С-Групп Капитал Менеджмент»

Небо над Невой

В предстоящем летнем сезоне туроператоры города на Неве предлагают клиентам три принципиальные новинки и расширяют полетные программы по целому ряду направлений

ТЕКСТ ВЛАДИМИР СЕРГАЧЕВ

Первая новинка – возобновление прямого регулярного рейса из Петербурга в Токио, отмененного в 2010 году. Полеты будут выполняться на самолете Боинг В-767-200 авиакомпании «Трансаэро».

Вторая новинка – чартерный рейс на греческий остров Кефалония, также выполняемый «Трансаэро». «Некоторые коллеги не верят в успех сезона по Греции, но я их мнения не разделяю, – говорит генеральный директор компании «Атлас» Дмитрий Смирнов. – Спектр предложений по этой стране все время расширяется, появляются новые направления, такие как Кефалония. В результате поток туристов перераспределяется – остается лишь грамотно совместить объемы спроса и предложения».

Еще одно новое направление – прямой чартерный рейс из Петербурга в Лиссабон, который с начала лета будет выполнять авиакомпания «Россия» на Аэробусе А-320 (180 мест). Консолидирующий его туроператор «Верса» предполагает, что новинка будет пользоваться спросом благодаря тому, что позволяет «закрыть» не только всю континентальную Португалию, но и организовать удобную стыковку для путешествий на Мадейру. «Из Лиссабона достаточно удобно доставлять туристов на все курорты и организовывать экскурсионные программы, – считает Станислав Соловьев из «Версы». – Удобная стыковка Петербург – Лиссабон – Мадейра позволяет надеяться на то, что португальское направление станет у нас круглогодичным».

«Благоприятные перспективы сезона подтверждает хотя бы тот факт, что операторы из Петербурга выходят на новые направления и предлагают принципиальные новинки там, куда туристы уже привыкли ездить, – констатирует вице-президент РСТ Сергей Корнеев. – Например, в Греции этим летом предлагается уникальный паломнический круиз по святым местам – такого раньше на рынке не было».

Не скрывает своих ожиданий и руководитель «Солвекс-турне» Тамара Халецкая. «Сложности бывают каждый год, но в этом сезоне ситуация в целом складывается благоприятно для выездного туризма», – считает она.

«Вполне успешным сезон может быть на таких направлениях, как Турция, Испания и Тунис, – пола-

гает руководитель представительства «Пегас Туристик» Мария Бакина. – Но многое будет зависеть не только от общей ситуации в странах Средиземноморья, но и от умения операторов взаимодействовать друг с другом».

Больше всего профессионалов турбизнеса в Петербурге беспокоит «воздух». Точнее, соответствие объемов перевозки спросу: многие побаиваются избытка мест на самолетах. «По предварительным данным, в сезон из Петербурга в Грецию еженедельно будет летать 36 бортов – 5 самолетов в день. Скорее всего, некоторые из них окажутся лишними, – считает руководитель представительства «Музенидис Тревел» Елена Нецецкая. – Однако насколько перевозка соответствует реальному спросу, станет понятно только летом». Генеральный директор турфирмы «Иволга» Ольга Гончарова именно Грецию считает самым опасным с точки зрения возможного демпинга направлением. «Явный избыток бортов, объясняемый большими аппетитами игроков рынка, только способствует появлению спецпредложений, – уверена она. – А если «загорится» Греция – как и в прошлом году, не поздоровится и другим направлениям».

Сомнения в успехе сезона по Греции и Турции привели в Петербурге к небывалому – один из лидеров местного рынка, турфирма «Нева», пошла на беспрецедентный шаг, сократив объемы своих предложений. «Мы считаем это правильным, так как уровень сервиса в Турции, например, зачастую уже не соответствует ценам», – считает заместитель генерального директора «Невы» Елена Бородина.

Вместе с тем не только греческий сезон ожидается «горячим». После крушения компании «Алма-тур», которая в городе на Неве занимала примерно 40% болгарского рынка, желающих занять ее место оказалось более чем достаточно. В их числе и такие гранды-новички направления, как Tez Tour и «Библио-Глобус». Причем последний готов осваивать болгарский рынок в свойственной ему манере, сразу же претендуя на значительную долю. В результате оператор начнет летать на бортах «Трансаэро» (будет впервые выполнять рейсы из Петербурга в Бургас и Варну), предлагая практически все курорты страны.



В летнем сезоне два новых иностранных перевозчика начнут полеты из Пулкова: греческая Aegean Airlines в Салоники и Корфу, итальянская Air One в Венецию



Эксперты считают, что наиболее дешевые туры в летнем сезоне ожидают туристов из Петербурга в Болгарию и Грецию.

Круизы остаются безопасными

В конце марта в рамках интенсивного курса обучения продажам морских круизов для региональных агентств, ежегодно организуемого компанией «Бриз Лайн», состоялась международная конференция по морским круизам с участием иностранных гостей – экспертов круизного бизнеса, представителей ведущих круизных компаний и руководства РСТ и АТОР.

ТЕКСТ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ

Перед агентствами выступили генеральный директор компании «Бриз Лайн» Максим Радионовский, директор по продажам и маркетингу Людмила Федорова, независимый эксперт по круизам, проработавший в круизной индустрии более 20 лет и 10 лет возглавлявший департамент круизов английской компании TUI – Thomson Дэвид Селби, региональный менеджер по Европе круизных компаний Princess Cruises & Cunard Line Натали Папоутсоглоу, пресс-секретарь РСТ Ирина Тюрина, исполнительный директор АТОР Майя Ломидзе. Максим Радионовский сделал доклад о ситуации на круизном рынке России.

В свете последних событий, связанных с крахом «Ланты-тур вояж», агентам было полезно выслушать мнение профессионала о нынешних реалиях рынка и получить необходимые советы о том, как правильно выбрать партнера для дальнейшей работы. Людмила Федорова рассказала о предполагаемых тенденциях и колебаниях спроса в сезоне весна–осень 2012. По ее мнению, основные продажи сейчас придутся на круизы на американских лайнерах. Тем более что цены на них начинаются от \$999 за 13-дневный круиз.

САМЫЙ БЕЗОПАСНЫЙ ОТДЫХ

По словам Дэвида Селби, трагедия с лайнером Costa Concordia была совершенно неожиданной и повлияла на бронирования круизов по всему миру. Однако круизы по-прежнему остаются самым безопасным видом отдыха. В период с 2005 по 2011 годы в круизах побывали 117 млн человек. За это время в морских путешествиях погиб 21 человек. «Важно отметить, что каждое судно имеет детальный план эвакуации. Экипаж лайнеров проходит обучение как на море, так и на суше. Шлюпки, которыми все суда оборудованы на случай эвакуации, должны отойти от лайнера в течение 30 минут. И их постоянно проверяют. Причем каждое судно должно иметь на шлюпках на 25% больше посадочных мест, чем людей на борту», – рассказал Дэвид Селби. Безопасностью морских лайнеров занимается

Международная морская организация ИМО. Перед каждым круизом все лайнеры тщательно проверяются. Они обязаны иметь сертификаты безопасности, которые нужно подтверждать раз в год. Два раза в каждые 5 лет все суда проходят полную проверку в сухих доках. По словам Дэвида Селби, теперь, после крушения Concordia, все пассажиры должны проходить учебную тревогу в течение 24 часов после посадки на борт. Такие круизные компании, как Princess Cruises и Cunard Line, проводят учебную тревогу тогда, когда судно еще стоит в порту.

Интересно, что на прошедшей в начале марта 2012 года важнейшей круизной выставке Cruise Miami, в которой участвуют все, кто связан с круизами (портовые службы, компании-судовладельцы, операторы), обсуждались два вопроса: не слишком ли велики размеры современных круизных судов и насколько правильно то, что за безопасность в круизе отвечает только капитан. Участники сошлись во мнении, что большие размеры лайнеров соответствуют интересам безопасности, так как они могут справляться с сильными штормами. При этом суда сохраняют высокую маневренность. Что касается ответственности капитанов, то однозначного ответа на этот вопрос нет. Было решено, что Итальянская морская организация сделает доклад на эту тему в ближайшее время. Дэвид Селби подчеркнул, что все пассажиры, поднимающиеся на борт, проходят тщательную проверку службой безопасности лайнера. Они получают «паспорт» – ключ от каюты с фото. Что касается круизов в регионах, где действуют пираты (воды Западной Африки), то все современные лайнеры оборудованы специальными водяными пушками, позволяющими отбить атаки маленьких лодок.

НОВЫЕ ЛАЙНЕРЫ, НОВЫЕ ПРОГРАММЫ

Натали Папоутсоглоу подробно рассказала об одних из лучших по соотношению цены и качества продуктах на круизном рынке от компаний Princess Cruises и Cunard Line. Бесспорно, цены на круизы по Средиземному морю (от \$999 за круиз на 13 дней) компании Princess

»»» Среди 250 участников международной конференции было разыграно 4 места в «Круизе от Бриза» на майские праздники. Счастливыми обладателями бесплатного круиза стали агенты из Санкт-Петербурга, Нижнего Новгорода и Ростова-на-Дону.

»»» 17–18 мая в Санкт-Петербурге состоится «Круизная конференция», организованная для агентств компанией «Бриз Лайн». Еще одну конференцию оператор проведет во Владивостоке.

Cruises стали лучшей новостью для агентств, принявших участие в конференции.

Госпожа Папоутсоглоу отметила возрастающий интерес российских круизеров к региону Аляски. По ее словам, путешествие в эти места выбирают искушенные туристы, не раз бывавшие в круизах. Особой популярностью пользуются круиз-туры, совмещающие плавание и отдых на Аляске.

Важной новостью стало то, что новейший лайнер Princess Cruises – Royal Princess в следующем году будет выполнять круизы в Средиземном море – традиционно самом популярном у российских туристов регионе. Первый блок в конструкции этого судна был заложен 20 октября 2011 года на верфи Fincantieri Monfalcone в Италии. Киль нового корабля весом более 500 тонн был установлен в сухом доке, откуда весной 2013 года новая «Принцесса» начнет свое путешествие.

Лайнер получит несколько инновационных решений, которые сделают его лучшим судном из когда-либо принадлежавших компании Princess. Одним из таких новшеств станет прозрачный туннель SeaWalk на самой верхней палубе с прозрачным полом, откуда будет открываться потрясающий вид на море. Пассажиры ждут расширенная зона для взрослых The Sanctuary с бассейном. Еще два бассейна оформят в стиле тропического острова. Вечером они будут превращаться в открытую дискотеку с шоу фонтанов и света. Кинотеатр под открытым небом «Кино под звездами» оборудуют большим экраном с высоким разрешением. Сейчас флот Princess Cruises насчитывает 16 кораблей, которые посещают около 300 портов по всему миру и могут принять на борт от 680 до трех тысяч пассажиров каждый.

ТОНКОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ

Агенты – участники конференции – живо отреагировали на возможность получить информацию из первых рук. На многочисленные волнующие вопросы отвечали представители РСТ и АТОР. Обсуждались вопросы демпинга, доверия туроператорам, страхования туристов, обучения агентов – очного и дистанционного. 17–18 мая в Санкт-Петербурге состоится «Круизная конференция», организованная для агентств компанией «Бриз Лайн». В качестве спикеров в ней примут участие Натали Папоутсоглоу и заместитель генерального директора компании «Бриз Лайн» Илья Милитицкий. В программе мероприятия 17 мая – посещение круизного лайнера Queen Victoria (презентация на борту, ланч), семинар «Новые цены на круизы лето 2012 с Princess Cruises – 13 дней от \$999». 18 мая агенты смогут посетить круизный лайнер Emerald Princess, на борту пройдет круизная конференция с перерывом на чай и кофе. В дальнейшем компания «Бриз Лайн» планирует провести круизную конференцию во Владивостоке. **Тб**



Участники конференции – МАКСИМ РАДИОНОВСКИЙ, НАТАЛИ ПАПОУТСОГЛОУ, ЛЮДМИЛА ФЕДОРОВА и ИЛЬЯ МИЛИТИЦКИЙ, ДЭВИД СЕЛБИ и ИРИНА ТЮРИНА. Гостиница «Салют» превратилась в круизный лайнер



НАЗВАНИЕ

MERCURE ARBAT MOSCOW

РАСПОЛОЖЕНИЕ

МОСКВА, Смоленская
площадь, д.3, стр.6

КАТЕГОРИЯ

4*

ФОКУС – ОТКРЫТИЕ

ДАТА ОТКРЫТИЯ

14 марта 2012 года

НОМЕРНОЙ ФОНД

109 номеров, в том числе 18 номеров категории Privilege и 4 номера люкс. В номерах предоставляется широкий набор услуг: от бесплатного доступа к интернету (Wi-Fi) до возможности самостоятельно приготовить чай или кофе прямо в номере.

К УСЛУГАМ ГОСТЕЙ

Ресторан La Promenade, который предлагает блюда французской и русской кухни, приготовленные шеф-поваром Александром Сорокиным, уютная библиотека с коллекцией уникальных книг, лобби-бар, высокоскоростной интернет и услуги бизнес-центра, круглосуточное обслуживание в номерах, оздоровительный центр, конференц-зал, оснащенный современным оборудованием.

СПРАВКА ТБ

Отель Mercure Arbat Moscow стал первой гостиницей этого бренда, открытой в России. Mercure – это бренд средней ценовой категории, входящий в группу Ассог. Отели Mercure отличаются неповторимое дизайнерское оформление, у каждого из них свой колорит и индивидуальный стиль. В дальнейшем группа планирует расширить присутствие бренда на территории РФ. На ближайшие годы запланировано открытие отелей Mercure Липецк, Mercure Кемерово, Mercure Роза Хутор (верхний уровень), Mercure Роза Хутор (нижний уровень), Mercure Сочи Университи Плаза, Mercure Тюмень, Mercure Бахрушина (Москва), Mercure Бауманская (Москва), Mercure Ростов-на-Дону, Mercure Коприно Плаза.

КАК ИДЕТ БРОНИРОВАНИЕ

ПАВЕЛ КОМАРОВ, revenue-менеджер

Best Western Vega Hotel&Convention Center

Спрос на апрель в нашем отеле очень высокий. Средняя загрузка в этом месяце составляет 87% – с учетом стандартного для бизнес-отелей снижения заполняемости на выходные дни. На протяжении всего месяца на будние дни прогнозируется 100%-ная загрузка, есть даты, на которые продажи временно приостановлены. Первые брони начали поступать в сентябре-ноябре 2011 года. Основное (резкое) увеличение спроса приходится на декабрь 2011 года, далее равномерно распределяется на январь-март 2012.

Традиционно наибольшим спросом в нашем отеле пользуются номера низшей ценовой категории (стандарты и бизнес-класс), бронируются они в среднем на 2–3 дня. Основные клиенты нашей гостиницы – российские граждане, индивидуалы. Апрель не станет исключением, но ожидаются и группы иностранных туристов.

ЕЛЕНА БЕЛАШОВА, директор гостиницы

Crowne Plaza Moscow World Trade Centre

Апрель традиционно считается благоприятным месяцем для деловых поездок, что, несомненно, влияет на

количество бронирований. В апреле у нас проходит много крупных мероприятий, на некоторые периоды загрузка Crowne Plaza Moscow составляет 100%. Заявки на бронирование начали поступать еще в прошлом году. Пик активности выпал на январь текущего года.

В любом отеле наибольшей популярностью пользуются стандартные номера. Вместе с тем наши гости все чаще выбирают для себя клубные номера Crowne Plaza, сочетающие современные просторные интерьеры, панорамные виды на город, а также клубные привилегии и дополнительный сервис.

Основная масса гостей Crowne Plaza Moscow на данный период – иностранцы. Заявки на бронирование поступают как на индивидуальные бронирования, так и на группы. Каких запросов больше, сказать очень трудно, так как этот вопрос следует рассматривать в соответствии с особенностями спроса каждой недели апреля в отдельности.

Продолжительность проживания зависит от целей поездок. Группы живут немного дольше, чем индивидуальные гости. В целом средняя продолжительность проживания составляет 2–3 дня.

»» До
100%

составит в апреле загрузка номеров Best Western Vega Hotel&Convention Center и Crowne Plaza Moscow World Trade Centre.

«Милан»: любовь с первого заезда

«Все больше гостей, которые один раз приехав в «Милан», возвращаются к нам снова и снова», – отмечает заместитель генерального директора по продажам и маркетингу гостиницы **МИХАИЛ МЕНЬШОВ**

БЕСЕДОВАЛА АННА ЮРЬЕВА



По статистике Комитета по туризму и гостиничному хозяйству Москвы, число зарубежных гостей столицы растет. Отражается ли это на показателях загрузки отеля, каковы прогнозы на предстоящий сезон отпусков? Количество иностранных гостей в отеле постоянно растет. На это влияет и увеличение общего объема потока иностранных туристов в Москву, и повышение уровня лояльности клиентов отеля, и активное продвижение гостиницы на международном туристическом рынке. Все больше гостей, которые

один раз остановившись в «Милане», возвращаются к нам снова и снова. Для иностранных туристов очень важно качество предоставляемых услуг, высокий уровень безопасности в отеле, они хотят всегда быть «на связи» и получить максимум возможностей в одном месте. Отель соответствует всем этим требованиям. Служба безопасности работает круглосуточно, мы предоставляем услуги трансфера с англоговорящим водителем, визовую поддержку, в «Милане» работает персонал со знанием иностранных языков, предоставляется бесплатный доступ к беспроводному интернету, что очень важно в сегодняшнем быстром ритме жизни. Тенденция постоянного увеличения числа зарубежных гостей в отеле дает нам основания прогнозировать положительную динамику роста и в дальнейшем.

Летом среди гостей Москвы преобладают туристские группы, а осенью, зимой и весной в город в основном приезжают деловые люди. Какие возможности отель предлагает туристским группам и бизнесменам-индивидуалам? Для туристских групп отель предлагает специальные тарифы на проживание, организацию экскурсионных программ, варианты питания ВВ, НВ, FB и многое другое. К летнему сезону мы готовим ряд специальных предложений для туристов, которые будут включать полный спектр услуг: заказ билетов, трансферы, визовую поддержку, проживание, организацию экскурсионных программ. Полный комплекс услуг гость сможет заказать уже на этапе планирования своего маршрута и подобрать для себя наиболее интересный и финансово выгодный вариант программы.

Бизнес-туристам отель предлагает очень широкие возможности. Это, например, организация бизнес-встреч, совещаний, переговоров или конференций. В отеле 15 конференц-залов, наши специалисты подберут зал, соответствующий требованиям гостя. Круглосуточно можно воспользоваться бесплатным Wi-Fi или проводным интернетом в номере. Если необходимо отправить факс или распечатать документы, гость может обратиться в бизнес-центр отеля, сотрудники которого помогут ему в любое время. Если нужно наладить конференц-связь с другим городом или страной, это всегда можно сделать из номера.

Количество гостиниц в Москве растет, в сегменте отелей высокой категории конкуренция очень высока. Что позволяет «Милану» отвоевывать свою часть рынка? Составляющие успеха можно перечислять долго. Это высокий уровень сервиса, широкий спектр услуг, работа по повышению лояльности гостей отеля, активное продвижение на российском и международном рынках. Важны постоянная работа по расширению корпоративного сегмента, поиск и реализация инновационных идей для развития. Не стоит забывать о такой принципиальной составляющей, как профессионализм тех, кто работает в отеле. Это не все факторы, а только небольшая доля того, что позволяет «Милану» активно расти и постоянно улучшать свои позиции на рынке гостиничных услуг.

Важная часть успеха в конкурентной борьбе – налаженные контакты с туристическими компаниями и агентствами-партнерами, расскажите о практике сотрудничества с ними, специальных тарифах и программах поощрения. Мы поддерживаем тесные партнерские отношения со многими компаниями и агентствами, понимаем, что они хотят получить от отеля в форме того или иного предложения. Очень важно индивидуально подходить к сотрудничеству с каждым партнером. Мы всегда готовы найти наиболее выгодное и интересное решение, сделать конкурентоспособное предложение для налаживания и поддержания стабильных и прочных отношений. Постоянным партнерам мы предоставляем особые условия сотрудничества, бесплатное проживание, дополнительные скидки, привилегии. Словом, все то, что будет способствовать укреплению нашего сотрудничества.

Расскажите о наиболее интересных заказах на размещение или проведение мероприятий за последнее время. Особенно хочется выделить проведение тест-драйвов на определение «Автомобиль года», организацию выставочных стендов на территории отеля, проведение международного конкурса красоты среди «моделей +», проведение финала конкурса «Невеста Москвы 2011». Каждое мероприятие интересно по-своему, мы не боимся нестандартных форматов, всегда с радостью беремся за интересный проект.

Каковы планы по развитию отеля на весенний и летний сезоны?

Основное – это развитие сотрудничества с туристическими компаниями, разработка новых предложений для тургрупп и индивидуальных туристов, постоянная работа по повышению качества услуг отеля, увеличение доли корпоративного сегмента, расширение целевой аудитории за счет расширения комплекса услуг. И это, конечно, еще не все. Планы большие и амбициозные, нацеленные на стратегическое развитие отеля и увеличение нашей доли на рынке.

Отель «Милан»

115563, Москва, ул. Шипиловская, д. 28А • тел: +7 (495) 648 9292, 648 9321
sales@hotelmilan.ru • www.hotelmilan.ru

Владивосток – перезагрузка

Компания Azimut Hotels отмечает рост загрузки гостиниц Владивостока. Осенью здесь пройдет саммит стран АТЭС, к которому готовятся уже не первый год. Один из центральных гостиничных проектов региона – строительство двух отелей Hyatt, открытие которых увеличит совокупный номерной фонд города почти на 30%.

По данным компании, в 2011 году турпоток в Приморье увеличился на 18% по сравнению с прошлым годом и составил более 80 тысяч туристов. По прогнозам организаторов саммита, в период его проведения регион посетят порядка 20 тысяч делегатов и гостей форума. Гостиничные операторы

отмечают увеличение загрузки отелей в среднем на 5–8%. Загрузка в «Азимут Отель Владивосток» за период с декабря по январь выросла на 10% по сравнению аналогичным периодом в 2010–2011 годах. Рост интереса к городу в преддверии саммита неудивителен, сейчас подготовка к этому масштабному событию международного значения идет уже полным ходом, а номерной фонд города до недавнего времени почти не обновлялся.



Сибирская экспансия

Cronwell Hotels & Resorts в прошлом году открыла первый зарубежный объект – Rahoni Cronwell Park Hotel, расположенный на побережье Эгейского моря, на полуострове Кассандра.



В 2012 году цепочка планирует работу по проектированию и строительству еще трех объектов как в России, так и за рубежом. Из других новостей сети – Cronwell Hotels & Resorts стала первой российской гостиничной сетью, отелям которой удалось подтвердить свой вклад в защиту окружающей среды – международные сертификаты

The Green Key получили сетевые гостиницы в Санкт-Петербурге, Западной Сибири и Калининградской области. Итогом все-российского конкурса «Лучшие отели России – 2011», учредителем которого является Российская гостиничная ассоциация, стало признание отеля Cronwell Resort Югорская Долина лучшим объектом категории 4 звезды.

В Калуге и Ярославле

В следующем году в Калуге откроется комплекс из двух отелей под управлением Accor Group, это трехзвездный Ibis и апарт-отель Adagio – первая гостиница данного бренда в России. Объем инвестиций в проект оценивается в \$30 млн. Девелопером выступит компания GVA Sawyer. Ей же принадлежит разработка концепции строительства объекта размещения для паломников, который расположится в непосредственной близости от Николо-Сольбинского женского монастыря. Инвестиции в проект составят около \$3,5 млн. В настоящий момент компания подключилась к поиску инвесторов совместно с представителями монастыря. Николо-Сольбинский женский монастырь нахо-

дится в Ярославской области, в деревне Сольба, в 95 км от Сергиева Посада и в 60 км от Переславля-Залесского. Площадь будущего 2–3-этажного здания составит 2 тысячи квадратных метров. Гостиница рассчитана на 80 койко-мест, с возможным расширением до 120–140 мест. Планируется, что номера будут разного типа: 20% номеров повышенной комфортности рассчитаны на двухместное размещение; 80% номеров рассчитаны на 4–6-местное размещение.

ТЕКСТ АННА ЮРЬЕВА,
ЕВГЕНИЙ ГОЛОМОЛЗИН

БЕСПЛАТНО
ПРОВОДНОЙ ИНТЕРНЕТ
В НОМЕРАХ И
WiFi
В КОНФЕРЕНЦ-ЗАЛАХ,
РЕСТОРАНАХ, БАРАХ И
ХОЛЛЕ ГОСТИНИЦ

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

20
YEARS
NOVOTEL
HOTELS

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

GDS CODES: Amadeus: RT MOWNDV Galileo: RT 23814 Sabre: RT 29959 Worldspan: RT NYMOW

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ПРЕДСТАВИТЕЛЬ КОМПАНИИ PRINCESS CRUISES В РОССИИ И СНГ

КРУИЗЫ ОТ БРИЗА

КРУИЗЫ НА АМЕРИКАНСКИХ ЛАЙНЕРАХ



PRINCESS CRUISES
escape completely

СРЕДИЗЕМНОЕ МОРЕ
ЗАПАДНАЯ ЕВРОПА
НОРВЕЖСКИЕ ФЬОРДЫ
ИСЛАНДИЯ



13 ДНЕЙ
999
ОТ USD



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

7 ИЗ 10 ЛЮБИТЕЛЕЙ КРУИЗОВ В РОССИИ ПРЕДПОЧИТАЮТ ПУТЕШЕСТВОВАТЬ С НАМИ



ЛАЙНЕР RUBY PRINCESS 5* LUX
водоизмещение 113,000 тонн / 3080 пассажиров

КРУИЗЫ ПО СРЕДИЗЕМНОМУ МОРЮ

РУССКИЕ ГРУППЫ / ЭКСКУРСИИ НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ



КРУИЗЫ НА АМЕРИКАНСКИХ ЛАЙНЕРАХ

БОЛЬШОЕ СРЕДИЗЕМНОМОРЬЕ 2012

13 ДНЕЙ | БАРСЕЛОНА – ВЕНЕЦИЯ | RUBY PRINCESS 5* LUX

1	БАРСЕЛОНА, ИСПАНИЯ	посадка с 13 дня	19.00
2	НИЦЦА / МОНТЕ-КАРЛО, МОНАКО	11.00	19.00
3	ПИЗА / ФЛОРЕНЦИЯ, ИТАЛИЯ	06.00	19.00
4	РИМ, ИТАЛИЯ	07.00	19.00
5	НЕАПОЛЬ / ПОМПЕИ, ИТАЛИЯ	07.00	19.00
6	в море	-	-
7	О.МИКОНОС, ГРЕЦИЯ	07.00	14.00
8	СТАМБУЛ, ТУРЦИЯ	06.00	18.00
9	ЭФЕС, ТУРЦИЯ	12.00	19.00
10	АФИНЫ, ГРЕЦИЯ	06.00	17.45
11	в море	-	-
2 ДНЯ В ВЕНЕЦИИ			
12	ВЕНЕЦИЯ, ИТАЛИЯ (ночь на борту лайнера)	13.00	-
13	ВЕНЕЦИЯ, ИТАЛИЯ	-	высадка до 11 утра



МЕНЮ В РЕСТОРАНАХ ЛАЙНЕРА НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ

КРУИЗ КЛАССА ПРЕМИУМ

ОТ 999 USD

2012	06 мая	17 июля
	18 мая	29 июля
	30 мая	10 августа
	11 июня	22 августа
	23 июня	03 сентября
	05 июля	15 сентября

ВИЗЫ для ГРАЖДАН РОССИИ:
ИТАЛИЯ (мультишенген)

Цены за круиз указаны на одного человека при 2-х местном размещении.
Портовые сборы - включены в стоимость круиза.
Дополнительно оплачиваются: таксы 85.00 USD на человека, визы, а/б и страховка.

май - июнь	июль - август	сентябрь	
\$ 999	\$ 1399	\$ 1599	КАЮТА БЕЗ ОКНА
\$ 1399	\$ 1499	\$ 1699	КАЮТА С ОКНОМ загороженный вид
\$ 1599	\$ 1699	\$ 1899	КАЮТА С ОКНОМ
\$ 1899	\$ 2399	\$ 2599	КАЮТА С БАЛКОНОМ
\$ 3099	\$ 2999	\$ 3399	МИНИСЬЮТ С БАЛКОНОМ

СРЕДИЗЕМНОМОРСКИЕ КАНИКУЛЫ 2012

13 ДНЕЙ | РИМ – ВЕНЕЦИЯ | CROWN PRINCESS 5* LUX

1	РИМ, ИТАЛИЯ	посадка с 13 дня	18.00
2	в море	07.00	18.00
3	ПИЗА / ФЛОРЕНЦИЯ, ИТАЛИЯ	06.00	18.00
4	НЕАПОЛЬ / ПОМПЕИ, ИТАЛИЯ	08.00	19.00
5	в море	-	-
6	О.САНТОРИНИ, ГРЕЦИЯ	08.00	19.00
7	АФИНЫ, ГРЕЦИЯ	06.00	17.45
8	О.МИКОНОС, ГРЕЦИЯ	01.00	18.00
9	КАТАКОЛОН, ГРЕЦИЯ	08.00	17.00
10	О.КОРФУ, ГРЕЦИЯ	07.00	16.00
11	СПЛИТ, ХОРВАТИЯ	09.00	18.00
2 ДНЯ В ВЕНЕЦИИ			
12	ВЕНЕЦИЯ, ИТАЛИЯ (ночь на борту лайнера)	09.00	-
13	ВЕНЕЦИЯ, ИТАЛИЯ	-	высадка до 11 утра



МЕНЮ В РЕСТОРАНАХ ЛАЙНЕРА НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ

КРУИЗ КЛАССА ПРЕМИУМ

ОТ 999 USD

2012	05 июня
	29 июня
	23 июля
	16 августа
	09 сентября
	03 октября

ВИЗЫ для ГРАЖДАН РОССИИ:
ИТАЛИЯ (мультишенген)

Цены за круиз указаны на одного человека при 2-х местном размещении.
Портовые сборы - включены в стоимость круиза.
Дополнительно оплачиваются: таксы 80.00 USD на человека, визы, а/б и страховка.

июнь	июль - август	сентябрь	
\$ 999	\$ 999	\$ 1199	КАЮТА БЕЗ ОКНА
\$ 1099	\$ 1099	\$ 1299	КАЮТА С ОКНОМ загороженный вид
\$ 1299	\$ 1299	\$ 1499	КАЮТА С ОКНОМ
\$ 1999	\$ 1999	\$ 2199	КАЮТА С БАЛКОНОМ
\$ 3099	\$ 3099	\$ 2999	МИНИСЬЮТ С БАЛКОНОМ

- групповой заезд с экскурсиями в портах захода на русском языке. - наш представитель на борту + экскурсии на русском языке.



КРУИЗЕР Океан PRINCESS 5* LUX
длина 270 м / 113.000 тонн / 3080 пассажиров

КРУИЗЫ НА АМЕРИКАНСКИХ ЛАЙНЕРАХ

БРИТАНСКИЕ ОСТРОВА И ПАРИЖ 2012

ПАРАД ВОЕННЫХ ОРКЕСТРОВ
В ЭДИНБУРГЕ В КРУИЗАХ
01 и 13 АВГУСТА!

13 ДНЕЙ ЛОНДОН - ЛОНДОН | CARIBBEAN PRINCESS 5* LUX

1	ЛОНДОН, АНГЛИЯ	посадка с 13 дня	17.00	
2	О.ГЕРНСИ, АНГЛИЯ	07.00	14.00	
3	ХОЛХЕД, Уэльс	10.00	20.00	
4	ДУБЛИН, ИРЛАНДИЯ	02.00	22.15	
5	БЕЛФАСТ, СЕВЕРНАЯ ИРЛАНДИЯ	08.30	19.00	
6	ГЛАЗГО / ЭДИНБУРГ, ШОТЛАНДИЯ (ночь на борту лайнера)	07.00	-	
7	ГЛАЗГО / ЭДИНБУРГ, ШОТЛАНДИЯ	-	02.00	
8	ОРКНЕЙСКИЕ О-ВА, ШОТЛАНДИЯ	07.00	17.00	
9	ЭДИНБУРГ, ШОТЛАНДИЯ	07.00	19.00	
10	ЛОХ-НЕСС, ШОТЛАНДИЯ	08.00	19.00	
11	в море	-	-	
12	ПАРИЖ, ФРАНЦИЯ	07.00	20.00	
13	ЛОНДОН, АНГЛИЯ	-	-	высадка до 11 утра

ОТ 1499 USD



МЕНЮ В РЕСТОРАНАХ ЛАЙНЕРА НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ
КРУИЗ КЛАССА ПРЕМИУМ

2012
14 мая
26 мая
07 июня
08 июля
01 августа
13 августа

ВИЗЫ для ГРАЖДАН РОССИИ:
АНГЛИЯ, ФРАНЦИЯ (шенген)
Цены за круиз указаны на одного человека при 2-х местном размещении.
Портовые сборы - включены в стоимость круиза.
Дополнительно оплачиваются: такси 100.00 USD на человека, виза, а/б и страховка.

01 августа	
\$ 1499	КАЮТА БЕЗ ОКНА
\$ 1599	КАЮТА С ОКНОМ загороженный вид
\$ 2499	КАЮТА С ОКНОМ
\$ 2499	КАЮТА С БАЛКОНОМ
\$ 3099	МИНИСЬЮТ С БАЛКОНОМ

ИСЛАНДИЯ И НОРВЕЖСКИЕ ФЬОРДЫ 2012

13 ДНЕЙ ЛОНДОН - ЛОНДОН | CARIBBEAN PRINCESS 5* LUX

20.07	ЛОНДОН, АНГЛИЯ	посадка с 13 дня	17.00	
21.07	в море	-	-	
22.07	БЕРГЕН, НОРВЕГИЯ	10.00	18.00	
23.07	ОПЬДЕН, НОРВЕГИЯ	08.00	18.00	
24.07	ХЕЛЛЕСИЛЬТ / ГЕЙРАНГЕР, НОРВЕГИЯ	08.00	18.00	
25.07	ОЛЕСУНН, НОРВЕГИЯ	08.00	17.00	
26.07	в море	-	-	
2 ДНЯ В ИСЛАНДИИ				
27.07	АКУРЕЙРИ, ИСЛАНДИЯ	07.00	16.00	
28.07	РЕЙКЬЯВИК, ИСЛАНДИЯ	10.00	20.00	
29-31.07	в море	-	-	
01.08	ЛОНДОН, АНГЛИЯ	-	-	высадка до 11 утра



ОТ 1499 USD

МЕНЮ В РЕСТОРАНАХ ЛАЙНЕРА НА РУССКОМ ЯЗЫКЕ
КРУИЗ КЛАССА ПРЕМИУМ

2012
20 июля (пт)


ВИЗЫ для ГРАЖДАН РОССИИ:
АНГЛИЯ, НОРВЕГИЯ (мультишенген)
Цены за круиз указаны на одного человека при 2-х местном размещении.
Портовые сборы - включены в стоимость круиза.
Дополнительно оплачиваются: такси 85.00 USD на человека, виза, а/б и страховка.

\$ 1499	КАЮТА БЕЗ ОКНА
\$ 1599	КАЮТА С ОКНОМ загороженный вид
\$ 2499	КАЮТА С ОКНОМ
\$ 2499	КАЮТА С БАЛКОНОМ
\$ 3099	МИНИСЬЮТ С БАЛКОНОМ

КРУИЗЫ ОТ БРИЗА (495) 926-99-40


PRINCESS CRUISES
escape completely

АЗИАТСКИЕ ЖЕМЧУЖИНЫ

2012: 09 октября |  25 октября |  10 ноября

РУССКИЕ ГРУППЫ

17 ДНЕЙ
1799
ОТ USD



on-line
WWW.BREEZE.RU
бронируйте каюты в интернете



CRUISES & TOURS
Breeze^L

КРУИЗЫ ОТ БРИЗА



В РОССИИ

МОСКВА:

- 5-Й ДОНСКОЙ ПРОЕЗД 21Б, СТР.10, ЭТАЖ 4
тел. 7-200-100, 925-777-1 / факс (7-495) 789-60-10
- УЛ. ГИЛЯРОВСКОГО 39, ОФИС 213 / тел. (7-495) 921-35-15

САНКТ-ПЕТЕРБУРГ:

- ПРОСПЕКТ БАКУНИНА 4
тел. (7-812) 717-38-06, (7-812) 318-15-16

ЕКАТЕРИНБУРГ:

- УЛ. БЕЛИНСКОГО 83, ОФИС 19/02
тел. (7-343) 229-53-71, (7-343) 229-53-72, (7-343) 222-08-22



В УКРАИНЕ

КИЕВ:

- УЛИЦА Б.ХМЕЛЬНИЦКОГО, 16/22, ОФИС 420Б,
тел. (38-044) 369-30-59, 383-60-04

ART TOUR

К штурвалу, друзья!

В этом году компания «Арт-тур» собирается активно продвигать достаточно новый для нашего рынка продукт – аренду речных круизных судов. О нюансах и плюсах этого отдыха мы попросили рассказать ее генерального директора **ДМИТРИЯ АРУТЮНОВА**.



Почему ваша компания решила заняться арендой круизных речных судов на реках Европы?

На самом деле, я впервые заинтересовался этим видом отдыха около 12 лет назад. С тех пор сам неоднократно водил небольшие суда по рекам и каналам Европы, «подсадил» на этот замечательный вид отдыха друзей и приятелей, а они – своих. Так получилось, что мы уже несколько лет, не давая никакой рекламы, являемся ведущим российским оператором двух крупных европейских компаний по аренде речных судов для самостоятельной навигации клиентами, не имеющими лицензий.

А в чем плюсы и интересные стороны этого турпродукта?

Плюсов – море! На мой взгляд, нет более сплавляющего семью отдыха, чем совместная навигация на корабле, которым вы сами (не имея никакой лицензии и специальных навыков) управляете. Передвигаясь по знаменитым рекам Европы, можно увидеть самые интересные места, исторические памятники. Плюс – получить не только эстетическое удовольствие от прекрасных видов, но и кулинарное. Ведь, например, туристам будет доступна самая лучшая, исконная кухня французской провинции: вдоль каналов располагаются множество уютных семейных кафе и ресторанов. Кроме того, круизы по рекам и каналам юга Франции дают прекрасную возможность совместить путешествие с отдыхом на море. Замечательно красивый регион Камарг расположен в дельте Роны, рядом с прозрачным Средиземным морем. Однако Камарг – это не только лазурное море и золотые пляжи. Здесь находятся несколько уникальных заповедников, богатых экзотической флорой и фауной, среди которой – более 400 редких видов птиц. Незабываемые впечатления подарит и круиз по реке Шарант, впадающей в Атлантический океан. Эти места пропитаны истинным духом Франции и славятся превосходным коньяком, изысканной кухней, а также памятниками романского искусства и архитектуры. Деревушка Бассак известна своим 1000-летним аббатством, город Шатонейф-сюр-Шарант –

прекрасным романским собором Святого Петра, Сен-Брис – замком с уникальным фасадом эпохи Ренессанса, Монак – великолепной коллекцией старинных автомобилей, Труа-Пали – производством восхитительного шоколада, а легендарный Коньяк – знаменитым на весь мир напитком, который можно продегустировать и приобрести в прославленных коньячных домах. В общем, продолжать можно до бесконечности!

Расскажите о предстоящем сезоне. Сезон начинается уже в марте-апреле и длится по октябрь. Прежде всего, следует обратить внимание на каналы Франции – это и Бретань, и Прованс, и Луара. Интересны круизы по Ирландии и Голландии, Бельгии. Путешествие начинается с подбора лодки, а вернее – большого катера или моторной яхты, которые представлены несколькими классами: от более традиционных и экономичных до оборудованных по последнему слову техники, с разным количеством мест управления. Элегантные современные суда располагают разным количеством кают – от одной до четырех. И разместиться, соответственно, на них могут от одного до девяти человек. На борту имеется все необходимое: уютные каюты, оборудованные кухни, душ и туалет, прекрасное техническое оснащение и многие другие удобства, обеспечивающие отличный комфорт. В выборе судов есть своя специфика, но цена от 1500 евро за неделю за аренду корабля на каналах Франции – это доступно многим!

Планируете ли вы обучать агентства работе с этим продуктом?

Да, планируем. Я думаю, что это очень благодарный вид туризма. Я не знаю ни одного человека, совершившего подобный круиз и не вернувшегося вновь. В этот вид отдыха я влюбился уже давно, и «подсаживаются» на него практически все. «Привязать» клиента – сегодня одна из главных задач агентов. И продажа подобных туров, помимо стандартной 10%-ной комиссии, однозначно работает на увеличение возвратности благодарных туристов.

**Туроператорский офис
по ОАЭ, Арабскому Востоку,
Латинской Америке
и Европе:**

Тел.: (495) 980-2121,
факс: 980-2123
europe@arttour.ru

**Офис продаж
и туроператорский офис
по островам Индийского
океана, Азии, Африке:**

Тел./факс: (495) 232-3113.

www.arttour.ru



География для детского возраста

С каждым годом увеличивается объем предложений на рынке детского отдыха. Рынок растет и усложняется, появляются лагеря и программы узкой направленности, расширяется география детских путешествий, причем как внутри страны, так и за ее пределами. Турфирмы предлагают широкий выбор детских групповых поездок на протяжении всего года. Пик спроса приходится на летние каникулы.

ТЕКСТ АННА ЮРЬЕВА

РОСПОТРЕБНАДЗОР СОКРАЩАЕТ

По данным Роспотребнадзора, в текущем году около 40% детей в возрасте от 7 до 14 лет отправятся отдыхать в специализированные летние учреждения. «По нашим оценкам, будет открыто 48,7 тысячи учреждений всех типов, в которых отдохнут почти 5,5 млн детей», – заявил глава ведомства Геннадий Онищенко. Он также добавил, что в 2012 году число тех, кто будет отдыхать в летних лагерях, сократится примерно на 300 тысяч человек.

Геннадий Онищенко выразил обеспокоенность тем, что число детских лагерей сокращается. Хотя, по мнению экспертов, это было спровоцировано самим Роспотребнадзором. Под удар попали главным образом детские палаточные лагеря, которые во многих регио-

нах являются наиболее доступным видом размещения. По некоторым оценкам, до 600 тысяч российских детей ежегодно отдыхают в таких лагерях.

В апреле 2010 года Роспотребнадзор разработал и утвердил санитарно-эпидемиологические требования к устройству, содержанию и организации режима работы детских туристических лагерей палаточного типа в период летних каникул. Объемный документ регламентирует все стороны работы палаточных детских лагерей и предъявляет к ним такие требования, которые трудно, а иногда и вовсе невозможно реализовать на практике. В частности, детей предписывается кормить такими продуктами, которые не могут храниться в условиях трудового лагеря. После принятия постановления Роспотребнадзора последовал ряд закрытий полевых лагерей.

В январе текущего года Госдума в первом чтении одобрила увеличение штрафов для организаторов детского отдыха, они могут составить от 3 до 7 тысяч рублей для должностных лиц и от 30 до 70 тысяч рублей для юридических. Недавно члены Общественной палаты направили в Минздравсоцразвития, Госдуму и Роспотребнадзор открытое письмо с просьбой пересмотреть санитарные требования к детскому отдыху и отсрочить повышение штрафов до 1 января 2013 года. Нормы СанПиНа затрагивают и перевозку детей в обычные летние лагеря, существенно удорожая поездку.

НЕДОРОГИХ МЕНЬШЕ

Среди всех видов детского отдыха массовым спросом пользуются летние лагеря на территории России, в частности, расположенные в южных регионах на морском побережье Краснодарского края. Вместе с тем эти объекты в регионе переживают не лучшие времена. По данным администрации края, количество отдохнувших в Краснодарском крае детей в прошлом году выросло незначительно — примерно на 1% по сравнению с предыдущим годом. При этом увеличение произошло в основном за счет жителей региона. Загрузка детских лагерей достигла 95%, что связано с низкой стоимостью отдыха, а также с режимом уменьшением количества подобных учреждений. Дело в том, что к детскому отдыху предъявляется большее количество требований, а никаких налоговых и других послаблений для детских лагерей и пансионатов не существует. Поэтому учреждения закрываются или перепрофилируются в санатории для взрослых. Вместе с тем именно в Краснодарском крае летний отдых для детей — один из наиболее бюджетных. В этом году трехнедельная смена в некоторых лагерях региона обойдется в 20 тысяч рублей (без учета стоимости железнодорожных билетов). При этом уже известно, что стоимость проживания в детских лагерях отдыха в этом году увеличится примерно на 5%. О железнодорожных тарифах можно будет говорить после того, как билеты поступят в продажу.

Краснодарским краем география детского отдыха в России не ограничивается. Почти в каждом регионе на базе имеющихся объектов размещения формируются новые программы оздоровительных, развивающих и обучающих туров, создаются спортивные лагеря.

ДРУГИЕ БЕРЕГА

Детский отдых за рубежом, напротив, не пользуется вниманием Роспотребнадзора. Для организации выезда группы детей за границу необходимо иметь лишь правильно оформленные и заверенные нотариусом доверенности от родителей ребенка.

Наибольшей популярностью в этом сегменте рынка пользуются туры, совмещающие отдых и обучение. Как

правило, речь идет об иностранном языке. Пользуются спросом лагеря со спортивными и развивающими программами.

Традиционные направления детского отдыха за рубежом — Черноморское побережье (Болгария и Турция), Средиземноморье (Мальта, Хорватия, Словения, Черногория).

Набирают популярность туры в Испанию. Стабильным спросом пользуются образовательные поездки в Великобританию и Францию. Туристические компании предлагают туры и в США, их цена приближается к \$6000 за трехнедельную поездку. Для сравнения — трехнедельный тур в международный детский комплекс «Альбатрос» в Болгарии обойдется в 490 евро, плюс 340 евро за авиабилет. В программе отдыха — творческие мастерские и спортивные занятия.

Программы, включающие обучение иностранному языку, как правило, короче по срокам и стоят дороже. Признанным лидером на этом рынке считается Мальта. Двухнедельная поездка в международный лагерь Perfect English в этом году обойдется в 690 евро, плюс 470 евро за авиаперелет. Отдельно придется оплатить уроки английского, они обойдутся еще в 140 евро. Аналогичный двухнедельный тур в Великобританию с обучением и проживанием в семье будет стоить более 2000 евро.

ТАКОЙ РЕКОРД НЕ НУЖЕН

>>> Осенью 2011 года Роспотребнадзор обнаружил данные по количеству детей, заболевших на отдыхе в летних лагерях на территории России. Показатели в разы перекрывали статистику прошлых лет. В больницы попало более 700 детей, в то время как летом 2010 года — 186. Практически во всех случаях причиной плохого самочувствия стало заражение через пищу. Инфекции распространялись из-за грубых нарушений санитарных норм, употребления некачественных продуктов питания, некачественной питьевой воды, несоблюдения работниками пищеблоков необходимых требований.

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



 Элтур Клуб

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

Федеральное Агентство по Туризму

ДЛЯ ШКОЛЬНИКОВ И СТУДЕНТОВ

»» **40%**
детей в возрасте от 7 до 14 лет нынешним летом отправятся отдыхать в специализированные российские учреждения.

Двухнедельный отдых на испанском побережье обойдется от 1450 евро (включая авиаперелет), отдельно придется доплатить за предлагаемые в рамках программы экскурсии.

ВИРТУАЛЬНО И РЕАЛЬНО

Москва переходит на электронную запись детей на летний отдых. Такая возможность появилась в апреле на портале госуслуг. По данным департамента семейной и молодежной политики столицы, на организацию детского отдыха этим летом из бюджета Москвы выделят 4,7 млрд рублей. «Это позволит обеспечить отдых в объеме не ниже показателей предыдущего года», – рассказала руководитель департамента Людмила Гусева. Она напомнила, что в 2011 году с частичной или полной оплатой для московских детей было приобретено

396,4 тысячи путевок в выездные и городские лагеря, в 2012 году эту цифру планируется увеличить до 440 тысяч. В конце прошлого года был проведен отбор оздоровительных баз, при котором учитывалось мнение родителей по результатам открытого интернет-голосования. С 30 объектами заключили трехлетние договоры. Кроме того, городские власти решили вернуться к практике создания собственных оздоровительных лагерей, заниматься которыми будет специальное учреждение в структуре департамента.

На реновацию девяти лагерей в Подмоскowie из городского бюджета направлено 3,5 млрд рублей. Шесть лагерей примут детей уже этим летом (назначены начальники, утверждены программы). Один из лагерей будет работать в круглогодичном режиме. Сохранены московские детские лагеря и за пределами страны – в Евпатории и Камчи.

Тб

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТА

Заместитель генерального директора компании «Элитур клуб»

ВАЛЕРИЙ СЛИВИН

Неизменным спросом пользуются летние каникулярные программы, связанные с языковой подготовкой для школьников в Западной Европе и США. Наиболее популярное предложение – «Иностраный язык плюс отдых». Подобная типовая программа обычно включает 15–20 уроков иностранного языка в неделю в сочетании с активными спортивно-развлекательными мероприятиями и экскурсиями. Как правило, учеба и проживание организуются при университетах или колледжах, многие из которых имеют собственную территорию, неплохую учебную и спортивную базы. Для желающих прочувствовать более полное погружение в языковую и культурную среду предлагается проживание в местной семье. Однако этот тип проживания подходит больше для ребят старшего возраста, коммуникабельных и с продвинутым уровнем знания языка. Возраст выезжающих студентов по летним детским каникулярным про-

граммам – от 10 до 17 лет. Есть специальные туры для детей от трех лет, в школу ребенок приезжает с мамой, при этом каждый учится по своей программе.

Родители школьника, который выезжает на отдых не в первый раз, неплохо знает язык и вполне самостоятелен, нередко выбирают индивидуальные программы. Такую программу можно подобрать на нашем сайте или с помощью менеджера в нашем офисе. Выбор индивидуальных программ достаточно широк. Есть учебные центры – элитные, дорогие, с комфортным проживанием, но там места бронируются за 10–12 месяцев, есть центры со специальными программами, например, суперинтенсивными – от 30 и более уроков в неделю, есть центры с дополнительными занятиями теннисом, футболом, хоккеем. Большая часть школьников предпо-



читает поездку в группе. Эти поездки организуются по фиксированным датам и под присмотром опытно-

го руководителя. Продолжительность программ – от 2 до 4–6 недель. Наиболее популярны поездки в британские учебные центры. В последние годы повышенным спросом пользуются центры в Лондоне и его пригородах, а также на курортах юго-восточного побережья Англии. В этом году мы предлагаем организованные групповые поездки по нашей эксклюзивной программе в Лондон, курортный Истборн, в университетские центры Оксфорд и Кембридж, а также английскую «глубинку». Быстро заполняются места в группах по программам Швейцария – Англия («Европейские каникулы»), Лондон – Эдинбург («Две столицы»), Лондон – Дублин («Две столицы – одна виза»). Требования клиентов отличаются

в зависимости от региона их проживания, уровня культурного развития, материального достатка семьи, уровня языковой подготовки студента, его способностей к учебе и желания трудиться, понимания родителями необходимости изучения языка, дальнейших карьерных или образовательных планов студента. Например, студентам из регионов больше хочется учиться в столице, ребята из Москвы нередко выбирают центры в провинции, подальше от городской суеты и шума, поближе к природе или у моря. Те, кто серьезно занимается языком и рассчитывает на него в дальнейшей карьере, выбирают соответствующие интенсивные курсы, учебные центры с квотой для иностранцев, то есть с минимумом соотечественников. Они предпочитают долгосрочные программы – от четырех недель. Те, кто изучает язык просто так, для общего развития или решения бытовых нужд в зарубежных поездках, выбирают стандартные короткие или средние программы с акцентом на отдых и развлекательные мероприятия.

ХОРВАТИЯ

отличный выбор

хорватия



охота/рыбалка



рафтинг/дайвинг



водный спорт



агротуризм



ЯХТИНГ



интересные экскурсии



Теннис



www.croatia.hr

Национальный туристический офис Республики Хорватии
Россия, 123610, Москва, Краснопресненская наб., 12,
подъезд 6, офис 1502

Тел. (7-495) 258-15-07.

Факс (7-495) 258-15-93.

E-mail: HTZMOSKVA@mail.ru

ХОРВАТИЯ



Шесть звезд Хорватии

До недавнего времени Хорватия имела сравнительно небольшую отельную базу класса luxury, и несмотря на прекрасный потенциал недополучала клиентов в этом прибыльном сегменте туриндустрии. Сегодня ситуация изменилась. Туристические власти и инвестиционные компании буквально за несколько лет превратили Хорватию в один из самых изысканных центров отдыха на Адриатике.

ТЕКСТ РОМАН МЕЛЬНИКОВ

Растущий туристический поток и качественный маркетинг в туристической индустрии позволили в последние несколько лет привлечь в Хорватию инвестиции, благодаря которым существенно выросло количество новых 5-звездных отелей. Уже существующие гостиницы провели полную реконструкцию зданий, переоснащение номеров по последним веяниям гостиничной моды, разнообразили свои предложения новыми спа- и велнес-центрами, прекрасными ресторанами. **Отель Radisson Blu Resort & Spa**, расположенный в живописном месте на побережье, находится всего в десяти километрах от исторической части Дубровника. Номера отличаются элегантностью и комфортом, они прекрасно оборудованы, имеют террасы или балконы. Просторные интерьеры 207 роскошных апартаментов украшены деревянными элементами и стильной мебелью. На выбор предлагаются одно-, двух- и трехместные апартаменты площадью от 56,5 до 125,5 квадратных метров. В каждом есть

просторная гостиная и обеденная зона с оборудованной кухней. К услугам гостей – рестораны с изысканным меню международной и местной кухни. Изюминкой отеля считается спа-центр, здесь предлагаются различные процедуры с использованием косметических продуктов Анне Семонин. Центр площадью более 3500 квадратных метров – один из крупнейших на побережье. Гости могут окунуться в бассейн и ощутить на себе силу гидротерапии, подлечиться в зоне релаксации или взбодриться в Bath Spa талассотерапии.

Любителей активного отдыха ждут спортивный центр, прокат велосипедов, аренда лодок. Семьи с детьми порадует наличие детского клуба и услуги няни.

Удачно расположенный отель рад предоставить клиентам для работы восемь конференц-залов с мультимедийной техникой, что превращает его в идеальное место для проведения конференций, инсентив-мероприятий и деловых приемов.

»» До 31 октября 2012 года россияне могут посещать Хорватию без виз, для поездки необходим только один документ – действующий загранпаспорт.



««« Novi Spa – самый большой современный спа-центр в Европе

Отель «Парк» находится на Макарской ривьере, в одном из самых красивых мест Адриатического побережья. Отличительная особенность гостиницы – комбинация современных тенденций в дизайне интерьера. Все номера и апартаменты отеля предлагают вид на море или на впечатляющий массив Биоково, оборудованы по современным стандартам. Гордость гостиницы – собственный ресторан с восхитительной кухней. Только здесь можно попробовать незабываемый далматинский обед из свежей рыбы, даров моря и домашней зелени с оливковым маслом, бокалом прекрасного местного вина. Конгресс-центр отеля – прекрасное место для проведения современных деловых встреч и конференций. В «Парке» работают велнес-центр и салон красоты. **Отель Novi spa hotels&resort** расположен в Новом Винодолском, на самом берегу Адриатического моря. Из номеров и апартаментов открываются прекрасные виды на Кварнерский залив и остров Крк. Широкий спектр услуг делает отель действительно уникальным: Novi Spa – самый большой современный спа-центр в Европе. К услугам гостей: спортивные площадки, детские игровые комнаты с программами, рассчитанными на весь день, 12 различных баров и ресторанов, бассейны, песочный и галечный пляж, мультифункциональные конгресс-залы, интересные вечерние программы. Номера и апартаменты отеля расположены в пяти корпусах здания, которые носят названия пяти ветров: «Буря», «Южный», «Маэстрал», «Трамонта» и «Левант». Апартаменты выдержаны в зеленых

и голубых тонах и дополняются теплым кремовым цветом полов «под камень». Просторные кухни с обеденной зоной дышат атмосферой домашнего уюта.

Спа-центр State-of-the-art расположен на самом берегу моря – это настоящий оазис для любителей спа-процедур. Для проведения деловых встреч и конференций – переговорные комнаты и конгресс-зал на 1500 человек.

Отель Milenij в Опатии представляет собой роскошную виллу. Богатая декорация, первоклассное оборудование придают каждому номеру неповторимый шарм. 99 номеров и апартаментов имеют категории «стандарт», «делюкс», «супериор», «делюкс апартамент», «супериор апартамент» и «резиденция». Milenij считается идеальным местом для романтических уикендов и проведения семейного торжества. Один из местных ресторанов расписан фресками австрийского художника Карла Людвига Хассмана. Их тема – борьба аргонатов с жителями Колхиды в XIII столетии до н.э. В ресторане можно отведать неповторимые кулинарные шедевры шефа кухни и попробовать редкие вина – винная карта насчитывает 80 домашних и иностранных сортов.

«Лоне» – **новый дизайн-отель** категории 5*, который расположен в парке Золотой мыс рядом с морем, всего в 5 минутах от центра Ровиня, одного из красивейших городков Адриатики. Гостиница предлагает 236 эксклюзивных номеров и 12 комфортабельных сьютов. Вся мебель сделана хорватскими дизайнерами по индивидуальному заказу. «Лоне» – это изюминка конгресс-предложения группы «Маистра». Со своими дочерними отелями в регионе он представляет собой прекрасное место для проведения мероприятий с количеством участников до 3 тысяч человек.

В комплексе «Лоне» находится современный тематический средиземноморский велнес-центр. В восьми многофункциональных зонах предлагаются различные процедуры для лица и тела. Специалисты по фитнесу помогут подобрать щадящую программу для укрепления мышц и поднятия тонуса.

Гордость всей Хорватии – **отель Kempinski Hotel Adriatic**, классика гостиничного обслуживания премиум-класса (Истрия). Здесь все отвечает высоким запросам клиентов. Особо нужно отметить местные рестораны «Диана» и «Канова», а также центр Carolea Spa, занимающий площадь в 3 тысячи квадратных метров. Он предлагает гостям отеля различные виды массажа, косметические процедуры с глиной Расул и другие фирменные программы красоты. Венчают линейку предложений отеля гольф-площадки, расположенные в живописной долине рядом с морем, которые уже оценили многие известные любители этого элитного вида спорта. **Тб**

ШЕСТЬ ЛУЧШИХ



>>> RADISSON BLU RESORT & SPA



>>> PARK MAKARSKA



>>> NOVI SPA HOTELS & RESORT



>>> HOTEL MILENIJ



>>> ДИЗАЙН-ОТЕЛЬ LONE



>>> KEMPINSKI HOTEL ADRIATIC

Мальта – ТОЛЬКО ОТЛИЧНЫЕ НОВОСТИ

С 2010 года Россия занимает 4-е место по количеству граждан, обучающихся в мальтийских языковых школах. На долю таких туристов приходится почти треть общего объема российского турпотока на Мальту.

ТЕКСТ АННА ЮРЬЕВА,
СВЕТЛАНА ФУНТУСОВА

Мальтийские школы пользуются особой популярностью у людей, желающих отправить детей на каникулы, совместив обучение английскому языку с пляжным отдыхом, занятиями спортом, экскурсиями. С этой точки зрения мальтийские школы для россиян даже более привлекательны, чем школы Великобритании. Основные преимущества Мальты – более низкая по сравнению с другими направлениями цена при высоком качестве обучения, разнообразие языковых школ для детей разного возраста, подростков, взрослых. Не менее разнообразны предлагаемые программы: можно взять несколько уроков английского во время весенних каникул, а можно устроить «погружение» в учебу в течение целого летнего месяца. Мальта – это средиземноморский курортный центр. Ребенку во время обучения, помимо уроков английского, гарантированы солнце и теплое море, занятия спортом, в том числе водными видами, экскурсии по архипелагу, на котором в почти первозданном виде сохранились типичные средневековые европейские города.

Традиционные мальтийские лодки в гавани Валлетты – один из ярких туристических символов страны



ПОПУЛЯРНЫЕ ЯЗЫКОВЫЕ ШКОЛЫ НА МАЛЬТЕ

Языковая школа ESE основана в 1996 году и считается одним из лидеров в области обучения английскому языку. Школа рекомендована Министерством образования Мальты как одна из лучших в стране. Она расположена в городе Сент-Джулианс, занимает современное 4-этажное здание недалеко от района развлечений и дискотек Пачевиль. В 5 минутах ходьбы – пятизвездная гостиница, на территории которой работает пляжный клуб школы. Здание перестроено в полном соответствии с современными европейскими требованиями к образовательным учреждениям, оборудовано кондиционерами. Есть кафе, книжный магазин, видеозал и интернет-кафе. Школа ESE предлагает различные виды проживания: семья, резиденция, апартаменты и отели. NSTS – одна из первых языковых школ Мальты, во многом благодаря которой страна выдвинулась в мировые лидеры в области преподавания иностранных языков. Школа работает уже 40 лет. Здесь предлагаются программы для подростков с проживанием в семье или на базе колледжей в Гзире или Лие. Школа расположена в 10 минутах от набережной Слимы, в 15 минутах ходьбы от школьных резиденций и в 15 минутах езды от столицы Мальты – Валлетты. Помимо основного обучения специалисты школы организуют для студентов спортивный, культурный и познавательный досуг. EC English Language Centres – группа школ английского языка в Великобритании, Канаде, США, ЮАР и на Мальте. В мальтийской школе предлагаются программы английского языка для подростков 13–17 лет, работает летний языковой лагерь для детей 8–13 лет, есть курс «Фристайл» для молодежи 16–20 лет. LAL Language Centres входит в состав международной сети лингвистических школ LAL, гарантирующей высокое качество обучения. Это самая большая языковая школа на Мальте. Она находится в Слиме, работает с 1985 года. Здесь сто современных светлых хорошо оборудованных классов, в которых одновременно могут обучаться до 900 студентов. Среднее количество студентов летом – 700, зимой – 200 человек. Обучение проводится в небольших группах до 10 человек и

в мини-группах до 6 человек. Школа имеет лицензию Министерства образования, культуры, молодежи и спорта Мальты.

ОСТРОВ ДРУЖЕЛЮБИЯ

В 2012 году Мальта отмечает восьмилетие со дня присоединения к Европейскому Союзу, поэтому традиционный Международный фестиваль фейерверков будет особенно масштабным. В этом году он состоится уже в 11-й раз и пройдет с 23 апреля по 1 мая. В течение всех вечеров лучшие мальтийские и иностранные фабрики по изготовлению пиротехники будут соревноваться в мастерстве. Масштабное шоу в небе будет сопровождаться музыкой и лазерными спецэффектами. Праздник начнется в Мдине, затем торжества подхватит Мелиха, потом красочным фейерверком озарится небо над Сент-Полс-Бей и над Гоцо. Основные мероприятия традиционно пройдут в столице острова – Валлетте: в Большой гавани состоится множество пиротехнических шоу, концертов и других развлекательных мероприятий.

С 30 марта 2012 года визу на Мальту можно оформить и в Калининграде. Визовый центр открывается по адресу: Ленинский проспект, дом 87/91. Визовые центры Мальты в России уже работают в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Казани, Краснодаре, Новосибирске, Ростове-на-Дону и Самаре. Документы на мальтийскую визу можно подавать лично, через доверенное лицо (необходима доверенность от владельца паспорта в свободной форме), аккредитованное турагентство или курьерскую службу. Стандартный срок оформления краткосрочной визы составляет 4–5 рабочих дней. Консульский сбор за однократную визу – 35 евро, сервисный сбор за услуги визового центра – 1150 рублей.

Тб

>>> Мальта – уверенный лидер в области детских программ «отдых плюс обучение», здесь год от года растет число детских школ и лагерей.





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
Мальтийское Управление по Туризму рекомендует:


 ICS TRAVEL GROUP «ДОБРЫНИНСКАЯ» МВТ 001728 748-48-47 (мн.) www.icstrvl.ru	 МЕЛИТА ТУРС «АРЕАТСКАЯ» МТЗ 001311 411-9032, 697-4719 www.maltatour.ru	 ТРЕВЕЛ ЭКСПРЕСС+МФ «НАГАТИНСКАЯ» МТЗ 000798 961-2725 www.travel-express.ru	 ВАНД ИНТЕРНЕШНЛ ТУР «ТВЕРСКАЯ» МВТ 001012 780-3661 www.vand.ru	 НЕВА «ТАГАНСКАЯ» МТЗ 000488 799-9444, 796-9448 www.nevatravel.ru	 ТРИС-Т «МАРКОВСКАЯ» МТЗ 001931 739-2552 www.tris.id.ru
 ДИАЛОГ «КРАСНОПРЕСНЕНСКАЯ» МТЗ 001243 730-2022 (мн.) www.maltaresort.ru	 СОЛВЕКС-ТРЭВЭЛ «КРОПОТКИНСКАЯ» МВТ 000434 956-1418 www.solvek.ru	 ТРЭВЕЛМАРТ «ТАГАНСКАЯ» МТЗ 000612 935-8336, 935-8515 www.mymalta.ru	 ИНСАЙТ-ЛИНГВА «НОВОСЛОБОДСКАЯ» МТЗ 001988 795-0922 www.i-l.ru	 СТБ ТУРС «СМОЛЕНСКАЯ» МТЗ 000626 638-5333 www.stbtours.ru	 ТУРБЮРО МОСКВА «КРОПОТКИНСКАЯ» МВТ 002383 510-5510 (мн.) www.tbmos.ru
 КОНСОЛ «ЧАСТЫЕ ПРУДЫ» МВТ 002050 980-8112, 980-8113 www.konsol.ru	<p>Сокровенная тайна Средиземноморья www.visitmalta.com</p>		 УЛЬТРАТУР «ТУРГЕНЕВСКАЯ» МТЗ 000381 937-4826, 625-9171 www.ultratour.ru		



»» Традиционное шествие в замке Сюри в Нахе

Острова долгожителей

Префектура Окинава и авиакомпания JAL делают повышенные ставки на туристов из России

ТЕКСТ АЛЕКСЕЙ ПЕЛЕВИН,
СЕРГЕЙ ДЕМЕТЬЕВ



»» Окинава – самое молодое направление на российском рынке »»

**ВАЛЕНТИН
ШЕСТАК**

Куратор российского направления JNTO

Представители префектуры Окинава и авиакомпании «Японские авиалинии» JAL при участии Национального офиса по туризму Японии JNTO провели в Москве совместную презентацию, посвященную особенностям отдыха в самой южной части страны и запуску лайнера нового поколения Boeing-787 Dreamliner по маршруту Москва – Токио.

Встречу открыл временный поверенный в делах посольства Японии в России Идэ Кейдзи. Он объявил о заинтересованности в упрощении визового режима в отношении российских туристов. Японская сторона открыта для приема пожеланий и предложений по этому вопросу. Однако на текущий момент ситуация с визами остается прежней.

Куратор российского направления JNTO Валентин Шестак отметил, что Окинава – самое молодое направление Японии на российском рынке и пока что самое недооцененное.

Представители префектуры Окинава Ариса Ёкоя и Цуёси Мияги отметили, что ежегодно префектуру посещают около 6 млн туристов. Но поскольку изначально направление было ориентировано на внутренний туризм, число иностранных гостей пока не превышает 10%. В основном это путешественники из Гонконга, Тайваня, Кореи.

Россия благодаря расположенности ее туристов к пляжному отдыху является первой из стран Европы, на которую обращено особое внимание.

Андрей Чурилов, глава туристической компании Ryuku Report, подробно рассказал об отдыхе на Окинаве. По

его наблюдениям, первые россияне появились здесь сравнительно недавно – в 2007 году. Пляжный сезон на островах продолжается с апреля по ноябрь, но дайвингом – благодаря теплоте моря – занимаются круглогодично. Архипелаг Рюкю (Нансей) состоит из 160 островов, он протянулся на 400 км с севера на юг и на 1000 км с запада на восток. Культура Окинавы представляет собой своеобразный микст традиций Японии, Китая и прилегающих стран Юго-Восточной Азии. На архипелаге есть объект, внесенный в список Всемирного культурного наследия человечества ЮНЕСКО. Это комплекс средневековых замков гусуку XIV–XVIII веков, королевский сад Сикинаэн в Нахе, заложенный в 1799 году, и урочище Сэфа-Утаки. В это священное для язычников место раньше допускались лишь женщины-жрицы. Изделия окинавских ремесленников несут на себе печать влияния культуры Китая. Среди них керамика, текстиль, лакированная посуда. Популярное у туристов рюкюское стекло родилось как ремесло после Второй мировой войны из-за наличия большого количества старых бутылок из-под прохладительных напитков. Кухня Окинавы во многом отлична от японской, в первую очередь широким использованием свинины и специфических местных растений. Россияне, несомненно, оценят местный крепкий алкогольный напиток – авамори, считающийся лечебным. Жители Окинавы занимают первое место в мире по продолжительности жизни, они меньше подвержены хроническим возрастным заболеваниям. Считается, что здоровый и спокойный стиль жизни, доброжелательность, физическая

ОБЪЕКТЫ ВСЕМИРНОГО НАСЛЕДИЯ ЮНЕСКО НА ОКИНАВЕ

Гусуку (средневековые замки) и другие памятники архитектуры королевства Рюкю:



активность и питание – ключ к укреплению здоровья. По словам Андрея Чурилова, лечебно-оздоровительный туризм – спа, реабилитационные программы, диагностика – одна из визитных карточек Окинавы. Помимо великолепных условий для пляжного отды-

ха, дайвинга и разнообразных экскурсий, Окинава привлекает увлекательной морской рыбалкой, каякингом, пешими прогулками и другими видами активного отдыха. Окинава считается родиной карате, что обуславливает особую туристическую нишу. Добраться до заветных островов теперь можно с большим комфортом, благодаря появлению на маршруте между Москвой и Токио нового Boeing-787 Dreamliner. Лайнер отличается повышенной экологичностью, сниженным уровнем шума, более просторным салоном, увеличенными иллюминаторами с электронным затемнением стекол. В самолете оборудованы салоны экономического и бизнес-классов. Их пассажиры могут бесплатно перевозить багаж весом 46 и 94 кг соответственно. Перелет из Токио на Окинаву проблем не составит. Компания JAL предлагает 15 ежедневных рейсов из токийского аэропорта Ханэда в Наху, продолжительностью 2,5 часа, что скорее напоминает расписание пригородных электричек. При условии перелета Москва – Токио – Окинава рейсами JAL последняя часть пути пассажирам обойдется почти даром благодаря действующим супертарифам. Об этом и других преимуществах полетов рассказали региональный управляющий JAL по России и СНГ Харуо Каэяма и коммерческий представитель компании Оксана Яржембовская.

В течение вечера работал небольшой workshop, представляющий принимающие компании и отели Японии. Его участники, например, Ольга Харлёнко из JTB Russia, отметили уверенное восстановление турпотока, особенно в секторе VIP-туризма.

ТБ

САМЫЙ ДЛИННЫЙ И ТОЛСТЫЙ

>>> Большое перетягивание каната в городе Наха отмечено в Книге рекордов Гиннеса как «самое масштабное» из увеселений подобного рода. Традиционно оно являлось частью осеннего праздника урожая. Тысячи участников собираются в две команды, «восточную» и «западную», и перетягивают гигантский канат толщиной в 1,5 метра и длиной в 190 метров.



Набирает популярность

Нынешний год обещает стать весьма успешным для японского турбизнеса. «Впервые с 2010 года мы отметили рост турпотока в феврале, – отмечает заместитель директора лондонского офиса JNTO Валентин Шестаков. – Рост небольшой, но это принципиально важно, так как февраль – это индикатор будущего сезона».

В 2011 году Японию посетили 6,23 млн туристов (на 27,8% меньше, чем в 2010 году). Российских гостей было 33,9 тысячи человек (-34,1%). По мнению Валентина Шестакова, основные причины снижения турпотока, помимо стихийного бедствия, – рост курса иены, дороговизна авиаперелета, рез-



кое снижение спроса на Японию в российских регионах, сокращение числа прямых рейсов с Дальнего Востока РФ, а также уменьшение

количества деловых поездок в Японию. Нынешний год должен стать годом отложенного спроса. Страну посетят те туристы из России, кото-

рые хотели, но не смогли сделать это годом ранее.

План работы JNTO на 2012 год включает участие в выставке «Отдых» (это произойдет впервые), приглашение в страну представителей российских СМИ и турфирм, открытие постоянного представительства в РФ через компанию TMI. Представители национального авиаперевозчика Japan Airlines отмечают, что в этом году на воздушной линии между Москвой и Токио будет работать лайнер «Боинг-787» с более тихими и экономичными двигателями, принципиально новой системой кондиционирования воздуха в салоне. Тарифы на перелеты не увеличатся.



Свежие краски Израиля

Догнать и перегнать Америку – задача вполне выполнимая, если говорить о количестве российских туристов, решивших провести свой отпуск в Израиле. Сегодня по объему турпотока в страну россияне занимают второе место, уступая лишь американцам и опережая французов. «Нет сомнения, что со временем Россия обгонит США и станет первой», – считает министр туризма Израиля Стас Мисежников.

ТЕКСТ
СОФЬЯ КОНСТАНТИНОВА

»» **550**
тысяч российских туристов посети-
ли Израиль в 2011 году.

ВТОРОЕ ПОЧЕТНОЕ

Уже в ближайшее время Россия может стать для Израиля туристическим рынком номер один. Об этом красноречиво свидетельствует статистика: после отмены визового режима с РФ турпоток в Израиль вырос примерно в 8 раз. В 2007 году он составлял 70 тысяч человек, в 2011 – около 550 тысяч туристов. Февраль 2012 года стал для туристической индустрии Израиля показательно удачным – рост общего турпотока составил 6% по сравнению с аналогичным месяцем прошло-

го года. Сейчас Израиль ежегодно посещают около 3,5 млн туристов. На продвижение страны на международном туррынке власти Израиля тратят около 5 млн евро в год.

МУЗЕЙ ПОД ОТКРЫТЫМ НЕБОМ

Израиль расположен в девяти климатических зонах и омывается четырьмя морями – на севере можно кататься на лыжах, а на юге – загорать и купаться в Красном море. В стране прекрасно развит лечебно-оздоровительный туризм – около



««« Иерусалим. Гефсиманский сад
в лучах заходящего солнца.
Храм на месте моления
Христа о чаше

10% российских туристов едут в Израиль для того, чтобы поправить свое здоровье, купаясь в целебных водах Мертвого моря.

Главное богатство страны – ее культурно-историческое наследие. Здесь находятся великие святыни сразу трех мировых религий – христианства, иудаизма и ислама. По словам советника по туризму посольства Израиля в России Неты Пелег-Брискин, 14% туристов приезжают в Израиль с целью паломничества, 20% турпотока составляет религиозный туризм.

Центр познавательного туризма – Иерусалим, с его знаменитыми Стеной Плача, цитаделью Давида, Куполом Скалы и мечетью Аль-Акса. Здесь можно подняться на Храмовую гору, пройти Скорбный путь, побывать в Храме Гроба Господня, помолиться в Гефсиманском саду. Редкая турпоездка в Израиль обходится без посещения Иерусалима.

Нельзя не упомянуть город Яффо, где, по преданию, Ной построил свой ковчег, Вифлеем – город, где родился Иисус Христос (сейчас там находится храм Рождества Христова на Ясельной площа-

ди с гротом (яслями) Христа, кельей и могилой Святого Иеронима), Назарет – место, где прошло детство Христа. Не менее знаменит город Хайфа, лежащий на склонах горы Кармель, с его монастырем кармелитов и Бахайским храмом.

ЦЕНАМ – НЕТ, ТУРИСТАМ – ДА

Туристический потенциал Израиля огромен. Если бы не локальные конфликты с Палестиной в Секторе Газа, то страна достигла бы в плане туризма невиданных высот. Есть еще одна проблема – отдых в Израиле достаточно дорог. Именно поэтому министр туризма Израиля Стас Мисежников считает одной из важнейших задач снижение цен примерно на 20%. Чтобы сделать отдых в Израиле более дешевым и доступным, создана специальная комиссия, которая уже предложила некоторые действенные меры.

Недавно было подписано соглашение с ЕС об открытом небе. Это позволит снять ограничения на полеты между Европой и Израилем, как результат – снизятся цены на авиабилеты. Сейчас регулярные и чартерные рейсы в Израиль выполняют авиакомпании «Аэрофлот», «Трансаэро», «ВИМ-Авиа», El Al и Israir. Базовый аэропорт – Бен-Гурион, расположенный в получасе езды от Тель-Авива.

В 2012 году планируется активное развитие гостиничной инфраструктуры. Стас Мисежников заявил, что строить будут не только пятизвездные отели, но и отели экономкласса, мотели и гостевые дома. На строительство новых гостиниц в районе Мертвого моря в течение пяти лет будет выделено 250 млн евро. Этот регион министр назвал приоритетным, поэтому инвесторы, решившие вложить деньги в строительство отелей, получают безвозмездные субсидии в размере 20% от объема инвестиций, а инве- >>>



«« Одна из важнейших задач – снижение цен примерно на 20% >>>

СТАС МИСЕЖНИКОВ

Министр туризма Израиля

Израиль от А до Я

Групповые и индивидуальные туры от эконом до VIP.
Гостиницы, морские курорты, лечение,
экскурсии по стране, паломничество,
авиабилеты а/к EL AL, ТРАНСАЭРО, АЭРОФЛОТ.
Работаем быстро, четко, профессионально.

ЧАРОИТ

м. Охотный Ряд, тел.: 514-1568, 505-1395, 505-4994
Все предложения на www.charoittravel.ru



»»» 2012 год объявлен Годом искусства в Тель-Авиве. На снимке – Музей современного искусства.

сторы, строящие инфраструктуру отдыха, – 10%. В Иерусалиме сейчас 70 гостиниц на 9 тысяч номеров, при этом 40 отелей расположены в западной части города, а 30 – в восточной (арабской). Планируется построить еще 10 тысяч гостиничных номеров.

Кроме того, по мнению министра, нужно совершенствовать налогообложение. Например, следует снизить муниципальный налог у гостиниц, так как из-за него стоимость проживания в израильских отелях достаточно высока.

ФЕЕРИЯ – 2012

Ежегодно в Израиле проходит ряд фестивалей – еды, классической музыки, пива, изобразительного искусства, кукольного театра и даже фестиваль хумуса. 2012 год объявлен Годом искусства в Тель-

Авиве. В городе пройдет ярмарка современного искусства «Свежая краска», которая каждый год привлекает около 30 тысяч посетителей. Среди других мероприятий – «Люблю искусство. Создаю искусство», которое откроет новый выставочный сезон Тель-Авива. В течение трех дней 60 галерей, музеев и выставочных залов откроют свои двери для всех желающих.

Одним из наиболее значимых событий в культурной жизни Израиля станет знаменитая опера Бизе «Кармен», которая прозвучит 7 июня у подножия древней крепости Масада. Это мероприятие пройдет в рамках Оперного фестиваля, в прошлом году его посетило около 6 тысяч туристов.

Певица Мадонна свое мировое турне начнет с концерта на стадионе Рамат-Ган недалеко от Тель-Авива.

Тб

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТОВ

Генеральный директор компании «Чароит» ВАЛЕНТИНА ТРЕСКОВА

Израиль – это страна со своей спецификой: здесь есть возможности как для летнего, так и для зимнего отдыха, много культурных и исторических достопримечательностей. Отсюда – изобилие экскурсионных программ. Еще один плюс – в Израиле много русскоговорящих людей, работающих в сфере обслуживания, поэтому российским туристам комфортно находиться в стране, нет языкового барьера. Из минувших годов можно назвать маленькую территорию у гостиниц. Туристам, привыкшим отдыхать, например, в Египте, будет очень непривычно, их нужно к этому готовить. Кроме того, отдых в Израиле недешев. Однако спрос на Израиль есть всегда – это безвизовая страна с теплым климатом, что привлекает туристов. К тому же у многих россиян в Израиле живут друзья или знакомые.

Наша компания специализируется на экскурсионных и комбинированных турах. Популярны маршруты, когда

турист проводит несколько дней в Тель-Авиве, потом едет на север страны, а заканчивается путешествие в Эйлате на Красном море. Востребованы туры Тель-Авив – Иерусалим – Мертвое море. Сейчас мы активно занимаемся севером Израиля – это города Тверия, Хайфа, озеро Кинерет. Это новое направление для российского туриста.

Старший менеджер компании ClassicTravel ЕЛЕНА ИВАНОВА

Израиль – это в первую очередь святые места и достопримечательности. пляжный отдых вторичен, в Израиль едут ради насыщенной экскурсионной

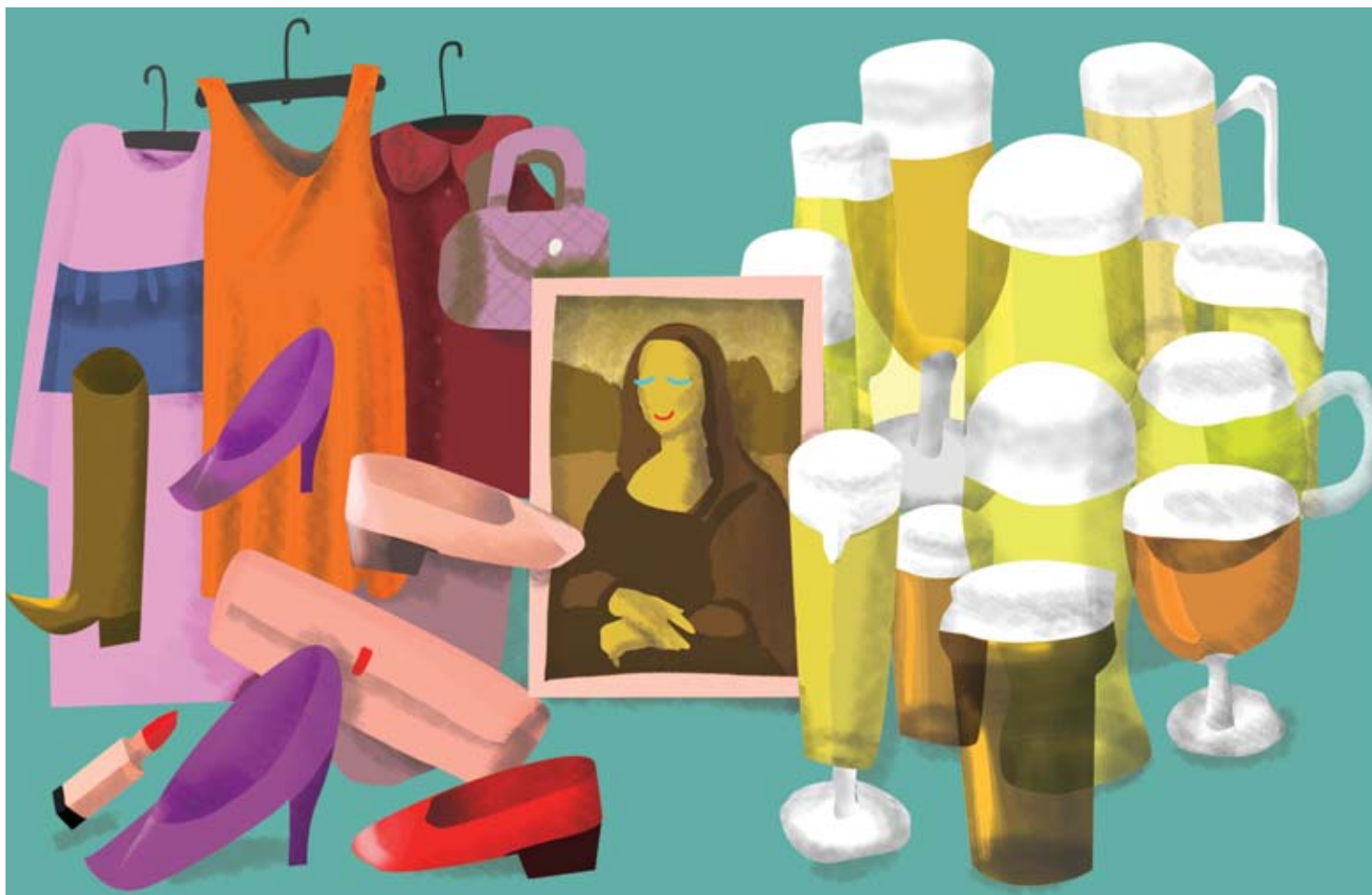


программы. Поэтому гостиницы в центре страны – хорошие, но небольшие, а, например, отели в

Эйлате ориентированы именно на курортный отдых. В Израиле много паломников, они едут в Иерусалим, Вифлеем, Иерихон, Хеврон, расположенный на реке Иордан. Посещают север страны – Галилею, озеро Кинерет, Тверию. Популярен экскурсионный маршрут из Иерусалима в Эйлат. Вообще каждый турист выбирает для себя оптимальный вариант – кто-то живет в Тель-Авиве и выезжает на экскурсии. Другие предпочитают комбинированные туры – сначала центр страны, потом отдых на Красном море. Более востребованными стали туры с проживанием на территории двух стран – Израиля и Иордании.

Директор департамента выездного туризма компании «КМП групп» ЕКАТЕРИНА ЕФИМОВА

В Израиле можно найти все – разнообразные экскурсии, пляжный отдых, есть возможность поправить свое здоровье. Однако гостиничная база в стране не очень хорошая, многие отели устарели. Сейчас стали строить новые гостиницы, реконструировать старые, но все равно ощущается нехватка номеров. Особенно это заметно в высокий сезон – весной и осенью. Туры востребованы разные – некоторые предпочитают отдых на трех морях, другие хотят путешествовать с севера страны на юг, совмещая экскурсии с отдыхом на море. Одни туристы выбирают проживание в средиземноморском городе Нетания и ездят на групповые экскурсии, другие целенаправленно едут лечиться на Мертвое море. Мы всегда предлагаем нашим клиентам комплексные туры.



Удавшийся побег

Туры на уикенд пользуются стабильным спросом у россиян, желающих провести несколько насыщенных дней в Европе. Такие программы привлекают как любителей познавательного отдыха, так и тех, кто едет за покупками, в бизнес-поездки и просто на отдых.

У россиян, отправляющихся в Европу в туры выходного дня, наибольшей популярностью пользуются такие страны, как Чехия, Австрия, Германия, Венгрия, Польша, Финляндия и Испания. Эти направления демонстрируют стабильный рост турпотока из РФ.

По данным консульской службы посольства Чехии, в 2011 году россиянам было выдано 280 тысяч виз, что на 33% больше показателя 2010 года. За первые три месяца 2012 года прирост составил 35%. В этом году к уже работающим визовым центрам в Ростове-на-Дону, Самаре, Нижнем Новгороде, Казани, Екатеринбурге, Новосибирске и Красноярске должны добавиться центры в Иркутске, Хабаровске, Уфе, Владивостоке и, возможно, в Калининграде.

По статистике Austrian National Tourist Office, в 2011 году в стране было зафиксировано 1,5 млн ночевков туристов из России. Это на 25,6% больше, чем в 2010 году. В январе 2012 года рост составил 15,1% по сравнению с январем прошлого года.

Согласно данным Visit Finland, в январе 2012 года страну посетили 314 тысяч россиян – на 15,6% больше, чем в первый месяц 2011 года.

По статистике, предоставленной Отделом туризма посольства Испании, в феврале 2012 года здесь побывали 28 тысяч наших соотечественников. Прирост составил почти 49% по сравнению с февралем 2011 года. В 2011 году число коротких поездок (от 4 до 7 ночей) россиян в Испании составило почти 27%, а число поездок на 2–3 ночи – 7,1% от общего числа ночевков туристов из РФ. >>>

ТЕКСТ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ,
БОРИС СИРОТИН



« Туры на уикенд в Испанию пользуются у россиян все большим спросом. Чаще всего туристы едут на выходные в Барселону, Мадрид и Валенсию. А в этом году мы отмечаем еще и растущий интерес к Севилье »»

ФЕЛИКС ГАРСИЯ

Руководитель
Отдела туризма посольства Испании

Президент компании «Дарим Вам Мир»

ВЛАДИСЛАВ САЛАТОВ

Самой популярной страной для поездок на выходные остается Чехия. В первую очередь речь, конечно, идет о Праге. Большим спросом пользуются уикенды в Германии с перелетом до Дрездена. Мы предоставляем туристам возможность улететь в пятницу и вернуться в воскресенье. Из Шереметьева выполняются рейсы «Аэрофлота», из Внукова летает «Якутия» (самый экономичный вариант). У многих россиян есть открытая шенгенская виза, они интересуются новыми направлениями. Наличие мультивизы (например, французской) позволяет в любой момент «сорваться» и уехать в любую страну Европы.

В этом сезоне мы разработали широкий спектр программ по Германии. Отдельно предлагаем Дрезден, прекрасную Саксонию, выходные в Мюнхене, во Франкфурте, в Берлине. Есть у нас предложение по Франции: уикенд в Париже с перелетом Air France. Расширение географии нашей деятельности позволило предложить туристам новые страны и города. Чехия, Венгрия, Франция, Словакия, Австрия, Швейцария и Германия – на каждом из этих направлений мы разработали интересные программы. Комбинированные туры с посещением нескольких стран пользуются большим спросом. Сезон обещает быть горячим.

Директор по продвижению туристического продукта компании «Джет Тревел» **ТАТЬЯНА КОРШУНОВА**

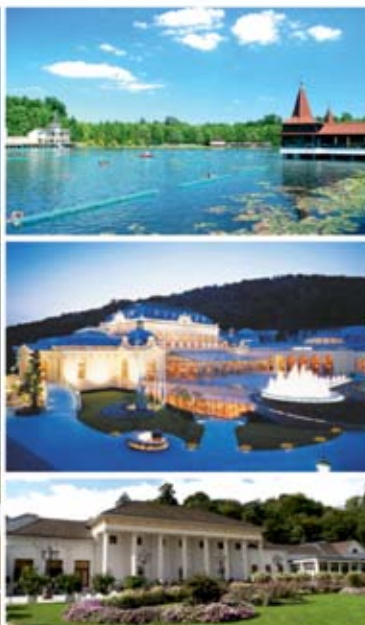
Короткие туры чаще всего выбирают люди, отправляющиеся в поездку по делам и при этом желающие денек-другой отдохнуть, отметить какое-то торжество, или просто туристы, ограниченные в свободном времени. Лидирующие позиции на этом рынке занимают европейские столицы – Париж, Рим, Вена, Берлин. По популярности им почти не уступают Женева, Милан,

Мюнхен. Наша компания предлагает пакетные групповые туры выходного дня во Францию, Австрию, Германию, Швейцарию и Италию. Разница между стоимостью стандартного недельного тура и поездкой на уикенд может составлять всего 80–100 евро. Часто именно это перевешивает чашу весов при выборе тура в сторону недельных поездок. Тем не менее весна – один из самых стабильных периодов спроса на такие туры на уикенд. Самая горячая пора – майские праздники.

Тема коротких туров будет не полностью раскрыта, если не упомянуть так называемые событийные поездки. Это всевозможные фестивали, выставки, чемпионаты и крупные соревнования. Яркий пример – туры на «Октоберфест», пивной фестиваль, ежегодно проходящий в сентябре-октябре в Мюнхене. Он привлекает огромное число туристов со всей Европы, в том числе наших соотечественников. Другой пример – чемпионаты мира или Европы по хоккею и футболу. Мы предлагаем короткие пакетные туры на чемпионат мира, который пройдет в Швеции и Финляндии, в том числе туры на финальные игры в Хельсинки. В этом сезоне к услугам наших клиентов поездки на финал Лиги чемпионов UEFA и чемпионат Европы по футболу.

Руководитель отдела бронирования турфирмы «Нева» **НАТАЛЬЯ ЛУНИЧЕВА**

Беспорные лидеры на рынке туров на уикенд – Чехия (Прага), Франция (Париж), Италия (Рим, Венеция, Милан), Австрия (Вена). В последнее время определенным спросом стали пользоваться Нидерланды (Амстердам). Основной потребитель этого турпродукта – молодые пары, туристы со средним уровнем достатка. Их привлекает возможность провести несколько дней в Европе, посмотреть достопримечательности, посидеть в кафе, заняться шопингом. Все это вполне можно сделать за 3–4 дня. Летом число запросов на такие поездки пада-



 **Чехия**
 Карловы Вары
 Марианские Лазне
 Лугачовице
 **Венгрия**
 Хевиз
 Тапольца
 Шарвар
 **Германия**
 Баден-Баден
 Бад Брамбах,
 Бад Киссинген
 **Словакия**
 Пьештаны
 Смордаки
 Турчианские Теплице
 **Австрия**
 Баден
 Бад Блюмау
 Бад Лойперсдорф

термальные
 курорты
 Европы
 туры
 от 7 ночей

Дарим Вам Мир

DVM-TUR
 ваш туроператор
www.dvm-tour.ru

ет, так как большинство людей предпочитают брать полноценные экскурсионные туры либо отдыхать на море.

Начальник отдела Европы компании «Квинта Тур» **АЛЕКСЕЙ РОДИОНОВ**

По нашей оценке, среди направлений выходного дня лидирует Франция. Это Париж, Ницца, Канн. Наша новинка – короткий тур, совмещающий посещение Парижа и курортов Лазурного берега. Также популярна Италия, где большим спросом пользуется Рим. Некоторые туристы летают в страну через Венецию, чтобы съездить в Верону или на озеро Гарда. На третьем месте – Испания. Самый популярный город для коротких поездок – Барселона. Мадрид, к сожалению, пользуется меньшим спросом, так как лететь туда чуть дальше. Но это все равно очень хороший вариант, потому что, живя в Мадриде, можно посмотреть еще несколько старинных городов. Постепенно набирает популярность Португалия. Пальма первенства принадлежит Лиссабону. Нужно также отметить Австрию и Швейцарию. Вена – идеальное место для поездки на 3–5 дней.

Заместитель генерального директора по продвижению компании «Веди Тур Групп» **ГАЛИНА СКОБЕЛЬЧИХИНА**
Среди наших предложений туров на выходные дни наибольшей популярностью у россиян пользуется

Прага. На втором месте Париж. В последнее время заметно увеличился поток в Вену. Основные проблемы в этом сегменте рынка связаны с тем, что туры на уикенд не планируют заранее, как сезонный отпуск. Поэтому часто возникает загвоздка со сроками оформления виз. Число стран, выдающих мультивизы, все еще невелико. Еще одна трудность – авиаперелет. Тур короткий, есть жесткие требования ко времени вылета: если будет поздний рейс из России и ранний обратный вылет, то такая программа не будет пользоваться популярностью.

В этом году мы заметно увеличили число программ по Чехии. Если раньше из Москвы мы предлагали только программы «среда – воскресенье» и «четверг – понедельник», то сейчас у нас есть варианты «четверг – вторник» и «пятница – вторник». Кроме того, раньше наша единственная региональная программа на уикенд была из Санкт-Петербурга («четверг – понедельник»), теперь мы предлагаем туры из Ростова-на-Дону («среда – воскресенье») и из Самары («вторник – воскресенье», «четверг – понедельник» и «суббота – четверг»).

Заметного увеличения турпотока за счет региональных программ мы не ожидаем. Летом спрос падает, туры на уикенд – это все-таки осенне-весенний продукт. Летом популярны отдых на море, на озерах и недельные экскурсионные туры.

Тб

ТУРЫ НА УИКЕНД

1. ПРАГА, ЧЕХИЯ
2. ВЕНА, АВСТРИЯ
3. ПАРИЖ, ФРАНЦИЯ
4. БЕРЛИН, ГЕРМАНИЯ
5. ХЕЛЬСИНКИ, ФИНЛЯНДИЯ
6. РИМ, ИТАЛИЯ
7. ВАРШАВА, ПОЛЬША
8. ТАЛЛИН, ЭСТОНИЯ
9. РИГА, ЛАТВИЯ
10. КИЕВ, УКРАИНА

Источник: опрос «ТБ»

Месяц и сезон

Czech Airlines будет летать в Прагу из семи городов России

Увеличению турпотока в Чехию будут способствовать новые прямые рейсы из региональных центров России. Недавно стартовал рейс авиакомпании Czech Airlines из Самары в город-курорт Карлови-Вари. Скоро начнут выполняться рейсы в Прагу из Уфы и Нижнего Новгорода. Из Москвы в Прагу появится 8 новых еженедельных рейсов. В летнем расписании чешская авиакомпания планирует добавить один рейс в Прагу из Ростова-на-Дону, увеличив частоту полетов на этом направлении до трех рейсов в неделю. Месячник Чехии, приуроченный к 75-летию международного аэропорта им.

Вацлава Гавела в Праге – праздник состоялся 5 апреля, – открылся в московском аэропорту Шереметьево. В терминале F начала работу фотовыставка, организованная совместно с авиакомпанией Czech Airlines. Директор авиакомпании по маркетингу в России и странах СНГ Марек Павлиц отмечает: «Шереметьево – ключевой хаб для Czech Airlines. Компания совместно с «Аэрофлотом» выполняет более 60 авиарейсов в неделю на воздушной линии Москва – Прага». В 2011 году был отмечен высокий рост числа туристских прибытий из России – он составил около 600 тысяч человек (+ 35%).

ТУРОПЕРАТОР
балкан
WWW.BALKAN.RU

Всегда выгодные предложения!

БОЛГАРИЯ, ЧЕРНОГОРИЯ

Раннее бронирование на летние туры

СКИДКА до 25%

Авиабилеты **ВАРНА и БУРГАС**
Полеты круглый год

(495) 628-04-04

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

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

Живописные каналы Брюгге
напоминают Венецию

© Toerisme Vlaanderen



«« Идеальный тур по Флан-
дрии включает посещение
Брюсселя, Брюгге, Гента и
Антверпена »»

ПЕДРО ВАХЕ

Координатор российского рынка Туристического
управления Фландрии и Брюсселя



Кружево Фландрии

Фландрия расположена в самом сердце Европы и входит в состав Королевства Бельгии. Здесь соседствуют архитектурные шедевры древних городов, бережно сохраняемые в первозданном виде, богатое художественное наследие и высокая кухня – все то, что так влечет российского туриста.

ТЕКСТ ЕЛЕНА СМИРНОВА

Уже не первый год этот регион на отечественном рынке представляет Педро Вахе, координатор российского рынка Туристического управления Фландрии и Брюсселя. «Фландрии есть что предложить туристам: здесь на маленькой территории сосредоточено огромное число памятников из списка объектов Всемирного культурного наследия человечества ЮНЕСКО, многие семейные предприятия уже сотни лет обеспечивают высочайший уровень обслуживания с индивидуальным подходом к каждому гостю. У каждого города Фландрии – ярко выраженный характер и собственная атмосфера», – подчеркивает Педро Вахе.

Чаще всего россияне посещают Фландрию в рамках обзорных туров по Бенилюксу. Но последний год показал, что путешественники из РФ готовы возвращаться в эту страну и проводить в ней не три-четыре дня, а гораздо больше. «Идеальный тур по Фландрии мог бы включать посещение Брюсселя, Брюгге, Гента и Антверпена, – считает Педро Вахе. – Поскольку перелет выполняется через Брюссель, то целесообразно провести в бельгийской столице пару ночей в выходные, поскольку в эти дни многие брюссельские отели ощутимо снижают цены. В Брюгге, наоборот, выгоднее бывать в будние дни. Летом гостиницы в Брюсселе еще дешевле. В тур по Фландрии также желательно включить старинные города Мехелен и Лёвен, они расположены всего в 30 минутах езды от аэропорта. Если туристы прибывают в Брюссель ранним утром, то можно до заселения в отель съездить в эти уютные городки, прогуляться по старинным улочкам, пообедать в местном ресторане и затем вернуться в Брюссель».

«Мы стараемся разрушить стереотип о том, что Бельгия – недоступная страна. Мы оказываем поддержку надежным туроператорам и уведомляем консульство о новых качественных турах, – продолжает Педро Вахе. – Этот подход себя оправдывает. Бельгия никогда не будет направлением массового туризма, да это и не является нашей целью. Во главу угла мы ставим качество». Новые предложения по привлечению российских туристов были озвучены на прошедшем в начале февраля в Генте форуме Flanders – Brussels Travel Forum 2012, на который Туристическое управление Фландрии и Брюсселя собрало 120 представителей местной туристической индустрии и посетителей из 19 стран, в том числе из РФ. Программа пребывания российской группы во Фландрии включала посещение Брюсселя, Брюгге и Гента. Она дала туроператорам интересные идеи для составления маршрутов по региону. Многие убедились, что Фландрия достойна осмотра не только

летом, но и в зимний период. Формируя программу, организаторы фам-трипа безошибочно выбрали самое «вкусное». Зачарованный Брюгге – город романтической старины, кружев и шоколада, в феврале становится центром притяжения для всех любителей пива – здесь проходят «пивные выходные».

Настоящим событием станет открытие осенью 2012 года нового музея Historium. Здесь можно будет погрузиться в «золотой век» Брюгге: спецэффекты, движущиеся изображения, декорации, музыка и запахи перенесут гостей в 1435 год. На встрече с представителями городского управления Брюгге член муниципального совета по туризму Жан-Мари Богарт отметил, что в 2006 году количество ночевков российских туристов в городе составило 2,5 тысячи, в 2010 году – уже 13 тысяч. По итогам 2011 года ожидается цифра в 20 тысяч ночевков.

В городе успешно проходят бизнес-мероприятия, а мастера изысканной кухни (из 360 ресторанов 34 имеют «мишленовские» звезды или рекомендации гастрономических гидов) дополняют впечатление туристов о Фландрии как о регионе, предлагающем услуги высочайшего качества. Гент манит любителей истории, музыки и веселья. Новый музей STAM собрал не только произведения искусства и исторического наследия города, но и новейшие технологии. Свежая новость – в марте в Москве открылось представительство офиса по туризму Фландрии. Его интересы представляет компания TMI Consultancy.

Тб

Пребывание российских туристов во Фландрии в 2010 году (по количеству ночевков)



Источник: Туристическое управление Фландрии и Брюсселя

Летим

Авиакомпания Brussels Airlines с апреля 2012 года вводит ежедневный утренний рейс из Домодедова. Перевозчик будет выполнять ежедневно 13 вылетов в Брюссель, что даст возможность туроператорам предложить больше интересных программ по Фландрии.





В сердце Скандинавии

Аландские острова расположены в самом сердце Скандинавии, между Стокгольмом и Хельсинки. Каждое лето они привлекают сотни любителей рыбалки, истории, да и просто ценителей спокойного отдыха на лоне нетронутой природы.

На Аландские острова можно добраться разными способами. Один из самых популярных – на круизном лайнере из Стокгольма, Хельсинки или Таллина. Рейсы сюда выполняют пароходные компании «Таллинк Силья» и «Викинг Лайн». Если туристы хотят прилететь на архипелаг, то это можно легко сделать, воспользовавшись услугами авиакомпаний Швеции или Финляндии. Вылет – из аэропортов Хельсинки (Ванда), Стокгольма (Арланда) и аэропорта Турку. Время в пути – полчаса из Стокгольма; час – из Хельсинки и Турку (авиакомпании Airland и Flybe). Из аэропорта Мариехамна до центра города – пять минут езды на машине. Те путешественники, которые захотят добраться до Аландов на катере или яхте, смогут без проблем встать здесь на причал. На островах оборудованы 17 «гостевых» пристаней, где можно получить различные услуги.

ПОЧЕМУ АЛАНДЫ?

Аландские острова считаются самым солнечным местом в Скандинавии. Летом тут настолько тепло, что пляжи переполнены. Здесь рай для

любителей зимней и летней рыбалки. Пешие походы и прогулки по тропам Аландских островов являются прекрасным способом самостоятельно увидеть красоты местной природы. На архипелаге проложено около 30 пешеходных маршрутов различной протяженности и сложности по разным видам ландшафта. Аландские острова – самое популярное место в Финляндии для велотуристов. Но Аланды – это не только рыбалка, охота и прогулки по морю. Здесь можно походить по ресторанам, заглянуть в многочисленные магазинчики и бутики. Если путешественники любят активный отдых, они могут заняться серфингом, поплавать на байдарке или заняться дайвингом, чтобы увидеть хорошо сохранившийся остов затонувшего корабля. На Аландских островах можно вкусно поесть круглый год. В ноябре 2011 года местная газета насчитала 53 «заведения», в которых отлично готовят. И это – только в Мариехамне! В летнее время на архипелаге работает более сотни ресторанов и кафе. Рекомендуется попробовать местные деликатесы: черный аландский хлеб, пиво из местной пивоварни, аландские сыры и обязательно на десерт аландское «паннкака» (своего рода толстые оладьи).

ААТ альпы адриа травэл **AATTravel**
ПРЕДЛАГАЕМ ТОЛЬКО ТО, ЧТО ЗНАЕМ

Более 3000 коттеджей
Лучшие цены
Оперативность
Качество

ФИНЛЯНДИЯ

www.aatru.ru fin@aatru.ru
(495) 937 42-39, (495) 911 25-80, (495) 911 01-94

11 ЛЕТ С ФИНЛЯНДИЕЙ

ТУРЫ ВЫХОДНОГО ДНЯ:
ИМАТРА, МИККЕЛИ, КОТКА-ХАМИНА,
ХЕЛЬСИНКИ-ПОРВОО,
САВОНЛИННА-НОВЫЙ ВАЛААМ, ЛАХТИ...

СПА-ОТДЫХ
РАЗМЕЩЕНИЕ В ОТЕЛЯХ
И КОТТЕДЖАХ
РЫБНАЯ ЛОВЛЯ

КРУИЗЫ В СТОКГОЛЬМ
ПАРОМ СПБ-ХЕЛЬСИНКИ,
СПБ-СТОКГОЛЬМ
ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ТУРЫ

ДЯДЮШКА НИШ
г. Санкт-Петербург
ул. Правды, д.4, офис 48
тел.: +7(812) 320-31-80
www.nicktour.spb.ru
nicktour@nicktour.spb.ru

ГДЕ ЖИТЬ?

На Аландских островах работают более 160 объектов размещения: от высококлассных отелей до коттеджей на побережье. Но где бы туристы ни остановились, они всегда будут чувствовать близость к морю и природе. Даже в центре столицы архипелага – городе Мариехамне.

ЧТО ПОСМОТРЕТЬ?

Прежде всего, стоит посетить Мариехамн, город, названный в честь русской царицы Марии Александровны. Он наполнен памятью о морских походах. Одна из главных местных достопримечательностей – парусник «Поммерн», ставший музеем. Здесь туристы почувствуют стойкий запах дерева и смогут представить нелегкую жизнь моряков. Также стоит посетить Кастельхольм, большую крепость XVI века, построенную во времена шведского короля Густава Васы. В то время Аланды вместе с Финляндией принадлежали Швеции. Их расположение делало острова стратегически важными территориями на восточном и западном направлениях морского пути. Недалеко от крепости находится прекрасная площадка для гольфа с двумя 18-луночными полями. Также около замка располагается музей-тюрьма и этнографический музей-заповедник под открытым небом – усадьба Яна Карла. Там же расположены уютный ресторан, кафе и сувенирная лавка. Аландский музей в Мариехамне представляет живую и оригинальную экспозицию, рассказывающую об этнографии и истории Аландов. В этом же здании расположен Музей аландского искусства. Здесь часто проводятся интересные выставки. Остров Экерё – самая западная точка архипелага. Отсюда можно добраться аландскими паромными в Швецию, в Грисслехамн.

Средневековые церкви есть в каждом муниципалитете, кроме Мариехамна. Они являются действующими. Здесь туристы могут созерцать суровую красоту средневековья: настенные фрески, скульптуры и витражи. А тем, кто хочет провести вечер в романтической обстановке, стоит посетить кафе «Уффе» на горе над проливом Фьерсундет. Это открытая терраса на скале с видом на море, расположенная над единственным на Аландах туннелем. Рядом находится смотровая вышка, с которой открывается обзорная панорама во все стороны света. Здесь подают местное национальное блюдо – «оландспаннкака».

Поезд + автобус + паром | Паром + автобус | Туры выходного дня
Билеты на паромы | Коттеджи | Круизы | SPA | Экскурсионные

Превращая мечты
в воспоминания!

ТурТрансВояж

Туры с посещением Финляндии

Лауреат премии "Звезда Travel.ru" - по "Экскурсионным турам"
Профессиональные гиды-сопровождающие на всем маршруте,
отточенная логистика, низкие цены на доп. мероприятия

Тел. +7 (495) 970 0122.
Факс +7 (495) 221 7310,
Москва, Певческий пер.,
д. 4, стр. 1
www.tourtrans.ru

Финляндия - Швеция от 89 у.е.*

St. Peter Line + Ладники от 689 у.е.*

4 Скандинавские столицы от 299 у.е.*

ФИНЛЯНДИЯ С ВЕДИ ТУР!

ВДАЛИ ОТ ШУМА И СУЕТЫ!! ПОСВЯТИТЕ ОТДЫХ СЕБЕ!!!

- Избранные коттеджи ОТ СОБСТВЕННИКА
- Рыбалка
- Детские туры
- Спа-отели и др.

ВЕДИ ТУР
veditours.ru



Москва, Ленинградский проспект,
дом 7, офис 217
(495) 946 1818, (495) 506 0085
8 (800) 100 5421
для регионов России (бесплатно)



ЛЕТО В ФИНЛЯНДИИ ТОП-3 от Джаз Тур

Отдых в коттедже
с рыбалкой

от 25000 руб.

за коттедж на 8 дней

Лучшие спа отели
и семейный
отдых

от 7000 руб.

с человека на 3 дня

Выходные в Хельсинки

от 4500 руб.

с человека на 3 дня

www.jazz.travel (495) 775-76-76 (812) 336-94-11



гарантированные
коттеджи на летний
и зимний сезоны

речная, озерная,
морская рыбалка
семейные туры,
отдых в SPA отелях

туры в Хельсинки,
билеты на паромы
еженедельно круизы
из Санкт-Петербурга

бесплатная доставка документов из регионов, on-line бронирование
электронные платежи, публикация туров Викинга на сайтах агентств

viking-travel.ru
(495) 232 5575 (812) 449 0370

VIKING

Здравый смысл и никакого мошенничества

Этика ведения бизнеса на туристическом рынке стала, пожалуй, одной из главных тем прошедшей выставки МИТТ-2012. Яркие презентации и официальные встречи форума нередко заканчивались частными беседами, в которых участники турбизнеса делились своими мнениями и переживаниями о развитии отрасли. О том, как делать качественный туристический продукт в условиях демпинговых войн и низкой клиентской лояльности, рассказывает директор по туризму компании «Интерс» **АНДРЕЙ КОЗЛОВСКИЙ**.

БЕСЕДОВАЛ РОМАН МЕЛЬНИКОВ



ЧТО НОВОГО?

»»» Премиум-тур «Европа де-люкс» с абсолютно иным качественным подходом к организации экскурсионных маршрутов, три тура в Скандинавию, новые программы по Швейцарии и другие туры по городам Европы. Новые туры в Скандинавию, которые мы разработали после 4-летнего перерыва, уже активно бронируются на этот сезон.

Андрей, вы довольны работой на выставке МИТТ-2012? Для компании «Интерс» выставка прошла очень успешно. На нашем стенде состоялись многочисленные встречи, переговоры с партнерами и коллегами. Мы порадовали представителей агентств нашим новым каталогом. Он отличается от предыдущего дизайном, удобной версткой и количеством полос. Надеюсь, что сам каталог и наши новые туры понравятся туристам, и турагентства будут довольны продажами. Сотрудники нашей компании вложили душу в разработку новых маршрутов, доработку существующих – так что мы рассчитываем на то, что эта работа будет высоко оценена клиентами. На выставке была возможность много общаться с коллегами и обсуждать процессы, происходящие в отрасли. Многих операторов и агентов интересовал вопрос, кто будет следующим туроператором-банкротом. Кандидатов достаточно.

Вы считаете, турбизнес по-прежнему будет лихорадить? Я в этом более чем уверен. Ошибки прошлого года и банкротство «Ланты-тур» абсолютно не повлияли на поведение многих туроператоров. В прошлом году они горели и продавали пакеты по цене ниже авиаперелета, а в этом году еще больше увеличили свои квоты по сравнению с предыдущим. Думаю, что имя следующего банкрота мы узнаем достаточно скоро. Возможно, раньше, чем закончится лето. Небольшие туроператоры будут уходить с рынка незаметно и вне зависимости от сезона.

Как оптимизировать маркетинг туроператора в нынешних условиях? Очень важно вести здоровую финансовую политику. На страницах «ТБ» я уже говорил о повышении цен на услуги отелей в Европе, увеличении налога НДС во Франции,

введении во многих городах туристических налогов и других факторах, увеличивающих себестоимость турпродукта. Каково же было мое удивление, когда стоимость туров наших коллег-конкурентов, несмотря на эти факты, осталась практически неизменной по сравнению с 2011 годом. Желание завоевать туристов низкими ценами, видимо, в крови не только у чартерных, но и экскурсионных автобусных туроператоров. Результат такой политики может стать плачевным, потому что даже оборотные средства рано или поздно заканчиваются.

А «Интерс» повысил цены? Ввиду объективных причин – да. Мы повышаем уровень обслуживания, отелей, гидов, автобусов и других составляющих наших туров. Но вместе с тем есть и ряд внешних факторов. Мы не можем повлиять на правительство Франции и предотвратить повышение НДС или, скажем, уговорить города Италии не вводить туристический налог. Если мы хотим, чтобы наш бизнес был устойчивым, мы должны быть честными с клиентами. При этом стоимость туров хоть и выросла, но не настолько, чтобы мы могли покрывать затратные нововведения. Конъюнктура туристического рынка не позволяет этого сделать. Поэтому мы всегда очень осторожно относимся к повышению цен и часть расходов берем на себя.

Правильно ли я понял, оплата туристического налога уже входит в стоимость туров «Интерса»? Абсолютно верно. Мы пока не пишем об этом во всех программах. Но, на мой взгляд, уже пора это делать. Суммы туристических налогов небольшие, но накладывают отпечаток на бюджет поездки. Например, в Риме мы оплачиваем 2 евро с человека при размещении в отеле категории 3 звезды, и 3 евро при размещении в отеле

категории 4 звезды. Легко подсчитать, что за группу из 40 человек на 3 ночи мы вынуждены отдать 240–360 евро. Самостоятельные туристы или туристы «псевдоиндивидуальных» туров будут вынуждены оплатить дополнительно на стойке отеля 6–9 евро за 3 ночи.

Что значит «псевдоиндивидуальный» тур?

В наш отдел индивидуальных туров периодически обращаются туристы или турагентства с просьбой посчитать индивидуальный тур. Поначалу мы это делали. Но чаще всего туристов или турагентства не устраивала стоимость. Индивидуальные трансферы и экскурсии стоят довольно дорого. При более подробных расспросах выяснялось, что им нужен обычный групповой тур в одну страну с перелетом, скажем, в Париж. Мы называем такой вид отдыха – туры с присоединением к группе. Вы прилетаете в аэропорт, вас встречает автобус или микроавтобус и отвозит в отель. Вы самостоятельны в прогулках. Экскурсии по программе проводятся групповые и, насколько я помню, место встречи для проведения большинства из них – в районе Опера. На такие встречи может прийти 150–200 человек или даже больше. В этой суматохе организуются экскурсии в разные места Парижа или ближайших пригородов. Всех рассказывают по автобусам. Кого-то путают, кого-то забывают в Версале. Такой групповой обезличенный подход. Но формально такой тур – для нас загадка, почему? – считается индивидуальным. С таким же успехом можно назвать любой тур в Египет индивидуальным, хотя он включает перелет charterным рейсом, групповые трансферы и экскурсии. В этом плане автобусные туры куда более индивидуальны, у них более высокий организационный уровень.

Чем ваш подход отличается от описанного выше? Мы сами создаем свои маршруты и полностью их контролируем на каждом этапе. А «псевдоиндивидуальные» туры создаются принимающими туроператорами. Большинство туроператоров в России просто их перепродают. По сути, работают как турагенты первого уровня, перепродавая турагентам второго уровня в России. Это легко проверить. Достаточно взглянуть на ассортимент предлагаемых программ. И отели, и экскурсии, и описания будут практически идентичными. Принимающие компании, к которым стекается турпоток на популярных европейских экскурсионных маршрутах, можно пересчитать по пальцам. И при больших объемах далеко не все из них могут обеспечить должное качество обслуживания клиентов. А наши гиды находятся с туристами на протяжении всего маршрута, знают каждого в лицо и несут ответ-

ственность за выполнение программы и качество обслуживания. Мы одна компания для наших туристов и в России, и за рубежом.

Как вы оцениваете состояние рынка автобусного туризма в России? Я знаю, что многие charterные туроператоры считают автобусных туроператоров второсортными участниками рынка, которые якобы продают самый дешевый турпродукт с большими перегонами и минимальным комфортом. Такие действительно есть. Но только не «Интерс». Мы потратили много сил, чтобы добиться высочайшего качества продукта. Наши туры постоянно эволюционируют. На сегодняшний день компания на 100% самостоятельно создает и контролирует собственный продукт. Мы российский туроператор, который продает только свои туры. В нашем ассортименте экскурсионных групповых туров по Европе нет ни одного чужого, чего нельзя сказать о других туроператорах, которые продают как турагенты первого уровня чужие автобусные программы за двойную комиссию. Но это не наш бизнес. «Интерс» обладает достаточным опытом для того, чтобы самостоятельно организовать на высоком уровне групповые и индивидуальные туры по Европе. И мы отдаем себе отчет в том, что та высокая планка, которую мы для себя определили, – это, возможно, и есть тот уровень, к которому должны стремиться автобусные операторы в России.

Как скажется появление новых туров на работе вашей компании? Ведь чем больше туров, тем больше усилий и затрат требуется от туроператора для качественного исполнения? Вы правы. У нас появилось достаточно много новых и переработанных программ. Чем больше объем, тем больше усилий и затрат. Причем затрат не только физических или умственных, но и финансовых. С точки зрения финансов – у нас нет долгов и кредитов, а также рискованных блоков мест на самолетах. Мы не устраиваем распродаж по цене ниже себестоимости. Могут быть небольшие скидки для стимулирования спроса, но они не превышают 5–7% от стоимости. За большими объемами не гонимся. Предпочитаем качественно выполнять свою работу, а не добиваться мифических цифр в отчетности по отправке туристов. При разработке новых туров мы внимательно взвешиваем все «за» и «против», учитываем результаты маркетинговых исследований, корректируем количество выездов в год. У нас может быть тур с 4 датами выезда, не так много для улучшения своих позиций на том или ином направлении, но зато 3 тура из 4 поедут с вероятностью 100%.



О БИЗНЕСЕ

>>> Желание завоевать туристов низкими ценами, видимо, в крови не только у charterных, но и экскурсионных автобусных туроператоров.

>>> Если мы хотим, чтобы наш бизнес был устойчивым, мы должны быть честными с клиентами.

>>> С точки зрения финансов – у нас нет долгов и кредитов, а также рискованных блоков мест на самолетах. Мы не устраиваем распродаж по цене ниже себестоимости.

Лондон в чемпионах

К марту 2012 года за пределами Соединенного Королевства было продано около миллиона билетов на олимпийские состязания. В пересчете на людей – это 300–400 тысяч посетителей. Сколько туристов приедет в Лондон этим летом без билетов на Олимпиаду и без помощи туроператоров, не знает никто. Однако, несмотря на масштабный бюджет, потраченный на организацию, и большое желание британцев привлечь туристов олимпийскими событиями, турбизнес особых ставок на Олимпиаду не делает.

ТЕКСТ РОМАН МЕЛЬНИКОВ



»» **9,3**
млрд фунтов стерлингов потратит Лондон на проведение Олимпиады – по сравнению с первоначальным планом эта цифра выросла почти в два раза.

ЧТО ПОСТРОИЛИ

Мэр Лондона Борис Джонсон объявил о полной готовности города к приему спортсменов и гостей Олимпиады за полгода до церемонии открытия. Это будут тридцатые, юбилейные Олимпийские игры современности и ожидается, что они превзойдут все предыдущие по качеству организации и пышности действия. По крайней мере, британское правительство, не побоявшись мирового финансового кризиса и недовольства своих граждан по поводу гигантских трат в самый его разгар, приложило достаточно много усилий для того, чтобы Лондон не выглядел бледно после Олимпиады в Пекине 2008 года, признанной самой грандиозной в истории игр.

Первоначально бюджет на подготовку оценивался оргкомитетом в 5,3 млрд фунтов стерлингов. Но спустя два года после старта организаторы были вынуждены сделать поправки – ассигнования на покрытие непредвиденных расходов, налоговые обязательства и соображения безопасности потребовали увеличения бюджета. К тому же существенно выросли расходы на строительство спортивных объектов. В итоге страна потратила на подготовку игр 9,3 млрд фунтов стерлингов, или 18 млрд долларов – сумма не самая большая (Китай потратил 40 млрд долларов), но все равно астрономическая.

Обладая большим опытом проведения крупных соревнований – нынешняя Олимпиада для британской столицы уже третья по счету – и хорошей спортивной инфраструктурой, Лондон, возможно, мог обойтись и меньшей кровью. Но реализовать требования по безопасности и обеспечить хорошую логистику в условиях, когда объекты разбросаны по мегаполису хаотично, практически невозможно. Потому на время проведения



Олимпиады Лондон будет поделен на три части, главная из которых – Олимпийский парк с основными объектами – построена именно к летним играм.

Олимпийский парк находится в лондонском Ист-Энде, в районе Стратфорд, на берегу впадающей в Темзу реки Ли. Здесь будет биться пульс Олимпийских игр 2012 года. Основную площадку парка – Олимпийский стадион, где пройдут церемонии открытия и закрытия Олимпиады, турнир по легкой атлетике, – построили за тысячу дней (для сравнения, реконструкция стадиона Уэмбли продолжалась семь лет) и потратили на строительство 486 млн фунтов стерлингов. Стадион рассчитан на 80 тысяч зрителей, он был спроектирован в соответствии с последними требованиями к охране окружающей среды. Вообще, «экологичность» провозгласили главным принципом во всех процессах, связанных с подготовкой к играм еще при подаче заявки в Международный олимпийский комитет, и неустанно декларировали его на всех этапах. А еще креативность. Организаторы решили упрочить статус Лондона как главного мирового культурного трендсеттера и объявили, что предстоящие игры пройдут под эгидой урбанизации и искусства – строительство спортивных объектов было поручено звездам современной архитектуры и модным конструкторским бюро. И те не подкачали.

Строительство олимпийского «Акватик-центра» доверили, пожалуй, самой экстравагантной женщине из мира архитектуры, британке иранского происхождения Захи Хадид. Многие помнят пекинский плавательный комплекс «Куб», которым восторгались и спортсмены и болельщики. Сравнивая его с лондонским «Акватик-центром», стоит признать, британцам удалось превзойти китайских архитекторов и в смелости мысли, и в широ-

Олимпийский стадион Лондона рассчитан на 80 тысяч зрителей



те ее воплощения. Футуристический экстерьер центра – крыша арены, вмещающая свыше 17 тысяч зрителей, исполнена в виде огромной 160-метровой волны – это первое, что представится взору туристов, заходящих в Олимпийский парк. Внутри «Акватик-центра» расположены три бассейна, два из которых – длиной в 50 метров и один – 25 метров. «Акватик-центр» обошелся британцам более чем в 250 млн фунтов. Говорят, что изначально бюджет был почти на четверть меньше, но Хадид наотрез отказалась оптимизировать расходы, и оргкомитету ничего другого не оставалось, как выделить деньги. Неподалеку от «Акватик-центра» расположен велодром, чем-то схожий по форме с творением Хадид, только в миниатюре. Это еще одна архитектурная удача. Кроме необычного внешнего вида, специалисты отмечают прекрасные технические показатели велотрека. На его создание ушло 56 км сибирской сосны и 350 тысяч гвоздей. Рядом с велодромом построили трассу для соревнований по BMX-велосипеду, стадион для хоккея на траве, залы для баскетбола на 12 тысяч мест и гандбола на 7 тысяч мест. К спортивным сооружениям с одной стороны примыкают корпуса Олимпийской деревни, с другой – главный пресс-центр с телевизионным центром и транспортный узел, откуда журналисты будут отправляться к местам соревнований вне Олимпийского парка, с третьей – Stratford International Station – огромный железнодорожный вокзал, куда будут прибывать не только местные электрички и поезда метро, но и экспрессы компании «Евростар» из Парижа. Кроме спортивных сооружений в главной олимпийской зоне Лондона расположился целый комплекс арт-объектов. Вместе они образуют удивительный симбиоз экопарка и галереи под открытым небом. Точкой при-

тяжения для туристов станет гигантская скульптура архитектора Аниша Капура – башня Arcelor Mittal Orbit, установленная на площади между Олимпийским стадионом и «Акватик-центром». Сооружение высотой 115 метров представляет собой переплетение стальных конструкций красного цвета, которые образуют замысловатую форму пересекающихся орбит. Оно служит «подставкой» для двух смотровых площадок, на которые туристов будут доставлять несколько скоростных лифтов с пропускной способностью 700 человек в час. Для экстремалов предусмотрена спиральная лестница. Ожидается, что в башне появятся ресторан и музей. Arcelor Mittal Orbit уготована роль символа Олимпиады и главной новой достопримечательности Лондона. На ее постройку потрачено около 30 млн долларов, большую часть из которых выделил Лакшми Миттал – богатейший британский подданный, владелец крупнейшей в мире сталелитейной корпорации Arcelor Mittal.

КТО ПРИЕДЕТ

По данным исследования, проведенного ведущими туроператорами Соединенного Королевства, более 4 миллионов жителей Великобритании, прежде всего из Большого Лондона, покинут страну во время летних Олимпийских игр, чтобы избежать столпотворения. Прогнозы в отношении турпотока в дни проведения соревнований назвать оптимистичными нельзя. Безусловно, Олимпиада, привлечет огромное внимание к стране и позволит рассчитывать на общее увеличение числа туристов по итогам года, однако непосредственно олимпийские спортивные мероприятия Лондона, в отличие, кстати, от чемпиона Европы по футболу, который чуть раньше пройдет на территории Польши и Украины, ажиотажа среди туристов пока не вызывают. Британская пресса и вовсе, не стесняясь в выражениях, уже успела назвать предстоящий туристический сезон для Англии провальным.

По данным TravelDailyNews.com, наибольшую активность пока проявили американцы – на их долю приходится значительная часть брони. Объясняют это британские эксперты тем, что из-за высокой стоимости турпакетов и приличного расстояния туристы из США, где олимпийское движение очень хорошо развито, должны готовиться к поездке заблаговременно – потому они и бронируют такие туры первыми. Анализ данных британского портала HouseTrip на период Олимпийских игр также показывает, что гости из США станут самыми активными клиентами туристического сектора. По сравнению с летом 2010 года количество бронирований с их стороны увеличилось на 13%. «Американцы приедут в Лондон на более длительный срок, чем другие иностранцы, и в среднем они готовы потратить на Олимпиаде больше денег», – комментирует ситуацию в интервью агентству TravelDailyNews >>>



ЛЕТНИЕ ОЛИМПИЙСКИЕ ИГРЫ

25 июля - 12 августа
Лондон станет единственным городом, в котором Олимпийские игры будут проводиться в третий раз.

UTS Travel предлагает туры от 98 тыс. рублей
Открытие Олимпийских Игр (Спортивная гимнастика, Волейбол, Баскетбол)
В разгар Олимпийских Игр (Баскетбол, Теннис, Бокс)
Заккрытие Олимпийских Игр (Легкая атлетика, Синхронное плавание, Волейбол)

В стоимость включено
• авиаперелет
• групповой трансфер
• проживание в отеле
• медицинская страховка
• транспортная карта
• входные билеты на соревнования

Офис в Москве:
+7 (495) 662-39-87

Филиал в Санкт-Петербурге:
+7 (812) 324-33-93

www.sport-travel.ru

 UTS Travel



»» Башне Arcelor Mittal Orbit уготована роль символа Олимпиады и главной новой достопримечательности Лондона. На ее постройку потрачено около 30 млн долларов

ЦЕНА ЛЕТНИХ ОЛИМПИАД

Сеул-88 – \$3,9 млрд

Барселона-92 – \$7,0 млрд

Атланта-96 – \$1,7 млрд

Сидней-00 – \$3,3 млрд

Афины-04 – \$15,0 млрд

Пекин-08 – \$40,0 млрд

Лондон-12 – \$18,0 млрд

генеральный директор HouseTrip.com Арно Бертран. Разбавят американское присутствие туристы из Европы. Немцы уже продемонстрировали рост объемов бронирования гостиничных услуг на 10% по сравнению с 2010 годом. Большой поток европейских туристов прогнозируют и эксперты VisitBritain. Особой активности ожидают от туристов из Северной Европы – у них упрощенный въезд в Соединенное Королевство. По некоторым оценкам, только туристов из Нидерландов можно ожидать от 25 до 50 тысяч человек в день. Однако массовые заезды соседей по континенту в значительной степени состоятся без участия туроператорского рынка. Причины, по которым туристы не спешат отправиться на лондонскую Олимпиаду, несколько. Одна из основных – высокая стоимость гостиничных услуг. В среднем цены выросли в три раза, а в некоторых объектах размещения, особенно в низком ценовом сегменте, и того больше. При этом большая часть отелей на олимпийские даты ввела более жесткие условия бронирования: жилье оплачивается сразу, в случае отмены брони взимается крупный штраф, иногда до 100% от предоплаты. На помощь пришли десятки тысяч лондонцев, которые предлагают частное жилье как альтернативу отелям. Но и здесь скромничать никто не собирается. В некоторых районах города стоимость аренды жилья уже выросла в 10 раз. Например, квартира с двумя спальнями в Кэмдене предлагается за 1750 фунтов (2100 евро) за ночь, хотя ее обычная цена – 145 фунтов (174 евро). Не на руку британцам и чемпионат Европы по футболу, который явно выигрывает в борьбе за привлечение любителей спортивного туризма. Футбольное сообщество хорошо организовано и традиционно является очень активным потребителем спортивного турпродукта. Учитывая, что поездка в Польшу и на Украину обойдется гораздо дешевле, проще в визовом отношении и в плане трансферов, выбор большинства европейских спортивных болельщиков вполне очевиден.

В немалой степени на настроения туристов повлияли многочисленные упоминания в СМИ о готовящихся терактах. Известно, что службы безопасности разработали детальный план по отражению более 150 угроз, которые, как считают эксперты, могут представлять опасность Олимпийским играм. Почти треть из них носят террористический характер. Общие затраты организаторов игр на обеспечение безопасности уже выросли с 600 миллионов фунтов стерлингов до одного миллиарда, а участвовать в контртеррористических операциях во время Олимпийских игр будут 3800 сотрудников МИ-5.

Впрочем, плохие туристические прогнозы не сильно расстраивают организаторов Олимпиады. Глава оргкомитета игр 2012 года, двукратный олимпийский чемпион лорд Коу еще год назад заявил, что Лондон не ставит перед собой задачи в краткосрочный период окупить вложения и стать лидером туристического сезона. Про-

ведение этого спортивного мероприятия, по его мнению, в долгосрочной перспективе все равно принесет прямые и косвенные экономические выгоды. Сооружение объектов инфраструктуры, улучшение сети автомобильных и железных дорог, глобальная реклама Лондона и Великобритании в целом – все это сделает страну более популярной и открытой для мира.

ЧТО ПРИГОДИТСЯ

Многие государства, принимавшие Олимпиаду, сталкиваются с проблемой дальнейшего использования спортивных объектов, многие из которых превращаются в обременительные активы. Сооружения, построенные специально для игр, зачастую не используются или недостаточно используются после 16–17 дней проведения самих соревнований, их поддержание требует десятков миллионов долларов в год. Например, в Турине сооружение дорожки для бобслея и сопутствующих объектов обошлось в 108 млн долларов. Заместитель президента туринских игр Эвелина Кристиллин сообщила репортеру Wall Street Journal: «Не могу солгать: ясно, что дорожка для бобслея не будет использоваться ни для каких других целей. Это чистые издержки». То же самое произошло с объектами в Греции – большая их часть после Олимпиады не использовалась для крупных мероприятий ни разу и не приносила доход. Англичане с самого начала планировали строительство объектов с тем прицелом, чтобы использовать их и в дальнейшем. Уже в 2013 году Олимпийский парк будет переименован в Парк королевы Елизаветы и превратится в спортивно-туристический центр. По информации Британской олимпийской ассоциации, к 2014 году рядом с башней Arcelor Mittal Orbit планируется построить музей. Часть экспозиции составят интерактивные экспонаты, которые расскажут о Лондоне-2012 и продемонстрируют процесс сооружения спортивных объектов для вдохновения будущих поколений. Музей будет платным для посетителей. Планируется, что его строительство обойдется в 10 млн фунтов и окупится за три года. Олимпийский стадион также не останется не у дел. За право сделать его своей арендой боролись сразу три английских футбольных клуба. По последним данным, долгосрочную аренду стадиона получит клуб «Вэст Хэм», который после проведения Олимпийских игр переделает арену многофункционального стадиона, ограничив при этом его вместимость до 25 тысяч человек. Известно также, что этот стадион в 2017 году примет чемпионат мира по легкой атлетике. Некоторые объекты после Олимпиады демонтируют и продадут в другие страны. Такая судьба уготована баскетбольной арене, сооруженной по проекту архитектора Уилкинсона Эйра. Стадион, вмещающий 12 тысяч зрителей, состоит из похожей на шатер мембраны, которая натянута на специальные конструкции. Пред-

ставители организационного комитета Олимпиады 2016 года в Рио-де-Жанейро уже выразили заинтересованность в том, чтобы перевезти эту арену в Бразилию.

КАК С РОССИЯНАМИ

Как подсчитали эксперты билетного сервиса Amargo, с начала 2012 года количество запросов на авиарейсы в Лондон из Москвы выросло на 36% по сравнению с 2011 годом. В «столичном» рейтинге Лондон поднялся с шестого места на второе. Однако потенциальный интерес туристов пока не монетизируется. По мнению экспертов отрасли, те люди, которые хотят просто посмотреть Лондон или Великобританию, скорее всего, переждут Олимпиаду и поедут туда позже. А большую часть клиентов, которых интересует именно Олимпиада, отталкивает высокая цена турпакета.

Российский турбизнес также отмечает, что количество запросов на лондонскую Олимпиаду в разы меньше, чем на Олимпиаду 2008 года в Пекине. Эксперты склонны полагать, что главные причины плохих продаж – высокая стоимость турпакетов и большое количество интересных спортивных мероприятий в Европе в целом. В итоге продажи турпакетов в Лондон на период проведения Олимпиады почти на нуле, в то время как все места в отелях и на авиарейсах в Польшу и на Украину на время футбольного чемпионата почти полностью выкуплены.

Не менее весомой преградой для поездки российских туристов в Великобританию является проблема с получением въездной визы. Британские визовые центры требуют личного присутствия заявителя. В России кроме Москвы и Санкт-Петербурга визу можно получить в

Ростове-на-Дону, Екатеринбурге и Новосибирске. Несложно догадаться, что жители других регионов, скорее всего, предпочтут смотреть Олимпиаду по телевизору.

ТОЛЬКО В ЛОНДОНЕ

Основным связующим транспортным звеном лондонской Олимпиады станет вокзал «Кингс-кросс». В конце 2011 года завершена его полная модернизация. Олимпийская деревня Лондона построена недалеко от Олимпийского парка, где расположена большая часть арен. Это 11 многоэтажных корпусов, в которых разместятся 16 тысяч спортсменов. На территории деревни будут работать банк, салоны красоты и спа-центры. В номерах нет кухонь, зато спальни и ванные комнаты оборудованы по высшему разряду.

В Олимпийском парке посажен дендрарий: 120 тысяч растений 250 видов, привезенных из разных уголков мира.

Высокоскоростной поезд Javelin, построенный специально к Олимпиаде, будет доставлять пассажиров с вокзала «Сэнт-Панкрас» – конечной станции поезда Eurostar – до Олимпийского парка.

Чтобы доставлять пассажиров до Страстфорда, организаторы Олимпиады расширили восточную линию лондонского метро. Гости также смогут добраться до Олимпийского парка на автобусе, такси, велосипеде (для этого проложили специальные велодорожки) и пешком, ориентируясь по указателям.

Каждый гость Олимпиады сможет наблюдать за играми через интернет из любой точки Лондона, причем доступ Wi-Fi будет бесплатным.

ТБ



БИЛЕТЫ НА ОЛИМПИАДУ-2012

Финалы и полуфиналы –
£150–300

Церемония открытия –
£3000

Церемония закрытия –
£1500

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТОВ

Руководитель проекта «Спортивный туризм» компании UTS Travel **АННА КОШЕВАЯ**

Олимпиада 2012 года в Лондоне – перспективный проект в сфере спортивного туризма. Уже сейчас мы получаем большое количество заявок. Однако пока туры на чемпионат Европы по футболу продаются гораздо лучше. Опираясь на многолетний опыт работы по отправке в Великобританию футбольных болельщиков, мы можем предложить много интересных программ для настоящих любителей спорта в этой стране. Да и просто ценителей активного отдыха без внимания не оставим. Ведь Лондон и так является сердцем туристической Европы.

Руководитель отдела спорта компании «Роза ветров» **ЛЕОНИД МОСИН**

Туристам приходится выбирать между чемпионатом Европы по футболу и Олимпиадой. Пока продажи туров в Польшу и на Украину идут гораздо активней. Правда, на некоторые виды олимпийских соревнований уже нет билетов – первыми были проданы билеты на финалы по плаванию, баскетболу и легкой атлетике. Уже давно нет дешевых билетов на церемонии открытия и закрытия. Но у туроператоров есть возможность помогать туристам с билетами, и это, возможно, привлечет к нам клиентов. Самые популярные туры – это поездки в первую и последнюю недели игр, включающие проживание и два билета на соревнования. Стоимость предложения начинается от 770 фунтов стерлингов без авиабилетов и билетов на церемонии открытия и закрытия.

Правила умножения и деления

ПОДГОТОВИЛ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ



**АЛЕКСАНДР
САХАРОВ**

Генеральный директор
компании
«ИНФОФЛОТ»



**ЕЛЕНА
КАРМАНОВА**

Директор по PR
и маркетингу компании
«ВИА МАРИС»



**АНДРЕЙ
СМОЛИН**

Директор по внутреннему
туризму компании
«ВОДОХОДЪ»

АЛЕКСАНДР САХАРОВ

« Не все победы куются в политике продаж, важен и сам турпродукт »

Какие факторы определяют ценовую политику круизных компаний, как меняется стоимость круиза в зависимости от конъюнктуры рынка, времени года и направления, насколько круизный рынок подвержен демпингу? Мы попросили рассказать об этом экспертов ведущих круизных компаний.

Генеральный директор компании «Инфофлот»
АЛЕКСАНДР САХАРОВ

Цена любого товара, прежде всего, определяется себестоимостью. Круизный теплоход – это большое предприятие, многочисленные подразделения которого обеспечивают его гармоничное функционирование. Это расходы на топливо, оплату труда персонала, продуктов питания, услуг многочисленных поставщиков и подрядчиков. Все эти ресурсы имеют свою цену, изменение которой влияет на себестоимость круизов. В первую очередь на стоимость круиза влияет рост цен на топливо. Кроме того, цена круиза зависит от комфортабельности размещения, качества и разнообразия питания, развлекательной программы, наличия или отсутствия экскурсионного пакета, времени года. Весенние и осенние круизы менее привычны для отечественного туриста, чем летние. Соответственно, цены на них мы стараемся сделать максимально приятными, примерно в полтора раза ниже, чем в высокий сезон. При

хорошей загрузке это дает нам возможность работать на грани компенсации прямых затрат. Однако мы идем на этот шаг, чтобы привлечь новых туристов к отдыху на теплоходах и продлить навигацию. С точки зрения направления цена зависит от стоимости экскурсионных программ и заходов в порт. Скажем, в рейсах на Соловецкие острова стоимость экскурсионного и портового обслуживания и лоцманской проводки делает круизы чуть более дорогими. Однако это компенсируется уникальностью маршрута.

Практика применения демпинга в речных круизах редка и более характерна для региональных операторов. В истории речных круизов России были случаи, когда ценовая гонка приводила к весьма печальным последствиям: туристы с путевками приезжали к пустому причалу. Клиенту необходимо понимать, что слишком низкая цена на речной круиз – это тревожный знак. Путешествие на теплоходе не может быть дешевым видом отдыха, ведь безопасность судоходства и высокий уровень сервиса обеспечиваются за счет серьезных расходов судовладельцев. Учитывая низкую рентабельность в круизном бизнесе, сильно играть на снижении цен неуместно. Оговорюсь, что и солидные операторы иногда делают большие скидки, чтобы выправить ситуацию с загрузкой теплохода, но это тактические разовые акции. В стратегическом плане политика больших скидок губительна для любого оператора. Бывает, что на падение спроса они отвечают скидками. Но мы всего лишь несколько раз прибегали к подобной тактике в

На отечественном туристическом рынке круизный отдых на судах зарубежных компаний долгое время считался «элитарным» и практически недоступным клиентам со средним достатком. Сегодня туроператоры предлагают морские путешествия на любой вкус и кошелек, количество людей, выбирающих этот вид рекреации, стремительно растет. Как будут меняться цены на круизный турпродукт в ближайшее время и от чего зависит стоимость морских путешествий – ответы на эти вопросы по-прежнему интересуют не только туристов, но и сотрудников турагентств.



**СВЕТЛАНА
ГОНЧАРОВА**

Заместитель
генерального директора
по туризму компании
«МОСТУРФЛОТ»



**МИХАИЛ
ФЕЛЬДМАН**

Руководитель
департамента
круизов компании
РАС GROUP



**ИЛЬЯ
МИЛИТИЦКИЙ**

Заместитель
директора компании
«БРИЗ ЛАЙН»

прошлом году. Произошло это в связи с выводом на рынок нового судна «Александр Бенуа». Периодически мы практикуем разовые акции. Например, сделали спецпредложение для агентств на серию осенних рейсов: при продаже 10 кают на 5 октябрьских рейсов одна каюта на осенний круиз выходного дня предлагалась в подарок.

Но не все победы куются в политике продаж. Важен и сам турпродукт. Тем более что у нашей компании есть круизы, которые сами по себе являются чем-то вроде акций: это наши традиционные рейсы. Например, круиз-праздник «Открытие навигации», когда сразу несколько судов парадом открывают круизную навигацию на реках России. Также в нашем арсенале есть эксклюзивные круизные программы, которые мы разрабатываем каждый год. В 2010 году необычные круизы мы объединили под брендом «Золотая коллекция». В нее входят круизы с нестандартным маршрутом и экскурсионной программой. Все круизы «Золотой коллекции» пользуются большой популярностью у клиентов. Так, «Семейный круиз» – первый круиз для туристов, путешествующих семьями, был очень успешно организован «Инфофлотом» в 2011 году. В 2012 году предусмотрены два семейных круиза на разных теплоходах и по разным маршрутам (в июле – на теплоходе «Александр Бенуа», в августе – на теплоходе «Н.А. Некрасов»).

Когда мы только пришли на этот рынок, в начале 2000-х годов, продажи начинались в марте, после московских весенних выставок. Турагент-

ства, специализировавшиеся на продаже речных туров, закрывались на зиму. Став в 2004 году оператором своего первого круизного теплохода «Василий Чапаев», мы начали продавать на него путевки в декабре. Многие недоумевали – это было непривычно как для клиентов, так и для агентств. Приходилось убеждать и тех, и других, что покупать летний отдых зимой – это правильно, особенно если речь идет о теплоходах. Это в Турции вы всегда найдете свободный отель, хоть за день до вылета, а лучшие каюты на теплоходе быстро разбирают.

>>>

RiverLines
ЕДИНЬЙ 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**

ЕЛЕНА КАРМАНОВА

« Мы не формируем цены на свой продукт, а реализуем круизы по текущим ценам круизных компаний. И вряд ли кто-то из игроков нашего рынка в состоянии влиять на их ценовую политику »»

АНДРЕЙ СМОЛИН

« Демпинг в его классическом понимании в качестве инструмента захвата рынка и вытеснения конкурентов в расчете на будущие прибыли на круизном рынке практически не используется »»

Стимулирование раннего бронирования – наша стратегическая задача. Каждый год мы сдвигаем начало продаж круизов следующего года на более ранний срок. Благодаря высокому спросу в этом году уже в июле стартовали продажи на следующую навигацию. Мы стимулируем их не только анонсированием преимуществ, но и сезонными скидками, которые распространяются и на агентства. В 2011 году скидки достигали 10%. К концу года сохранялась скидка в 5% на теплоход «Карл Маркс». Он работает на маршрутах из Санкт-Петербурга, ранние продажи там начинаются немного позднее других регионов из-за сравнительно более короткой продолжительности рейсов.

Директор по PR и маркетингу компании «Виа Марис»
ЕЛЕНА КАРМАНОВА

Цена морского путешествия всегда зависит от его продолжительности и категории каюты. По мере повышения категории растет цена из расчета на человека в сутки, а длительность круиза пропорционально увеличивает его общую стоимость. Важным фактором является время года: в низкий сезон, как и во всей туристической индустрии, цена на тот же самый продукт ниже, чем в высокий. На цену также может повлиять какое-нибудь яркое мероприятие в регионе. Возьмем, например, круизы вокруг мыса Горн на лайнере Veendam: с 4 февраля из Вальпараисо в Рио-де-Жанейро и 20 февраля в обратном направлении. Круиз, стартующий 4 февраля, дороже, чем круиз, начинающийся 20 февраля, так как по его окончании у пассажиров есть возможность остаться в Рио-де-Жанейро и посетить знаменитый бразильский карнавал. Если один и тот же рейс регулярно выполняется в течение определенного времени (скажем, с мая по сентябрь), то цена также может зависеть от успешности загрузки. Допустим, средиземноморский круиз с 10 июня хорошо продается, а круиз, стартующий 17 июня, почему-то продается намного хуже. Тогда на круиз с 10 июня цена будет расти, а на круиз с 17 июня – держаться на прежнем уровне или даже понижаться. На цену всегда сильно влияет нестабильность в странах, близких к региону плавания. Летом 2011 года напряженная обстановка на Ближнем Востоке привела к снижению американского пассажиропотока в Средиземное море. В итоге мы отмечали снижение спроса и падение цен у американских компаний, а вслед за ними – и у европейских. Наконец, круизы в праздничные даты и в периоды массовых отпусков всегда дороже, чем аналогичный продукт в другое время. Самая низкая удельная стоимость круиза (на человека в сутки) отмечается в зимний период в Карибском бассейне. Скорее всего, это определя-

ется переизбытком круизных лайнеров в регионе в течение всей зимы.

Безусловно, при формировании цен круизные компании ориентируются и на цены конкурентов. Однако нельзя сказать, что демпинг является решающим инструментом завоевания каких-то рынков. Точнее, он наблюдался в период борьбы за крупные европейские рынки. В России демпинга со стороны круизных компаний я не припомню. Зато демпинг со стороны некоторых операторов на нашем рынке наблюдается весьма часто. Минувшим летом, например, можно было наблюдать яркие примеры при реализации круизов из Санкт-Петербурга. Есть у нас и такие операторы, которые в целях привлечения клиентов объявляют скидки в размере 10% и даже 15%. Встречались случаи раздачи направо и налево всем агентам повышенной комиссии. Однако вряд ли это эффективный способ увеличения продаж. Ведь демпинг является прямым путем к снижению рентабельности и повышению рисков. Гораздо выгоднее акции раннего бронирования. Мы уже активно формируем группы на следующий Новый год, имеем приличное число продаж на 2013 год. Так что эффективность раннего бронирования для рынка налицо. У круизных компаний нет каких-то особенностей при работе с отечественным рынком. Все мы сотрудничаем по стандартным контрактам, принятым у каждой круизной компании для международных партнеров. Однако те круизные компании, которые уже успели в полной мере оценить потенциал отечественного рынка, делают активные шаги нам навстречу. Например, внедряют русскоязычный сервис на борту. Он уже представлен на многих лайнерах Costa Cruises, в европейских круизах NCL, а с 2012 года – в европейских круизах компании Carnival. Мы не формируем цены на свой продукт, а реализуем круизы по текущим ценам круизных компаний. И вряд ли кто-то из игроков нашего рынка в состоянии влиять на их ценовую политику. Цены раннего бронирования на 2012 год были весьма низкие. Но даже при последующем возможном снижении цен те, кто покупает круизы в последний момент, часто остаются без желаемой каюты.

Директор по внутреннему туризму компании «Водоходъ» **АНДРЕЙ СМОЛИН**

Существует два основных подхода к формированию цены. Первый – чисто рыночный, клиентоориентированный: цена формируется исходя из платежеспособного спроса, то есть устанавливается на том уровне, который может позволить себе потребитель. Подобный подход применим в годы бурного роста рынка. Сегодня, когда увеличения

спроса на речные туры не наблюдается, операторы формируют прайс-лист на основе себестоимости турпродукта. То есть устанавливают такие цены, которые обеспечивают безубыточную работу теплохода либо незначительную норму прибыли. Таким образом, себестоимость играет ключевую роль в определении конечной стоимости круиза для потребителя. В свою очередь она формируется из нескольких составляющих, наиболее значимые из которых – стоимость топлива, продуктов питания и экскурсионных программ. На топливо, кстати, приходится более 20% себестоимости круиза. Разумеется, вышеописанные подходы не применяются в чистом виде. Как правило, круизные компании формируют цены на будущий год в конце текущей навигации и не могут не учитывать ее итоги. Речные круизы – туристический продукт со значительной глубиной продаж. Наиболее выгодный период их приобретения – до новогодних праздников. В это время все туроператоры предлагают значительные скидки, достигающие до 15%. Если учесть весомую массовую долю ранних продаж, в дальнейшем конъюнктура рынка оказывает не столь заметное влияние на стоимость круизов. И цена может быть пересмотрена только в сторону увеличения. По крайней мере, именно такой политики придерживается наша компания. Если же говорить о зависимости цены от сезона и направления круиза, то здесь все достаточно логично: стоимость туродня в период низкого сезона (май, сентябрь–октябрь) ниже, чем в пиковые летние месяцы, причем значительно – на 30–40%. Разумеется, чем продолжительнее круиз – тем ниже стоимость одного туродня. Важно, что демпинг в его классическом понимании в качестве инструмента захвата рынка и вытеснения конкурентов в расчете на будущие прибыли на круизном рынке практически не используется. Тем не менее некоторые круизные операторы предлагают значительные скидки в качестве одной из мер стимуляции спроса, продавая тур по ценам ниже среднерыночных. Здесь, однако, необходимо сделать две оговорки. Во-первых, подобные скидки появляются незадолго до начала рейса, когда лучшие каюты уже распроданы. Во-вторых, речь идет не о маркетинговой политике компании, а о банальном стремлении окупить себестоимость организации круиза. Замечу, что «ВодоходЪ» подобные специальные акции никогда не проводил и в дальнейшем проводить не намерен. Один из наших главных принципов заключается в том, что раннее приобретение тура всегда выгоднее, чем позднее. Таким образом, мы защищаем интересы наших постоянных клиентов, которые бронируют и выкупают круизы заблаговременно.

Эффективность раннего (предновогоднего) бронирования определяется двумя факторами: размером скидки, предоставляемой при ранней оплате тура, а также дальнейшей ценовой политикой оператора (наличие или отсутствие горящих туров). И, конечно, стабильностью компании, продолжительностью ее работы на рынке. Общение с «ранними» клиентами показало, что многие из них рассматривают покупку тура на будущий год как своеобразное вложение средств в предстоящий отдых, страховку от возможного падения курса рубля или повышения цен.

В последние годы наша политика ранних продаж неизменна и, как следствие, их объем ежегодно растет. Например, в 2008 году до Нового года мы реализовали на предстоящую навигацию 16% всех туров, в 2009 – 25%, а в 2010 – уже 31% (порядка 6 тысяч человек). Данные по продажам на текущий год также выглядят достаточно оптимистично. Наша компания уже давно сделала ставку на долгосрочную маркетинговую стратегию, в основе которой – постоянное повышение качества продукта. Увеличивая насыщенность программ, предоставляя более широкие возможности выбора экскурсий, повышая уровень сервиса, мы «привязываем» клиента. «Водоходский сервис» – устойчивое выражение, придуманное не нами, а любителями круизного отдыха, которые не готовы променять этот самый сервис ни на какой, даже самый оригинальный круиз другого оператора. Цены на предстоящую навигацию 2012 года мы опубликовали в сентябре, тогда же был дан старт продажам. Стоимость туров по отношению к 2011 году осталась неизменной. С учетом роста индекса >>>

ВИА МАРИС



Морские круизы

Дегустуйте
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

 **Holland America Line**
A Signature of Excellence

 **Costa**
CRUISING ITALIAN STYLE

 **Regent** SEVEN SEAS CRUISES

CRYSTAL CRUISES

 **STAR CLIPPERS**

OCEANIA CRUISES

 **SEADREAM**
YACHT CLUB

 **THE YACHTS OF SEABOURN**
INTIMATE. LUXURY.

 **Carnival**

 **NCL**
NORWEGIAN CRUISE LINE
PRESTIGE CRUISING

СВЕТЛАНА ГОНЧАРОВА

« К сожалению, ни один речной круизный оператор не может похвастаться массовой рекламой, которая могла бы охватить широкие слои потребителей »»

МИХАИЛ ФЕЛЬДМАН

« Говоря о зависимости цены от направления, правильнее оценивать конкуренцию на конкретном направлении и объем предложений. Где выше конкуренция, там цены значительно ниже »»

потребительских цен в среднем по России, можно говорить о том, что в реальности наши круизы стали даже дешевле. Не исключено, что весной цены «Водохода» будут пересмотрены.

Заместитель генерального директора по туризму компании «Мостурфлот»

СВЕТЛАНА ГОНЧАРОВА

Факторы, определяющие ценовую политику круизных компаний, такие же, как и для любого другого рынка. Это себестоимость, спрос, предложение. Стоимость круиза напрямую зависит от конъюнктуры рынка и времени года. Речные круизы в России имеют ярко выраженный сезонный характер. Чтобы перераспределить туристические потоки, операторы делают так называемые сезонные скидки – от 10% до 30% от цен летнего периода. Чем дальше от лета, тем больше скидка. В моменты спада спроса компании вынуждены также делать скидки, размер которых зависит от числа непроданных мест и продолжительности действия факторов, влияющих на спрос. К ним можно отнести погоду, стихийные бедствия, трагические происшествия, а также доходы потребителя, рост цен на потребительские товары. Что касается направлений, то здесь каждый оператор, прежде чем составить расписание круизов, анализирует рынок и спрос на каждое направление за несколько лет. И старается не вводить те направления, которые заведомо потребуют скидок. Круизный рынок не часто подвержен демпингу. Это связано с высокой себестоимостью круиза, львиную долю которой составляют расходы на постоянно растущее в цене топливо, короткой навигацией (в среднем 140 дней) и сезонными скидками. Каждый оператор старается чем-то удивить своих туристов. Это могут быть новые маршруты, программы и услуги на борту теплохода, новые экскурсионные программы, переоборудованные каюты и помещения судна. Например, в 2012 году наша компания и Московский театр кукол имени С.В. Образцова начинают совместный проект на теплоходе «Сергей Образцов» (ранее – «Н.Г. Славянов»). В программе круизов запланированы кукольные спектакли, мастер-классы по театральному кукольному мастерству для детей и взрослых, показы уникальных кино- и фотоматериалов, выставка театральных кукол. Другой пример – оздоровительные программы на борту. В текущем году с российскими туристами будет работать теплоход «Сергей Есенин» (проект Q-065). В трех круизах Москва – Санкт-Петербург любителей речных путешествий ждут уникальные стоянки и расширенная экскурсионная программа. В одном из этих круизов (с 14 по 24 июля) туристы смогут

получить дополнительную программу «Здоровье» – специализированный комплекс мероприятий, направленный на снижение веса и оздоровление организма, подготовленный круизной компанией «Мостурфлот» совместно с клиникой лечебного питания НИИ Питания РАМН. Желающих ждут консультации специалистов клиники, лечебная физкультура, массаж, диетическое питание.

К сожалению, ни один речной круизный оператор не может похвастаться массовой рекламой, которая могла бы охватить широкие слои потребителей. Реклама в массовых СМИ операторам не по карману. А новости круизного рынка, как правило, им не интересны. За исключением разве что трагических происшествий. Что касается глубины продаж, то задолго выкупаются продолжительные круизы (8–20 дней), редкие и праздничные туры (майские и июньские праздники). Прежде всего, выкупаются постоянными клиентами или их знакомыми по рекомендации. Если сравнить предварительные продажи, которые приходится на конец преднавигационного года за несколько лет, то наблюдается небольшой рост. В 2007 году у нас было 5% предварительно проданных мест от 100% навигационной загрузки. В 2008 году – 7%, в 2009 – 11%, в 2010 – 12,5%, в 2011 – 13,8%. В 2011 году цены на круизы выросли на 10–15% из-за роста цен на топливо, продукты питания, обслуживание в портах. В 2012 году увеличение цен на путевки не планируется. Как и прежде, дается дополнительная скидка 10% туристам, выкупившим или внесшим предоплату до конца этого года.

Руководитель департамента круизов компании Рас Group

МИХАИЛ ФЕЛЬДМАН

Один из важнейших факторов, определяющих ценовую политику круизных компаний, – конкурентоспособность продукта на конкретном направлении. Причем имеется в виду не только регион плавания, но и рынок сбыта. Стоимость круиза меняется в зависимости от конъюнктуры рынка, времени года и направлений. Безусловно, лето – это высокий сезон, а зима – низкий. Поэтому стоимость тура зимой в расчете на сутки путешествия значительно ниже. Например, 7 января 2012 года отправиться в круиз на лайнере MSC Fantasia, в программу которого включены Канарские острова, можно было за 36 евро с человека за ночь. Причем это не специальное предложение, а обычная цена раннего бронирования. Попробуйте найти альтернативное конкурентоспособное предложение на суше хотя бы на базе полупансиона. Говоря о зависимости цены от направления, правильнее оценивать конкуренцию на конкретном направлении и объем предложений. Где выше

конкуренция, там цены значительно ниже. Демпинг появляется в круизном сегменте, но исключительно на тех маршрутах, где зашкаливает конкуренция. К таким направлениям можно отнести круизы из ОАЭ, круизы по Карибскому бассейну, некоторые средиземноморские программы. Лучшая реклама круизов – это лайнеры, которые швартуются в вашем городе, это счастливые люди, спускающиеся по трапу. Поэтому, в отличие от Европы, в России круизам пока сложно конкурировать с традиционными массовыми направлениями отдыха. По этой же причине в Санкт-Петербурге наблюдается самый высокий рост интереса к круизам. Так что мы очень ждем реновации портов на юге России. Кроме того, наша статистика однозначно говорит о росте числа ранних бронирований и увеличении глубины продаж. Столь популярное теперь раннее бронирование на российском рынке появилось в круизах задолго до того, как этот инструмент стали широко применять на традиционных наземных направлениях. В текущем году мы ожидаем прирост рынка примерно на 30%. Исходя из этого ставим себе план увеличения продаж, опережающий темпы роста рынка.

Заместитель директора компании «Бриз Лайн»
ИЛЬЯ МИЛИТИЦКИЙ

Круизные компании, особенно американские, очень чутко реагируют на ситуацию на рынке и используют цену круиза как один из самых мощных инструментов влияния на спрос. К факторам, которые обуславливают колебание цен, можно отнести сезонность (например, круизы по Средиземному морю в октябре и ноябре могут стоить на 50% дешевле, чем в июле-августе и сентябре), различные международные конфликты (из-за войны в Ливии летом 2011 года круиз на две недели по Средиземному морю можно было купить за \$999), спуск на воду новых лайнеров. А вот направления не очень сильно влияют на цену.

Такой инструмент, как демпинг, обычно используют сами круизные компании, а не операторы, представляющие их на рынке. Например, компания Carnival при выходе на средиземноморский рынок в 2006 году очень активно демпинговала, пытаясь отобрать долю рынка у Princess Cruises. Этот опыт закончился неудачей, компания понесла убытки, что отвратило ее от Средиземноморья на два года. Теперь она опять вышла в этот регион, но действует более аккуратно.

Маркетинговые и рекламные акции – также в основном прерогатива самих круизных компаний. К наиболее успешным мы можем отнести, например, флеш-цены компании Princess, которые

позволяют клиентам (при полной оплате заранее и более жестких штрафных санкциях) приобрести круизы со скидкой до 50%. Говоря об операторах, можно упомянуть разнообразные акции для постоянных клиентов. Например, наша рождественская распродажа дает возможность постоянным туристам получить скидку до 15% от стоимости круиза (не считая скидок от круизных компаний).

Раннее бронирование – один из лучших моментов в продаже круизов. Оно помогает приобрести круиз дешевле на 30% – это известно сейчас многим, и клиенты пользуются этим все активнее. Если бронировать круиз заранее, вы можете выбрать практически любую каюту на лайнере, а не хватать впопыхах то, что осталось за пару месяцев до начала круиза. Поэтому мы и сами круизные компании всячески поощряем тех клиентов, которые выбирают себе круиз за год до его начала. Конечно, такая глубина продаж выгодна и нашим агентам. К особенностям работы ведущих круизных компаний с отечественным рынком я бы отнес то, что в последнее время они стали лучше понимать, что российский рынок – в основном рынок last minute. Когда продажи в Америке и Европе закрываются за 2–3 месяца до начала круиза (американцы не любят покупать в последний момент), большинство наших клиентов только начинают задумываться о том, куда бы отправиться на отдых. Это позволяет круизным компаниям продать не раскупленные американцами места россиянам по очень симпатичным ценам. Правда, эти места уже не самые лучшие. В 2011 году предлагались очень хорошие цены на круизы по Средиземному морю. Связано это было с нестабильной ситуацией в Ливии.

Тб

ИЛЬЯ МИЛИТИЦКИЙ

« В последнее время ведущие круизные компании стали лучше понимать, что российский рынок – в основном рынок last minute »





Кипр – мажорный настрой

Кипр – одно из популярных выездных направлений российских туристов. Страна привлекает гостей теплым климатом, широкими возможностями отельной базы, удобством авиаперелета, а также многочисленными фестивалями, которые проходят здесь круглый год.

ТЕКСТ СЕРГЕЙ ДЕМЕНТЬЕВ

По данным Кипрской организации по туризму, за первый месяц этого года на Кипре побывало 47,6 тысячи туристов – на 7,1% больше, чем в январе 2011 года. При этом в общей структуре зарубежного турпотока россияне занимают второе место по количеству прибытий. По данным кипрского Национального бюро статистики, в прошлом году Кипр принял свыше 334 тысяч отдыхающих из РФ. Это почти на 50% больше показателя 2010 года.

По всей видимости, 2012 год тоже окажется рекордным. Увеличению турпотока из РФ должны способствовать несколько факторов. Запланировано открытие дополнительных визовых центров Кипра в Краснодаре, Самаре и Екатеринбурге (пока консульства Кипра, уполномоченные выдавать визы россиянам, работают только в Москве и Санкт-Петербурге). Ожидается расширение полетной программы на остров за счет Ростова-на-Дону, Екатеринбурга, Самары, Казани, Новосибирска, Красноярска, Калининграда, Воронежа, Уфы. Рейсы из этих городов будут выполнять авиакомпании Sурgrus Airways, «Аэрофлот», «Трансаэро», «Россия», «Уральские авиалинии».

КИПР СОБЫТИЙНЫЙ

Туристов на Кипр привлекают многочисленные событийные мероприятия. До конца июня в Никосии можно попасть на выставку «Искусство Кипра сквозь века», на которой представлена эволюция кипрского искусства от древности до наших дней. Она проходит в культурном центре Laiki Bank. Любителям музыки стоит посетить концерт Ocarina Project, который состоится 20–21 апреля в Melina Merkouri Hall при участии фолк-коллективов Кипра, Великобритании, Румынии, Португалии и Швеции. Мероприятие проходит под патронажем Европейской комиссии по культурному наследию. С 5 по 15 мая пройдет шестой Фестиваль роз в Агресе. Эта живописная деревня расположена в самом сердце Кипра, на высоте 1100 метров над уровнем моря. Здесь бережно сохраняют древние традиции и традиционный уклад жизни. На фестивале можно увидеть уникальные сорта роз, приобрести розовое масло, розовый чай и сладости, косметику. В Агрос можно быстро доехать из Лимасола (30 минут), Никосии (45 минут) и Троодоса (20 минут). Подробный список всех мероприятий, которые пройдут на Кипре в 2012 году, опубликован на сайте www.visitcyprus.com.

»» Более

200

международных конференций пройдут на Кипре во второй половине 2012 года – во время председательства республики в Евросоюзе.

МНЕНИЕ ЭКСПЕРТОВ

Директор по маркетингу компании «Натали Турс»
МАКСИМ БРУСНИЦЫН

Кипр – очень доброжелательная страна. Каждый турист сможет найти вариант путешествия по душе. Выбор за клиентом: степенный и размеренный отдых в городе Пафос, где можно послушать выступления оперных певцов под открытым небом, или яркий и энергичный отдых в Айя-Напе и Лимасоле, где много баров, пабов, ресторанов и дискотек. Если туристы планируют отдых всей семьей с детьми, то для них подойдет Протарас, где самые лучшие природные пляжи, аквапарки и отличные условия для занятий водными видами спорта.

Кипр – страна с богатой историей. Знаменитые античные памятники – место рождения Афродиты, мозаика Диониса, древние амфитеатры – это далеко не все, что нужно увидеть своими глазами. На Кипре есть и близкие многим россиянам христианские святыни, такие, как храм с мощами Святого Лазаря, древние монастыри, основанные во времена становления христианства как религии. На острове много отличных отелей. Для отдыха с детьми мы рекомендуем Pernera Beach Hotel 3*. Отличное сочетание цены и качества – это гостиница St. Raphael 5*. Особое внимание хочу обратить на отель Grand Resort 5* в Лимасоле: сервису этой гостиницы доверяют самые изысканные отдыхающие, в том числе и королева Великобритании Елизавета II.

В 2012 году «Натали Турс» предоставляет своим клиентам возможность вылетать на Кипр из регионов России и СНГ. На сегодняшний день в список городов вылета входят Екатеринбург, Казань, Киев, Минск, Новосибирск, Пермь, Ростов-на-Дону, Самара, Санкт-Петербург, Тюмень, Уфа. Объем перевозок спланирован таким образом, что недостатка в билетах не будет.

Ведущий менеджер по направлению туристической компании MyWayTour **ЕЛЕНА БРЫЗЖИНА**

Среди многочисленных плюсов Кипра можно назвать непродолжительный перелет, мягкий климат, чистое и теплое Средиземное море, возможность сочетать пляжный и экскурсионный отдых, разнообразную и коло-

ритную кухню. Также хочется отметить особый дух романтики, который здесь царит. Многие пары выбирают Кипр для проведения свадебных церемоний. Кроме этого, остров очень любят семьи с детьми, ведь отдых здесь дает заряд бодрости и хорошего настроения на целый год. Часто к нам обращаются семьи, которые хотят провести на Кипре один-два месяца.

В этом году мы эксклюзивно представляем на российском рынке комплекс апартаментов Oracle Exclusive Resort. Это апартаменты класса «А» по доступной цене. Наша компания ориентируется на семейный отдых, и мы готовы предложить туристам комплексы и отели на песчаных пляжах Айя-Напы и Протараса, роскошные виллы и апартаменты в Пафосе, отели высокой категории в Лимасоле. Полетная программа базируется на рейсах «Аэрофлота» в Ларнаку два раза в неделю. Каких-то серьезных проблем на этом направлении мы не наблюдаем. Единственное, что рекомендуем туристам, – бронировать туры заблаговременно. До конца апреля у нас действует акция раннего бронирования. По данным официальных кипрских источников, в 2012 году турпоток на остров вырастет на 20%. Уверены, что значительную долю в нем составят туристы из России.

Директор по маркетингу компании «Солвекс-Трэвел»
НАТАЛИЯ РОТМИСТРОВА

Плюсы Кипра общеизвестны. Лазурное море, прекрасные пляжи, великолепные пейзажи и мягкий климат, отели на любой вкус. Главное при работе с этим направлением – это наличие широкого гарантированного ассортимента предложений. Рынок Кипра уже давно и четко разделен, здесь можно работать только на гарантиях. Естественно, мы постоянно держим руку на пульсе, у нас хорошая глубина продаж, чему способствуют акции раннего бронирования. Как и раньше, наши главные клиенты – это семьи, молодежь, люди старшего возраста. Разные курорты имеют своего туриста. Среди наших предложений такие популярные отели, как Anonimous, New Famagusta, Christofinia, Corfu, Limanaki Design N Style Beach (Айя-Напа), Rising Star, Mimoza (Прота- >>>



<< Мы планируем, что в 2012 году Кипр примет более 400 тысяч туристов из России >>

**АЛЕКОС
ОРУНТИОТИС**

Глава Кипрской организации по туризму



Семейный туроператор MyWayTour

**Кипр
Болгария
ОАЭ**

Эксклюзивные
апартаменты
**ORACLE EXCLUSIVE
RESORT** в Пафосе
по доступной цене

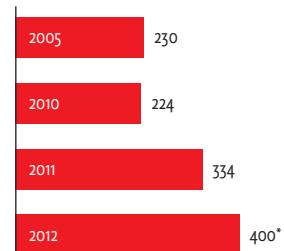
- Лучшие отели курортов
- Аренда апартаментов и вилл
- Индивидуальный подход к клиентам

Туристическая компания «MyWayTour»
www.muwaytour.ru
(495) 668-07-90, (495) 785-77-90

рас), широкий выбор гостиниц в Лимасоле и Пафосе. Сейчас у нас есть много привлекательных предложений от отелей. Есть гостиницы, в которых действуют предложения с бесплатными ночами, например, семь ночей по цене пяти, двенадцать ночей по цене десяти. В этом сезоне мы предлагаем на Кипре разнообразные свадебные и экскурсионные программы. Проанализировав продажи прошлого года, мы уделили особое внимание семейному отдыху, увеличили сегмент предложений по виллам и апартаментам. Это удобно для больших групп и семей с детьми.

Говоря о проблемах направления, могу отметить традиционный переизбыток перевозки. «Трансаэро» летает в Пафос ежедневно, «Аэрофлот» – три раза в день семь дней в неделю. Наши полетные программы на рейсах «Аэрофлота» начинаются с 27 апреля. В мае мы будем летать на Кипр по вторникам, пятницам, воскресеньям. С 26 мая добавляются вылеты по субботам, средам и понедельникам. С 1 июня до 31 августа вылеты будут выполняться ежедневно. Мы увеличиваем объем наших предложений, но делаем это взвешенно, финансово обоснованно, анализируя рыночную ситуацию. **Тб**

Российский турпоток на Кипр (тысяч человек)



* – прогноз

conference.ru

уникальная интернет-система поиска и бронирования залов

конференц-залы

банкетные залы

MICE за рубежом

конференц-услуги

www.conference.ru
+7 (495) 684-89-78



ПОПУЛЯРНЫЕ КУРОРТЫ КИПРА

1. ПАФОС
2. ЛИМАСОЛ
3. АЙЯ-НАПА
4. ЛАРНАКА
5. НИКОСИЯ

Что заставляет вас работать

Определите свою ведущую мотивацию за 10 минут

Сколько нужно платить сотрудникам, чтобы не переплачивать, но чтобы они хорошо работали и были лояльными? Дело в том, что деньги не являются единственным и основным мотиватором для людей. К чему приводят попытки мотивировать деньгами безынициативный и непродуктивный персонал? Вы решаете повысить ему зарплату, нарушая при этом основной закон логики: «Поощряя непроизводство, вы получаете непроизводство».

Что мотивирует к работе вас и сотрудников вашей компании? Ответьте на вопросы теста и, возможно, вы будете удивлены результатами.

1. Почему для вас важна работа именно в этой организации?

- а) потому что здесь я занимаюсь именно тем, чем хочу заниматься;
- б) потому что здесь мне дают возможность строить карьеру и предоставляют гибкий график работы;
- в) я могу реализовывать свои планы на жизнь и содержать свою семью благодаря работе;
- г) в этой организации меня ничто не удерживает.

2. Что может заставить вас сменить работу?

- а) меня устраивает моя работа;
- б) если я перерасту свои обязанности;
- в) семейные обстоятельства;
- г) более выгодные условия в другой компании.

3. Как вы представляете себе организацию вашей мечты?

- а) где мои убеждения соответствуют идеологии компании, и мы все вместе идем к одной цели;
- б) где каждый сотрудник может реализовывать свой потенциал, нет бюрократии и ограничений;
- в) большая стабильная компания, занимающая большую долю рынка;
- г) низкая загруженность и высокая зарплата.

4. Что вам больше всего не нравится в работе?

- а) когда меня от нее отвлекают по пустякам;
- б) отсутствие выбора способов выполнения задачи, излишний контроль;
- в) неопределенность, отсутствие субординации, некорректность руководства;
- г) непосредственно те обязанности, которые я выполняю – они для меня обременительны.

5. Какого рода поощрение вам было бы предпочтительнее получить от руководства?

- а) достигнутый результат для меня важнее поощрения руководства;

- б) поручение нового серьезного проекта;
- в) повышение в должности;
- г) денежная премия по итогам года или повышение зарплаты.

6. Как вы распоряжаетесь рабочим временем в отсутствие срочных задач и текучки?

- а) планирую новые задачи по усовершенствованию своей деятельности в организации;
- б) занимаюсь своими делами (хобби);
- в) отдыхаю, пью чай, общаюсь с коллегами;
- г) считаю, сколько дней осталось до получки, и планирую, куда потрачу заработанные деньги.

Подсчитайте, какие буквы преобладают в ответах.

Больше «А»

Чувство долга

Человеком движет некая идея, высокая цель. Такие сотрудники необычайно эффективны. Они всегда преданы работе и своей группе. Таких сотрудников немного, но обычно хотя бы один такой человек в организации есть (часто – владелец бизнеса). Таких людей не нужно заставлять трудиться, просить остаться на работе допоздна, если этого требуют обстоятельства.

Больше «Б»

Личная убежденность

Здесь человеком движет желание самореализовываться. Он готов принимать вызовы, берется за выполнение сложных задач только ради того, чтобы доказать себе, что может с ними справиться. Работа ему интересна сама по себе, а не только как источник дохода.

Больше «В»

Личные достижения (личные выгоды)

Это довольно низкий уровень мотивации: человеком движут исключительно меркантильные цели. Предел его мечтаний – получение более высокой должности, статус и личный имидж – исключительно важны. На этом уровне деньги уже не являются самоцелью – они рассматриваются как средство получения определенных материальных благ (машины, квартиры и так далее).

Больше «Г»

Деньги

Эти люди не гордятся своей работой и создаваемыми продуктами, не уважают себя, у них низкий уровень ответственности, на них нельзя положиться. Для удовлетворения желания таких сотрудников получать деньги все средства хороши, поэтому у них крайне низкий уровень этики.

РУБРИКУ ВЕДЕТ

ПСИХОЛОГ

АНАСТАСИЯ МАРТЫНОВА

В статье использованы материалы Евгения Сотникова, управляющего партнера консалтинговой компании H-aRt.



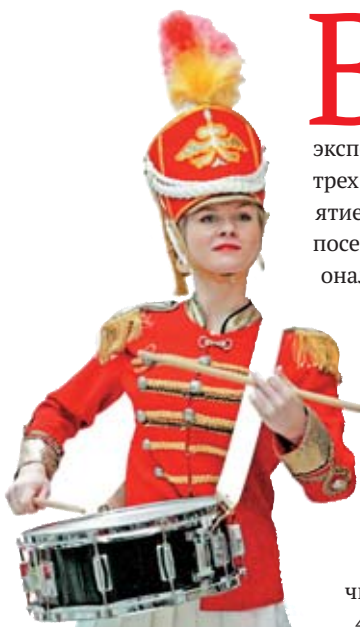
Тб



Год со знаком «ПЛЮС»

В Москве в 19-й раз прошла международная выставка MITT «Путешествия и туризм», входящая в пятерку ведущих туристических экспозиций мира. MITT-2012 собрала более трех тысяч компаний из 85 стран. Мероприятие привлекло внимание свыше 40 тысяч посетителей (две трети из них – профессионалы турбизнеса) из 78 регионов России и 94 государств мира. Главной темой прошедшей выставки стали морские круизы – в рамках деловой программы состоялась международная конференция, посвященная этому виду туризма. Страна-партнер MITT-2012 – Доминиканская Республика, 22 марта был объявлен Днем Доминиканы. Официальный перевозчик – Lufthansa, отмечающая в этом году 40-летие начала полетов в Россию.

На MITT были широко представлены разделы «Информационные технологии в туризме», «Отели и объекты размещения», «Речные круизы», «Недвижимость на зарубежных курортах», «Медицинский туризм». Деловая программа выставки включала конференции по актуальным вопросам туристического бизнеса, мастер-классы, семинары и консультации, презентации новых направлений и услуг. Прошел третий Московский конгресс по медицинскому и оздоровительному туризму. 21 марта в отеле Ritz Carlton состоялась ежегодная церемония награждения MITT Annual Awards. Победителями стали «Анекс Тур» («Лучший стенд»), Министерство туризма Мексики («Лучший стенд»), «Авиацентр» («Яркий дебют»), Министерство по туризму Палау («Лучший дебютант»), Ras Group («Лучшая презентация компании»), Совет по туризму Каталонии («Лучшая экспозиция»), администрация города Краснодара («Лучший стенд региона России»), Министерство по туризму Мальдив («Лучшая презентация направления»), Кавказские Минеральные Воды («Лучшая презентация региона России»), «Аква Абаза» («Лучшее представление туристического направления»). Двадцатая московская международная выставка MITT пройдет 20-23 марта 2013 года в ЦВК «Экспоцентр».





>>> МАСАРУ ОНИСИ,
председатель
совета директоров
авиакомпания JAL



>>> ИВАН КАЛАШНИКОВ
с немецкими
партнерами



ПАСАКОРН СУПАННАПАН, >>>
директор московского
офиса по туризму Таиланда



МАГАЛИ ТОРИБИО, >>>
заместитель
министра туризма
Доминиканы



Представительная
команда Каталонии >>>



Памятник человеку

Русский офицер, вся грудь в крестах, поит коня (донского жеребца, – скажет знаток). Оба они бронзовые и стоят у моста Александра III в Париже, недалеко от Гранд Пале. Это все, что осталось от русского Экспедиционного корпуса, сорока тысяч солдат и офицеров, жертва которых оказалась забытой.

Простовато одетая молодая женщина машет платочком только ей видимому кораблю, другая рука тянется к собственному горлу. Это в Рейкьявике, откуда уходили арктические конвои союзников в Мурманск и Архангельск – иногда без возврата.

Французский летчик и русский механик только что отправили в небо один из самолетов полка «Нормандия – Неман» и теперь вечно будут смотреть ему вслед – с территории парижского аэропорта Ле Бурже.

БЕСЕДОВАЛ
ГЕННАДИЙ ГАБРИЭЛЯН
ФОТО ВАЛЕРИЙ РОДИН

Скульптор Владимир Суровцев, Народный художник России, кавалер французского Ордена искусств и изящной словесности, умеет пережить часть чужой жизни и сделать из нее памятник человеку. Чтобы увидеть его Чехова – стоит поехать в совсем близкую Истру, а для встречи с классическим конным Барклаем-де-Толли – как ни странно, первый ему памятник поставлен только пять лет назад – в далекий Черняховск, или, если кто помнит, бывший Инстербург (любимая работа, – настаивает художник).

При этом военно-патриотическая тематика – ушедший термин, а что поделать, другого не придумано – это суровцевская ось. Почему?

Всегда ощущал себя частью первого послевоенного поколения, – говорит Владимир Александрович. Мы ведь действительно играли в бывших блиндажах, и набитые гильзами карманы для меня не художественный образ, а часть творческой памяти. В профессию входил в те времена, когда военно-исторические комплексы давали возможность, скажем так, проявить себя – сказать свое слово. И верно:

мой отец-фронтовик, участник встречи на Эльбе, сказал мне: зайти-ка в Комитет ветеранов – вдруг им покажется интересной эта тема? Так появилась моя работа на месте первого контакта, если говорить официальным языком, союзных армий на Эльбе, в Штреле.

С молодых ногтей вокруг Суворцева кристаллизовалась военная история, которую он затем шаг за шагом возвращал в наше пространственное сознание. В разном порядке – который, если разобраться, не такой уж разный – в болгарском Плевене возникает конный памятник генералу Скобелеву; Королевский музей военной истории в Брюсселе пополняется бюстом Кутузова; первый в России памятник одному из предводителей Белой армии, генералу Маркову, встает в Сальске. (Это было еще до кыковского памятника Колчаку в Иркутске, и нам прямо угрожали, отмечает Владимир Александрович.) Вместе с сыном Даниилой, молодым, но быстро набирающим силу скульптором, сделан памятный знак в честь крейсера «Варяг», который стоит в шотландском Лендалфуте: здесь, у берегов Ирландского моря, находится последняя морская могила несдавшегося героя Русско-японской войны. Из последних событий: за собственный счет (так называемая «встречная работа») Суворцевым отлит памятник маршалу Рокоссовскому, дальнейшую судьбу которого решают власти Москвы. (Здесь особая историческая вовлеченность: маршал лично вручал отцу художника Орден Славы за освобождение Гдыни и Гданьска, и получается, что три этих русских человека навсегда между собою связаны.)

Несмотря на жанр, в определение которого часто входит элемент монументальности, Суворцев никогда им не злоупотребляет. И, видимо, потому так часто побеждает на международных конкурсах: мы не стараемся обозначить присутствие России вульгарным размером, – подчеркивает художник. Он знает, как это сделать по-другому. Чтобы было не хуже пустого места, – посмеивается Суворцев (одни приписывают эту гениальную фразу Льву Толстому, другие – художнику Владимиру Фаворскому, но в устах Суворцева она приобретает особенное и заслуженное, мы бы сказали, звучание).

Вторая сквозная тема творчества – люди русской культуры. С нежностью говорит Владимир Александрович о памятнике Твардовскому – чувствуется, что за годы работы над ним, за долгое время творческих контактов с дочерьми поэта – Валентиной и Ольгой – Твардовский стал для Суворцева особого рода родственником. Памятник уже отлит. Выглядит прекрасно: статья, ум, редакторское (а скорее политическое, как мы видим теперь) бремя, лежащее на плечах, а то и на шее поэта – все это каким-то необычным образом транслирует бронзовая фигура

Твардовского. Место было выбрано идеально, – рассказывает Владимир Александрович, – совсем рядом с «Новым миром», в самом начале Страстного бульвара. Твардовское место – тут ни убавить, ни прибавить! А потом пошли разговоры о каких-то новых археологических обстоятельствах, кажется, выдуманных, и, в параллель, об улице Твардовского в Строгино. При всем уважении к Строгино, конечно... В общем, и прошлогоднее столетие автора Теркина не поспособствовало, и теперь не знаю, что будет. Но надеюсь!

Деятельность памятников в 30 странах – такого суворцевская географическая карта на сегодняшний день. Многие ее меридианы ведут, если провести по ним указкой исторической памяти, в Россию. Взять, например, бюст Иоанна Каподистрии в Лозанне: этот выдающийся российский деятель, прежде чем стать министром иностранных дел России, а затем первым правителем независимой Греции (1827–1831 гг.), был нашим послом в Швейцарии. Есть и экзотические работы, например, памятник первому президенту Танзании Джулиусу Ньерере, который привел страну к независимости, а закончил жизнь, по собственной воле, простым крестьянином.

Однако отечественная часть художественной натуры Суворцева явно преобладает. В последние месяцы он мыслями и душой находится в Муроме. Первое упоминание об этом городе (про Илью сейчас не будем) относится к 862 году – году возникновения российской государственности (спасибо варяжскому князю Рюрику с братьями), и как раз 1150 ее лет мы и отмечаем в нашем текущем 2012 году.

На этом фоне другое историческое, будем надеяться, событие – учреждение Думой нового праздника, который называется Всероссийским днем семьи, любви и верности, кажется незначительным, однако для нас важно другое обстоятельство: праздник придумали муромчане. Здесь покоятся мощи святых супругов Петра и Февронии, князя и простолюдинки, покровителей христианского брака, чья память «совершается» 8 июля.

Скоро, 8 июля 2012 года, мы их, наконец, увидим – такими, какими их видит наш скульптор, и у стен того самого монастыря, где они упокоились. Эти молодые мужчина и женщина с гранитными лицами из XIII века еще не знают, что Царь Небесный услышит их молитву о том, чтобы умереть в один день и один час, что из-за разницы в общественном положении они будут погребены порознь, а на следующий день окажутся вместе. Пока они дружно и уверенно смотрят в объективы наших глаз, а в юбках Февронии хоронится заяц, к которому, по тогдашнему обычаю, полагалось прикоснуться молодоженам, если они хотели, чтобы их семья росла. >>>

БЛИЦ-ИНТЕРВЬЮ

>>> Ваш любимый запах? – Сирень. Цвет? – Фиолетовый. Вкус? – Антоновского яблока. Если бы вы могли воскресить любого персонажа, из любого времени – чтобы поговорить с ним – кто бы это был? – Часто думаю об этом. Наверное, отца. Где вам хотелось бы оказаться сию минуту? – Остаться в мастерской. Куда вы переноситесь во сне? – Из разряда несбыточного: в детство, в светоносное время детства.



»»» Муромский проект скульптора – бюст Зворыкина, ТВ-гения, местного уроженца. Заказан филиалом Владимирского государственного университета, без конкурса, по-старинному: маэстро получает телеграмму от ученого совета. Здесь регулярно проводятся зворыкинские чтения, собирается масса народа из разных стран, так что гению одиноко не будет.

И вот опять: дальние предки Суровцева – из-под Рязани, откуда родом и Феврония, и это ведь не нарочно. Триединство Суровцева завершают лошади. Дед скульптора разводил лошадей – это иная, можно сказать, планета: деревня Малая Журавка в Саратовской области, «сейчас там чисто поле и крест стоит» – а мастерская самого Владимира Александровича находится в бывшей конюшне на Пятницкой, которая спряталась в глубоком дворе и потому уцелела, и тут, как ни крути, прочитывается еще одна художественная матрица. Коней у Суровцева наберется на хороший табун: и в седле под ковбоем, и тянущих плуг, и когда их чистят, гладят, выезжают, приносят вместе с людьми воевать. Самая знаменитая композиция – действительно, глаз не отвести – называется «Водопой», она была выставлена в свое время перед входом в московский Манеж, многие могли видеть: тело опустившего морду к воде коня и сама вода составляют единую сферу, а юноша-всадник, беспорочный, как эллинский бог, старается лишь не мешать водопою. Авторское повторение этой работы в виде миниатюры стоит в рабочем кабинете королевы Нидерландов Беатрикс. Стоило бы Суровцеву размножить «Водопой» коммерческим тиражом, и он бы хорошо заработал на этом. Но он не хочет.

Мы заговорили о культуре монументального искусства – Владимир Александрович делает здесь ставку на известную, но забытую, по его словам, тактику слияния архитектуры и пространства в таком синтезе, который только и может обеспечить гармонию жилой среды. Город должен быть насыщен пластикой, рельефом, монументальной мозаикой, говорит он, и приводит в пример подмосковный старинный Дмитров, где возникает новая культурная среда с декоративной пластикой – фонтанами, решетками, оградами. Этот процесс, – продолжает Владимир Александрович, – начинается сейчас в провинции, где молодые скульпторы понемногу получают возможность делать то, что они хотят, и это разительно отличается от прежних нас, которые зарабатывали на памятниках Ленину. Но и сегодня остается страх – как бы чего не сделать супротив какого-нибудь «главного арбитра».

Отметивший в конце прошлого года 60-летний юбилей мастер считает важным событием присвоение ему Русским биографическим институтом Национальной премии «Человек года-2011» в номинации «Культура». «Но все равно приходится время от времени себя встряхивать – все ли правильно у тебя собирается...»

Тб

журнал
Турбизнес
Travel Trade Russia

продолжает подписку на 2012 год



Подписной купон

Фирма _____

Профиль деятельности _____

ФИО и должность получателя _____

Индекс _____ Факт.адрес _____

Тел./факс _____

e-mail _____

www _____

ИНН _____

КПП _____

Альтернативные агентства подписки:

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

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.

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

12 МОСКОВСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ ЯРМАРКА ПУТЕШЕСТВИЙ

18-20 МАЯ 2012

ГОСТИНЫЙ ДВОР

Отдых из первых рук



Пригласительный билет на сайте
www.mitf.su

Генеральный партнер:



Генеральный интернет-партнер:



Интернет-партнеры:



При поддержке:



Информационная поддержка:



ЕВРО-АЗИАТСКИЙ МИКС

СТАМБУЛ

Стамбул славится своими ночными клубами, где диджеи соединяют прошлое и будущее, перемешивая в современных композициях традиционные мотивы с электронной музыкой нового поколения.



Турция
открыта каждому

goTurkey.com
официальный турецкий портал турции

ISTANBUL SHOPPING
1-800-800-8000

A STAR ALLIANCE MEMBER



turkishairlines.com

Ждем в гости