

Турбизнес

Travel Trade Russia

12+

ЛУЧШЕ ГОР — ТОЛЬКО ГОРЫ!



РОССИЯНЕ
В ОЧЕРЕДИ
ЗА ЗДОРОВЬЕМ

АВИАРЫНОК
ТЕРЯЕТ
ВЫСОТУ

T6 Workshop
ТУРБИЗНЕС
БЕЧКА
2026

55 серия Workshop «Турбизнес»

Приглашаем к участию
в workshop «Турбизнес»

ВЕСНА-2026!

Деловые профессиональные
Workshop «Турбизнес» B2B – это платформа
для новых возможностей, для максимально
успешного развития бизнеса.

1 000+ деловых встреч

85 городов России и стран СНГ и зарубежья



Календарь workshop «Турбизнес» ВЕСНА-2026

23–27 марта

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

30 марта – 3 апреля

Н. Новгород — Казань — Самара — Оренбург — Уфа

6–10 апреля

Челябинск — Тюмень — Екатеринбург — Пермь — Ижевск

14 апреля

Санкт-Петербург

16 апреля

Минск

21–23 апреля

Алматы — Астана

ПАКЕТ «ЭКОНОМ» — 35 000 руб. /1 город

Включает: предоставление рабочего места,
размещение информации в официальном каталоге
мероприятий, предоставление базы посетителей по
итогам.

ПАКЕТ «СТАНДАРТ» — 47 000 руб. /1 город

Включает: предоставление рабочего места,
размещение информации в официальном каталоге
мероприятий, проведение мастер-класса 20 мин.,
предоставление базы посетителей по итогам.

ПАКЕТ «ОПТИМАЛЬНЫЙ» — 68 000 руб. /1 город

Включает: предоставление рабочего места,
размещение 1 полосы (информационный блок +
реклама) в официальном каталоге мероприятий,
индивидуальный бизнес-завтрак с руководителями
турагентств, проведение мастер-класса 30 мин.,
предоставление базы посетителей по итогам.

T6 Workshop
ТУРБИЗНЕС



Мы в Телеграм

Отдел workshop «Турбизнес»:

(495) 363-22-77

wshotels@tourbus.ru

www.tb-workshop.ru

www.tourbus.ru

Выпускающий редактор: Иван Калашников

Редактор Элеонора Арефьева

Корреспонденты: Михаил Шугаев
Татьяна Бутурлина
Ирина Клименко

Корректор: Марина Мартынова

Художник: Нелли Филимонова

Фотографии: «Турбизнес», Туризм.РФ,
Кавказ.РФ, «АРТ-ТУР»,
пресс-службы курортов
Красная поляна, «Горный
воздух», Большой Вудъявр,
Губаха, Манжерок, Шерегеш

Редакция журнала «Турбизнес»

Адрес редакции: Тихвинский пер., д. 11, стр. 2

Почтовый адрес: 107031, Москва, а/я 32

Тел./факс: (495) 723-72-72

Интернет: www.tourbus.ru

Telegram-канал

«Турбизнес Новости»: https://t.me/tourbus_news

Отпечатано в России

Тираж 10 000 экз.

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

Редакция не несет ответственности за достоверность
информации, содержащейся в рекламных объявлениях.
При использовании материалов ссылка
на журнал «Турбизнес» обязательна.

Учредитель: ООО «Турбизнес»

Издатель: ИД «Турбизнес»

www.idtourbus.ru

Турбизнес

МЕДИАХОЛДИНГ • с 1997 г.

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

Директор Ольга Мальцева
по рекламе o.maltseva@tourbus.ru

Отдел информации Лариса Лаврова
и распространения l.lavrova@tourbus.ru

Отдел workshop Елена Архипова
Руководитель e.archipova@tourbus.ru
workshop@tourbus.ru

Отдел ТБ-Events Лариса Тарасюк
l.tarasyuk@tourbus.ru

Портал www.tourbus.ru

Михаил Шугаев
m.shugaev@tourbus.ru

BUSINESS TRAVEL

ОТДЫХ • РАБОТА • ОБРАЗОВАНИЕ • КУЛЬТУРА

Онлайн-редактор Михаил Шугаев
m.shugaev@tourbus.ru

Destinations

ТУРБИЗНЕС

Главный редактор Александр Попов
a.popov@tourbus.ru

Турбизнес

на Северо-Западе

Главный редактор Ирина Смирнова
tourbus@westcall.net

В НОМЕРЕ

2-5 ГЛАВНЫЕ СОБЫТИЯ ГОДА

6 СОБЫТИЯ

- Wildberries — новый владелец Fun&Sun
- «АРТ-ТУР» — «Золотая лихорадка» в Китае и ОАЭ
- Стартуют рейсы в Малайзию
- Награды для лидеров делового туризма

8 ТЕМА НОМЕРА ГОРНОЛЫЖНЫЙ ТУРИЗМ

- Горнолыжная география
- Канатные дороги: сделано в России

14 РОССИЯ: ПРОЕКТЫ БУДУЩЕГО

- От Кавказа до Сахалина:
новые курорты в России

16 ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ

- Санатории: кто в топе?

18 ЗАПОВЕДНЫЙ ТУРИЗМ

- Как попасть в заповедник

20 РЕГИОНЫ

- Турбизнес Петербурга проехал по России

22 ГОСТИНИЦЫ

- Алексей Мусакин: «Гостиницы столкнулись с падением доходов»
- Валерий Максимов: «Вега» встречает юбилей обновленной»

26 MICE & BUSINESS TRAVEL

- Елена Мельникова: «МАКСИМАЙС будет двигаться вперед!»
- Екатерина Корсунская: «MICE: эволюция во всем»



С.30

30 ТРАНСПОРТ

- Дмитрий Горин: «Авиарынок в ожидании новых лайнеров»

32 ТУРОПЕРАТОРЫ

- Дмитрий Арутюнов: «Саудовская Аравия: земля, где нас ждут»

34, 38 РЫНКИ

- В Таиланд — из 21 города России
- Pegas Touristik везет на Ольгин
- С Red Wings на Шри-Ланку
- Куба на берегах Невы

36 ЗАКОН

- Георгий Мохов: «Законы: отрасль вновь ждут перемены»

39 ВИП-КЛИЕНТ

- Федор Конюхов: «Хочется смотреть на мир глазами исследователя»

С.32





ГЛАВНЫЕ СОБЫТИЯ 2025 ГОДА

ПРОЕКТЫ ГОДА

В России продолжается создание новых крупных курортов

При поддержке корпорации Туризм.РФ реализуется более четырех десятков крупных инвестиционных проектов в сфере туризма по всей России. Работа ведется в рамках национального проекта «Туризм и гостеприимство». Многие из крупных создаваемых всесезонных курортов уже были представлены на страницах ТБ. В их числе – «Завидово парк», «Казань марина», «Байкальская слобода», Парк «Три вулкана».

В этом выпуске журнал знакомит с восемью новыми проектами, связанными с активным зимним туризмом.



АНТИРЕКОРД ГОДА

Внутренний туризм: снижение спроса



По данным РСТ, общий рост числа забронированных ночей в отелях РФ с июня по август составил лишь 1,1%. С учетом того, что в прошлом году за аналогичный период отрасль отмечала рост таких броней на 15,3%, налицо падение спроса после нескольких лет бурного взлета внутреннего туризма.

Краснодарский край из-за проблем, вызванных загрязнением черноморского побережья у берегов Анапы, показал снижение на 11,8% объемов проданных ночей. Ситуация в самой Анапе еще более сложная: количество броней в средствах размещения снизилось по итогам летнего сезона на 65%.

Помимо экологической катастрофы в Черном море, на снижение спроса повлияли еще как минимум три причины.

Первая — укрепление курса рубля по отношению к иностранной валюте, сделавшее предложение по отдыху за рубежом более конкурентным.

Вторая — высокая инфляция, снижающая доходы людей и одновременно повышающая себестоимость предложения, в том числе и гостиничных услуг.

Третья — аномально холодное лето в центральной и южной частях России.

Генеральный директор туроператора «Дельфин» Сергей Ромашкин считает: «Если по итогам года рынок внутреннего туризма покажет рост на 3-4% — это можно будет считать хорошим результатом с учетом тех проблем, с которыми отрасль столкнулась в этом сезоне».

РОССИЯ КИТАЙ



ПРОРЫВ ГОДА

Введение безвизового режима с КНР и рост турпотока в Китай

Китай 15 сентября ввел безвизовый режим для российских туристов, пока что решение принято на один год. Для въезда нужен загранпаспорт со сроком действия минимум полгода с даты поездки. Необходимы также подтверждение брони отеля и обратный билет. Безвизовый режим позволяет находиться в КНР до 30 дней.

По информации «Яндекс Путешествий», спустя месяц после введения безвиза количество бронирований отелей в Поднебесной выросло в 2,4 раза, число авиабилетов в КНР в 5 раз превысило показатели предыдущего периода. Наибольшим спросом в этом году пользуются Шанхай (29% от общего числа бронирований зарубежных отелей), Пекин (23%), Гуанчжоу (9%).

Китай стабильно входит в Топ-5 популярных направлений выезда российских туристов. Турпоток россиян в Китай в 2024 году превысил 1,5 млн. Рост туризма в Поднебесную, по итогам 1-го полугодия, составил 43,5%. Всего в 2025 г. в КНР ждут 2 млн россиян.

РЕКОРД ГОДА

Выездной туризм вырос более чем на треть



Не менее 14 млн российских организованных туристов отдохнут за рубежом. По итогам 2025 года, общий выездной турпоток составит не менее 30 млн. Это примерно на 35% больше, чем в прошлом году.

По словам вице-президента РСТ Дмитрия Горина, росту выездного турпотока в этом году способствовали стабильный курс рубля и увеличение авиаперевозки.

При этом спрос на поездки в Европу, куда нужна шенгенская виза и нет прямых рейсов, также в этом году вырос на 20% по сравнению с 2024 годом.

Рейтинг самых популярных туристических направлений возглавляет Турция. В Топ-5 также входят ОАЭ, Египет, Китай и Таиланд.



ОТКРЫТОЕ НЕБО

Открытие аэропортов Краснодар и Геленджик

«Аэрофлот» с 18 июля возобновил регулярные рейсы из Москвы в Геленджик после трехлетнего перерыва. По оценкам вице-президента АТОР генерального директора туроператора «Дельфин» Сергея Ромашкина, до конца года воздушная гавань Геленджика может принять до 120-160 тыс. туристов.

17 сентября «Аэрофлот» также выполнил первый за три года полет из Москвы в Краснодар. Одновременно было объявлено о начале полетов в Краснодар ряда ведущих российских авиакомпаний, а также о планах возобновить чартерные рейсы из столицы Кубани в Египет и Таиланд.



ПРЕМЬЕРА ГОДА

У России — свои горнолыжные подъемники

Компания РУСЛЕТ выпускает подвесные пассажирские канатные дороги самых разных типов и готова полностью обеспечивать российские курорты в горах.

«ТверьКанатДор» — новая производственная площадка РУСЛЕТ, расположенная в ОЭЗ «Эммаусс» Тверской области. Производственная мощность завода — 15 канатных дорог в год. И это только начало.

Линейка подвесных пассажирских канатных дорог, выпускаемая РУСЛЕТ, включает: 4-местные и 6-местные гондолы с отцепляемым зажимом, 4-местные и 6-местные кресла с отцепляемым зажимом, траволаторы, канатные дороги маятникового типа.

Подъемники РУСЛЕТ уже работают на курорте Большой Вудъявр в заполярном Кировске. Вскоре появятся на склонах Эльбруса и на других курортах нашей страны.

► Подробнее о новых российских подъемниках читайте в этом номере на стр. 12-13



ПРАВИЛА ГОДА

В реестре быть обязан!

С 6 сентября статья 14.39. КоАП РФ «Нарушение требований законодательства об оказании услуг средств размещения» излагается в новой редакции.

Новые положения административного кодекса предусматривают ответственность за нарушение требований законодательства о предоставлении услуг средств размещения, в частности за деятельность без включения сведений в реестр классифицированных средств размещения, указание недостоверных сведений о типе и категории средства размещения.

Также с 1 сентября 2025 года вступили в силу положения закона, устанавливающие требования к деятельности гостевых домов в 18 регионах России, а также условия их включения в федеральный реестр и прохождения процедуры классификации. Теперь гостевые дома смогут проходить процедуру самооценки в системе Росаккредитации.

С 1 января 2026 года деятельность гостевых домов в регионах, входящих в эксперимент, без внесения в реестр не допускается, а рекламные ресурсы, включая агрегаторы, без указания идентификационного номера гостевого дома не смогут размещать информацию об объектах.

► О других изменениях в туристическом законодательстве читайте в этом номере на стр. 24-25



РЕФОРМА ГОДА

На экскурсию — только с аттестованным гидом

С 6 сентября за оказание экскурсионных услуг без привлечения аттестованного экскурсовода или гида-переводчика выносится предупреждение или административный штраф.

Также предусмотрены штрафы за работу экскурсовода или гида без нагрудной карточки-бейджа, за нарушение правил оказания услуг и прочие несоблюдения норм работы.



КОНСОЛИДАЦИИ ГОДА

Экосистемы объединяются с бизнесом

2025 год стал годом укрупнения и перекройки туррынка. Крупные экосистемы и финтех-компании все активнее ведут экспансию тревел-сегмента: Wildberries в партнерстве с Fun&Sun, Avito запустил «Командировки» для корпоративных клиентов, Ozon, «Яндекс.Путешествия» и VK усилили туристические вертикали. Smartway продолжил серию сделок, интегрируя корпоративные агентства и технологические сервисы. Рынок движется к модели, где дистрибуция, финансы и контент объединяются под единым цифровым управлением.

► О покупке компанией Wildberries туроператора Fun&Sun читайте в этом номере на стр. 7



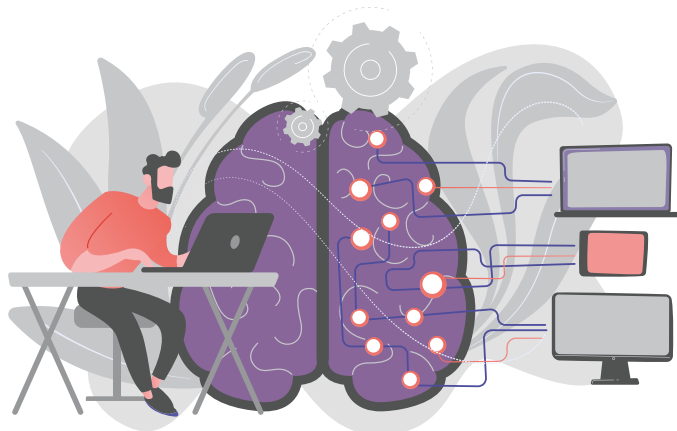
НОВАЯ РЕАЛЬНОСТЬ ГОДА

Внедрение ИИ

Искусственный интеллект перестал быть «игрушкой» и стал рабочим инструментом: для персонализации предложений, обработки запросов, динамического ценообразования и оптимизации поддержки клиентов.

Автоматизация проникла и в b2b-сегмент — от анализа продаж до автопостпродажи авиабилетов. В туризме будет появляться новый тип интерфейса — умный помощник, который объединяет функции поиска, аналитики и клиентского сервиса.

► Об использовании ИИ на рынке MICE & Business travel читайте на стр. 28-29



НАША НЕЗАВИСИМОСТЬ

Локализация и импортонезависимость онлайн-систем

Российские игроки ускоренно создают и масштабируют собственные технологические решения. В 2025 году активно развивались локальные системы бронирования, эквайринга и отчетности. NDC-интеграции с российскими и зарубежными авиакомпаниями — от Utair и «Победы» до Pegasus, Flynas и Ajeta — укрепляют прямые каналы продаж без зависимости от глобальных GDS. Импортонезависимость перестала быть вынужденной мерой и превратилась в стратегическое преимущество: рынок строит устойчивую технологическую экосистему с фокусом на локальных данных и безопасности.

2026



Награды для лидеров делового туризма

10 декабря в Москве в 16-й раз будут подведены итоги профессиональной Премии «Лидеры делового туризма и индустрии встреч — 2025» (Russian Business Travel & MICE Award)



415 ведущих игроков российского рынка MICE и делового туризма из всех восьми

федеральных округов РФ стали в этом году соискателями ведущей российской профессиональной награды в области делового туризма и MICE.

В течение трех месяцев, когда на сайте премии проходило открытое голосование, компании-номинанты вели активные информационные кампании по продвижению собственных достижений. Всего было подано свыше 1 млн голосов!

На финальном этапе к выбору лауреатов и победителей на основе результатов открытого голосования подключился расширенный экспертный совет.

Оригинальные статуэтки авторского дизайна получают объекты конгрессно-выставочной инфраструктуры, региональные офисы по развитию территорий, конвеншн-бюро, отели и рестораны, деловые центры, спортивные и промышленные объекты, альтернативные площадки для мероприятий, всесезонные курорты, учреждения культуры и музеи, агентства деловых событий и компании — организаторы конференций и инсентив-программ, винодельческие хозяйства.

В 16-м сезоне организаторы Премии учредили новые номинации. Этот факт сам по себе говорит о широком спектре запросов организаторов мероприятий. В наше время особенно популярны оригинальные площадки на промышленных предприятиях, в тематических парках, музейных и культурных кластерах, а также на стадионах. Кроме того, востребованы высококачественные транспортные услуги и кейтеринг премиум-класса.

Уже традиционно среди номинантов — компании из стран Евразийского эконо-

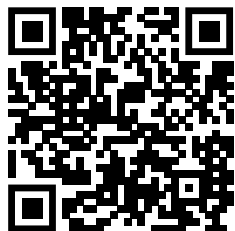
мического союза (ЕАЭС). Российским специалистам будет интересно узнать о возможностях объектов и компаний из Республики Беларусь, Армении, Казахстана, Грузии и Азербайджана.

В течение нескольких сезонов наблюдается активный рост региональных участников во всех номинациях, это стало устойчивым трендом. В этом сезоне заметно увеличилась активность всесезонных курортов и промышленных предприятий. Они предлагают широкий спектр услуг для корпоративных клиентов.

Рынок становится всё более интересным и многообразным благодаря новым креативным и смелым игрокам. Появляются альтернативные объекты инфраструктуры, и MICE-ландшафт меняется стремительно. Традиционные механизмы развития индустрии трансформируются.

Организаторы — АНО «Проектный офис индустрии организации мероприятий», Российский Союз выставок и ярмарок (РСВЯ), медиахолдинг «Турбизнес». Партнер в Республике Беларусь — Республиканский Союз Туриндустрии (Беларусь). Партнер в странах ЕАЭС — коммуникационная группа МОЛЕКУЛА. Медиа-партнер — медиагруппа «Комсомольская правда».

Партнерами Премии также являются крупнейшие отраслевые ассоциации и объединения: НКБ, АКМР, РСТ, ОСИГ, ФРОС «Регион ПР», международная туристическая выставка «Интурмаркет».



www.mice-award.ru



Wildberries — новый владелец Fun&Sun

Структура «Севергрупп» Алексея Мордашова продала крупнейшего российского туроператора Fun&Sun объединенной компании Wildberries & Russ (ООО «РВБ»)



Сделка уже состоялась и «давно закрыта», утверждает один из источников «Известий». Представители «Севергрупп» и Fun&Sun от комментариев отказались.

Fun&Sun была продана за «не менее чем 15–16 млрд рублей», уточнил совладелец крупного туроператора, знакомый с параметрами соглашения.

Fun&Sun (до 2022 года — «TUI Россия») — один из крупнейших российских туроператоров, основанный

в 2009 году как совместное предприятие «Севергрупп» и холдинга TUI Group.

У компании около 12 тыс. турагентов, в том числе франчайзи, рассказал совладелец крупного туроператора. По оценке ассоциации «Турпомощь», организация входит в топ-3 туркомпаний по взносам в фонд персональной ответственности. По итогам 2024 года, выручка Fun&Sun составила 104,4 млрд рублей, чистая прибыль — 4,9 млрд рублей.

Тревел-сегмент бизнеса активно разви-

вается и у конкурентов Wildberries — Ozon и «Яндекса», поэтому стремление компании Татьяны Ким двигаться в этом направлении выглядит логичным, считает гендиректор «INFOLine-аналитики» Михаил Бурмистров. По его словам, у маркетплейса есть аудитория с запросом на тревел-услуги. В этом случае компания может удовлетворить эту потребность в рамках развития экосистемного подхода.



«Золотая лихорадка» в Китае и ОАЭ

«АРТ-ТУР» провел тур для лучших агентов

В эксклюзивный тур «АРТ-ТУР» приглашает директоров турагентств — лидеров продаж туроператора, которые на гала-вечере награждаются дипломами и получают заработанные за сезон настоящие золотые слитки.

Партнерами китайской части тура выступили отели группы Marriott Luxury Brands, в которых остановились топ-агенты «АРТ-ТУР» — Bvlgari Beijing, W Xi'an, W Shanghai — The Bund. Уникальная экскурсионная программа включала посещение Пекинского Храма Неба и Императорского Дворца, Терракотовой Армии в Сиане, круиз на по шанхайской бухте, эксклюзивный «мишленовский» ужин на Великой Китайской стене.

Путешествие лидеров продаж «АРТ-ТУР» продолжилось в ОАЭ — Jumeirah Marsa Al Arab встретил черной икрой и игристым, показал, что значит настоящий люкс. Гендиректор «АРТ-ТУР» Дмитрий Арутюнов и СГО цепочки отелей Jumeirah Александр Ли по традиции вручили каждому участнику в награду золотые слитки.

Использованы материалы: АТОР, «Интерфакс», РСТ

Стартуют рейсы в Малайзию

Долгожданное авиасообщение свяжет Москву и остров Лангкави

В начале ноября между Россией и Малайзией возобновляется прямое авиасообщение: полеты с частотой трижды в неделю из Москвы на остров Лангкави планирует запустить авиакомпания Red Wings.

Руководитель отдела по связям с общественностью компании Apex Виктория Худаева назвала это долгожданной новостью для всего туристического рынка: «По Малайзии видим стабильно растущий спрос, направление стало более узнаваемым и востребованным».

По словам эксперта, на новогодние каникулы в Малайзии уже бронируют пляжные и экскурсионные туры, а также комбинированные программы, в том числе с посещением островов Лангкави и Пенанг, экскурсии в города и джунгли Борнео.

«Мы уверены, что спрос на Малайзию с появлением прямых рейсов значительно возрастет, как это произошло с другими азиатскими направлениями», — считает руководитель PR-отдела ITM group Андрей Подколзин.

За год у туроператора малазийские объемы выросли всего на 7%, доля направления составляет около 5% от всех продаж в страны Азии, занимая шестое место.



Горнолыжная география

ЧТО НОВОГО, НЕОЖИДАННОГО И УВЛЕКАТЕЛЬНОГО
ЖДЕТ ТУРИСТОВ НА ГОРНОЛЫЖНЫХ КУОРТОХ РОССИИ
В НАСТУПАЮЩЕМ СЕЗОНЕ



Кавказ

ЭЛЬБРУС

Горный район Приэльбрусье в Кабардино-Балкарской Республике более полувекa является популярным местом на туристической карте России. Туристов привлекают высокогорные смотровые площадки, горнолыжные трассы, сноупарк, пешие маршруты и возможность восхождения на Эльбрус — высочайшую вершину России (5642 м).

В новом сезоне Эльбрус откроет для гостей две современные канатные дороги и шесть трасс общей протяженностью 5,2 км в восточном секторе на высотах 3300–3500 м. В дальнейшем здесь продолжится строительство трасс и канаток.

Вводится в эксплуатацию долгожданная система вечернего освещения. На трассе Кругозор — Поляна Азау устанавливаются 54 осветительные мачты, они будут освещать всю поляну Азау. Также запускается еще одна очередь системы искусственного оснежения (СИС) до высоты 3500 метров. Первая (от Азау) была введена в начале года, сейчас завершается монтаж второй. Это позволит выровнять качество катания на нижних и верхних трассах и открыть горнолыжный сезон на всех трассах во второй половине ноября.

Торжественное открытие российской горнолыжной зимы на Эльбрусе состоится с 4 по 7 декабря 2025 года.

СПРАВКА

Трассы: 23 км действующих обустроенных трасс

Канатные дороги: самая высокогорная канатная дорога в стране — высотой 3847 м. Канатные дороги современного гондольного типа 3 очереди: Поляна Азау — Кругозор, доставляет гостей с 2350 на 3000 м. Длина — 1740 м; Кругозор — Мир, поднимает с 3000 до 3500 м. Длина — 1800 м; Мир — Гарабаши, поднимается на высоту 3847 м. Протяженность — 1686 м.

Экотропы: 70 км экотроп, 10 маршрутов

МАМИСОН

Для курорта Мамисон предстоящий горнолыжный сезон станет первым в его истории. Этот все-сезонный горный курорт находится в Мамисонском ущелье, одном из самых удаленных и живописных в Северной Осетии, в 100 км от Владикавказа. Открытие состоялось в марте 2025 года. Мамисон — первый крупный горнолыжный курорт в России, который построен и сдан после ухода западных партнеров по поставке оборудования и технологий.



Перепад высот 1100 метров (2025–3000 м) над уровнем моря. Горнолыжный сезон длится с ноября по апрель. Трассы широкие (50 метров) и без обрывов. Установлена СИС. Готовится к открытию большой сервисный центр. В нем расположатся ресторан, кафе, небольшая гостиница и другие сервисы. Сейчас на курорте доступны места размещения на 100 гостей, но идет активная застройка экодережни. Еще 100 мест размещения планируется открыть с помощью резидентов ОЭЗ. Ожидается, что не менее 30 тысяч человек этой зимой приедут опробовать мамисонские трассы. К 2030 году планируется увеличить число подъемников до пяти, протяженность трасс до 43 км.



СПРАВКА

Трассы: 19 км (одна зеленая, три синие, три красные, три черные)

Канатные дороги: 2 (гондольная и кресельная)

Экотропы: 4 тропы общей протяженностью 15 км

АРХЫЗ

За последние три года этот курорт фиксирует регулярный ежегодный рост турпотока в среднем на 15–20%. В предшествующем сезоне Архыз принял более миллиона гостей. Это прямой результат планомерных инвестиций в расширение зон катания, модернизацию оборудования и повышение качества обслуживания гостей на всех уровнях.

СПРАВКА

Трассы: 27 км

Канатные дороги: 9

Экотропы: 44 км



КРАСНАЯ ПОЛЯНА

Всесезонный горный курорт «Красная Поляна» находится в сердце Кавказских гор, в 60 км от Сочи. На курорте девять отелей 4 и 5*, а также комплекс апартаментов. В общей сложности 2 682 номера, в которых одновременно могут разместиться более 6000 гостей. Ежегодно сюда приезжает более 1,5 млн туристов. Спрос в прошедшем сезоне был стабильно высоким. На «Красной Поляне» в период с декабря по май было куплено более 350 тыс. ски-пассов и прогулочных билетов. По прогнозам, предстоящей зимой эта цифра увеличится на 5%. Зимний сезон на курорте отличается продолжительностью: длится до полугода. Благодаря уникальному рельефу горных цирков на высоте выше 2000 метров над уровнем моря снег лежит вплоть до июля.

СПРАВКА

Трассы: 30 км трасс для дневного катания и 5 км трасс для вечернего, 8 официальных фрирайд-зон и несколько сноупарков

Канатные дороги: 13 дорог, общая пропускная способность которых около 7000 человек в час

Экотропы: 40 км



Дальний Восток

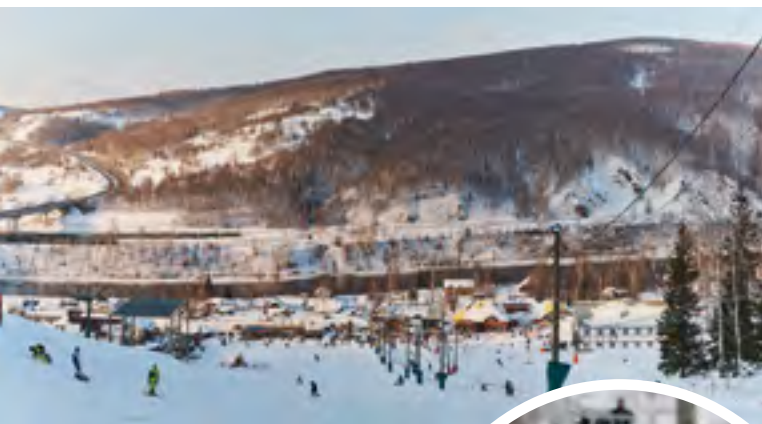
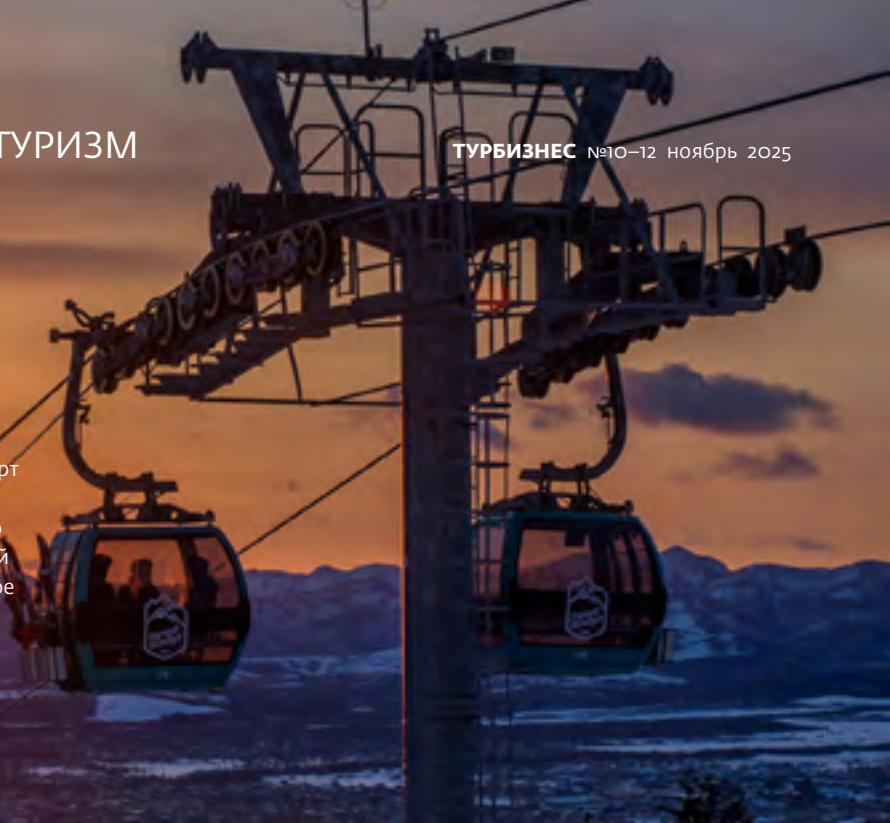
«ГОРНЫЙ ВОЗДУХ»

Курорт «Горный воздух» в Южно-Сахалинске становится все популярнее у российских горнолыжников. Ежегодный рост турпотока составляет 15–17%. В этом году ожидается около 350–400 тысяч гостей. Курорт «Горный воздух» обычно открывает сезон на первой неделе декабря. В этом сезоне откроются дополнительные километры искусственного оснежения на горе Красная, что позволит открывать сезон и на второй вершине курорта в начале декабря. Также в этом году построено новое здание информационного центра. Сезон на курорте завершается в середине апреля.

СПРАВКА

Трассы: более 42 км

Канатные дороги: 5 дорог (2 гондольно-кресельные, 3 кресельные); бугельный подъемник и ленточный подъемник



Урал

ГУБАХА

В Пермском крае, на курорте «Губаха» старт сезона запланирован на 1 декабря. Катание здесь длится до четырех с половиной месяцев.

В этом зимнем сезоне «Губаха» представляет «Учебный склон-2», где гостей ждет трасса «Дай пять» с интерактивными фигурами. Этот склон идеально подходит для новичков.

Новые точки питания откроются как на вершине горы, так и в нижней части склона. На вершине будет доступна дополнительная точка проката горнолыжного снаряжения и инвентаря для беговых лыж. Открывается новая инструкторская. Завершается строительство автодороги с пешеходными зонами, которая обеспечит удобный доступ к верхнему кластеру курорта.

СПРАВКА

Трассы: около 18 км



Кузбасс

ШЕРЕГЕШ

Шерегеш — курорт с наиболее продолжительным сезоном, он длится здесь с ноября по апрель. Курорт — один из лидеров по посещаемости в сезоне 2024/25, рост спроса превысил 15%. В зимнем сезоне 2024/25 туропоток составил 1,5 млн гостей.

В январе 2024 года была принята стратегия развития спортивно-туристического комплекса «Шерегеш» до 2035 года, которая предполагает 172 млрд рублей инвестиций.

Создается особая экономическая зона туристско-рекреационного типа «Горная Шория», что также будет способствовать развитию Шерегеша. Создание ОЭЗ позволит инвесторам реализовать важные для региона проекты на льготных условиях.

В этом году курорт увеличит номерной фонд за счет ввода в эксплуатацию апарт-комплекса «Шермонт» (сектор F) на 302 номера, отеля при ресторане «Сыроварня» на 15 номеров (сектор A), отеля «Унзас-Парк» 4* на 37 номеров.

Откроется туристско-выставочный центр «Шерегеш».

СПРАВКА

Трассы: 61 км

Канатные дороги: 23

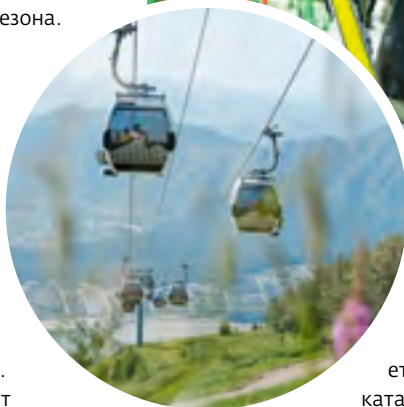


Алтай МАНЖЕРОК

За зимний сезон 2024/25 «Манжерок» посетили более 327 тысяч гостей, что на 55% превышает показатели предыдущего зимнего сезона. Обычно курорт открывает трассы в середине ноября.

В сезоне 2025/26 на курорте готовят много новых зимних развлечений: ски-туры и снегоступинг по склонам горы Малая Синюха, вечерние прогулки на ратраках с романтическим ужином и утреннее катание под названием «Первый вельвет». Гости уже полюбили катания на собачьих упряжках, снегоходы, багги, парaplаны, зооуголок. «Манжерок» — единственный курорт в России, где 100% снега на склонах имеет искусственное происхождение. С наступлением морозов команда курорта запускает более 450 снегогенераторов, чтобы гарантировать качественное катание. На курорте самая крупная в России СИС.

Уникален курорт и с точки зрения продолжительности сезона, он здесь один из самых длинных в мире: стартует в первой половине



ноября и заканчивается в конце апреля.

В зимнем сезоне 2025/2026 планируется увеличить зону катания и открыть новые канатки. Серьезные обновления запланированы в сноупарке.

В этом сезоне все фигуры сноупарка будут сосредоточены в одном месте: в секторе канатной дороги «Карусель» будут расположены три линии: трасса «Тайга» с учебными трамплинами и мягкими фигурами для юных райдеров и новичков, трасса «Веселая» с пятью полками и 20 фигурами для джиббинга, а также

трасса «Медовая» с тремя трамплинами-роллерами от 5 до 12 метров в линию. Это отличный повод для любителей фристайла попробовать новое место.

«Манжерок» часто называют курортом «первого шага». Здесь максимально комфортный широкий учебный склон с современным траволатором, широкая прокатная линейка на любой бюджет и горнолыжная школа. Есть отдельный детский склон.

СПРАВКА

Трассы: 50 км трасс (от зеленых до черных)

Канатные дороги: современные, с подогреваемыми креслами

Экотропы: 15 км

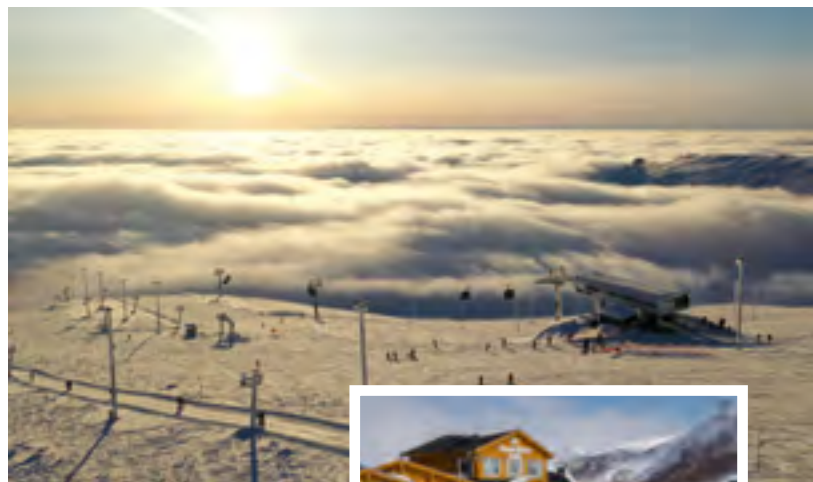
Мурманская область

«БОЛЬШОЙ ВУДЬЯВР»

Горнолыжный курорт «Большой Вудъявр» — якорный объект горно-туристического кластера «Хибины», который включает в себя также аэропорт Хибины, санаторно-оздоровительный комплекс «Тирвас», панорамный ресторан «Плато» и ряд других объектов индустрии гостеприимства. «Большой Вудъявр» сегодня входит в пятерку крупнейших горнолыжных курортов России. За последние годы туристический поток в Хибины вырос в десять раз. В прошедшем зимнем сезоне курорт принял более 450 тысяч гостей, что на 11% больше, чем за аналогичный предыдущий период.

Сезон на «Большом Вудъявре» стартует одним из первых в стране, открытия ждут уже в начале ноября.

В зимнем сезоне 2024/2025 инфраструктура курорта «Большой Вудъявр» пополнилась новой канатной дорогой гондольного типа с панорамными кабинами на Южном склоне, ее длина составляет около 2000 м. Пропускная способность новой канатки от 1100 до 2250 человек в час.



СПРАВКА

Трассы: всего 29. Три учебные, протяженностью около 1 км; 11 трасс среднего уровня сложности, общая протяженность около 12,5 км; девять трасс продвинутого уровня сложности — около 11,5 км; 6 трасс экспертного уровня сложности (черные), общей протяженностью около 6,5 км

Канатные дороги: 10



КАНАТНЫЕ ДОРОГИ: СДЕЛАНО В РОССИИ

КОМПАНИЯ РУСЛЕТ — ПЕРВЫЙ РОССИЙСКИЙ ПРОИЗВОДИТЕЛЬ ПОДЪЕМНИКОВ

РУСЛЕТ входит в группу компаний «Васта Дискавери», которая специализируется на проектировании, разработке и управлении знаковыми туристическими проектами.

История компании РУСЛЕТ началась в 2021 году, когда ГК Ростех и один из мировых лидеров в области производства канатных дорог швейцарская компания Bartholet открыли совместное предприятие. Впоследствии из СП сначала вышла ГК Ростех, а затем с российского рынка ушел и Bartholet.

Перед руководством компании встал непростой выбор: распустить весь персонал, уже имеющий на тот момент успешный опыт запуска и эксплуатации канатных дорог, или построить завод полного цикла и создать производство современных канатных дорог. Было принято решение пойти по второму пути. Новый завод полного цикла был построен в рекордно короткие сроки.

Запуск первой очереди завода «ТверьКанатДор» состоялся в мае 2025 года. Продолжаются пуско-наладочные работы отдельных станков. В будущем году новая производственная площадка должна выйти на проектную мощность 15 канатных дорог в год.

РУСЛЕТ выпускает подвесные пассажирские канатные дороги следующих типов:

- 8- и 10-местные гондолы с отцепляемым зажимом,
- 4- и 6-местные кресла с отцепляемым зажимом,
- траволаторы,
- канатные дороги маятникового типа.

В ноябре 2024 года РУСЛЕТ презентовал первую российскую 8-местную кабину, в декабре 2024 — первый российский отцепляемый зажим.

В апреле 2025 года оборудование РУСЛЕТ вошло в Реестр российской промышленной продукции.

А в мае 2025 участники Кавказского инвестиционного форума смогли оценить первую российскую 10-местную кабину.



«ТверьКанатДор» — новая производственная площадка РУСЛЕТ, расположенная в ОЭЗ «Эммаусс» Тверской области. Это первый в России завод полного цикла по производству подвесных пассажирских канатных дорог. Площадь новой площадки, запущенной весной 2025 года, составляет 28 тыс. кв. м. Завод оснащен уникальным оборудованием.

Производственная мощность составляет 15 канатных дорог в год. Общий объем инвестиций — более 5,5 млрд рублей. Предприятие также производит запчасти для действующих на горнолыжных курортах европейских брендов, ушедших из России. Это дает возможность вовремя проводить ремонтные и профилактические работы, невзирая на санкции.

ПЕРВАЯ РОССИЙСКАЯ КАБИНА РУСЛЕТ АЭРИС 10

13

НАДЕЖНОСТЬ И БЕЗОПАСНОСТЬ

Полное соответствие
ГОСТ РФ и ФНП

АВАНГАРД ПРОМЫШЛЕННОГО ДИЗАЙНА

- Оригинальная аэродинамическая форма кабины
- Универсальный дизайн гармонично интегрируется в городскую среду и природные ландшафты

ПАНОРАМНЫЙ ОБЗОР И ИННОВАЦИИ

- Самая большая площадь остекления — 14 кв. м.
- Антиабразивные окна
- Пол из алюминиевой сэндвич-панели

ДОСТУПНОСТЬ И ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ

- Самый широкий дверной проем (836 мм) для быстрой посадки и безбарьерной среды

КОМФОРТ БИЗНЕС-КЛАССА

- 200 см — высота потолка
- 450 см — ширина сидений

СДЕЛАНО В РОССИИ

- Кабина РУСЛЕТ внесена в Реестр российской промышленной продукции



От Кавказа до Сахалина: новые курорты в России

Горнолыжный туризм в России, стране с продолжительным и ярким зимним сезоном, — один из самых востребованных видов отдыха. Прошлой зимой более 33 млн россиян уехали в отпуск в горы — это на 4 млн больше, чем годом ранее. При поддержке корпорации Туризм.РФ сейчас реализуются восемь новых проектов, связанных с активным зимним туризмом. О них мы расскажем подробнее.

НОВЫЙ ШЕРЕГЕШ, КУЗБАСС

«Новый Шерегеш» позволит существенно расширить зону катания к западу от поселка Шерегеш. Суммарная протяженность трасс нового сектора после реализации первой и второй очереди проекта составит не менее 72 км.

Сейчас идет работа по обеспечению будущего курорта необходимой инженерной инфраструктурой. Задача к 2027 году — создать современную гостиничную инфраструктуру на 446 номеров, построить канатную дорогу и другие объекты благоустройства. Планируется, что с введением в эксплуатацию туристический поток увеличится на 192 тыс. человек в год.

Первая гостиница будущего курорта получила положительное заключение Главгосэкспертизы России, ведется подготовка к строительству.



ДОЛИНА АЙНА, САХАЛИН

Вместе с инвестором Туризм.РФ работает над уникальным комплексом на Дальнем Востоке. «Долина Айна» станет новым туристическим магнитом, наряду с действующим в регионе популярным горнолыжным комплексом «Горный воздух». Новый курорт сможет принимать до 700 тыс. гостей в год и даст региону более двух тысяч рабочих мест. Планируется, что возведение объектов пройдет в два этапа. До 2028 года планируется сдать 700 номеров, еще 1900 — до 2029. Гостиничные номера различных категорий и множество точек притяжения, таких как аквакомплекс, горные бани, концертная площадка и спортивный комплекс, позволят удовлетворить потребности широкой аудитории туристов.

Корпорация Туризм.РФ, ранее разработавшая мастер-план «Долины Айна», обеспечит проекту господдержку в рамках нацпроекта «Туризм и гостеприимство». Финансовым партнером проекта выступает Банк ДОМ.РФ. Первых туристов планируется принять в 2029 году.

АДЖИГАРДАК, ЧЕЛЯБИНСКАЯ ОБЛАСТЬ

Новая туристическая территория создается на месте действующего горнолыжного комплекса, на склонах одноименного хребта в Ашинском районе Челябинской области, в 120 км от Уфы.

Новый «Аджигардак» будет включать гостиницы и апартаменты категорий 3-4* на 900 номеров, 29 км горнолыжных трасс. После реализации проекта ежегодный турпоток в регион вырастет на 460 тыс. гостей. Курорт был признан лучшим инвестиционным проектом в рамках ежегодной премии горнолыжной индустрии Ski Business Awards в 2023 и 2024-м годах.





ЛАГОНАКИ, АДЫГЕЯ

В Республике Адыгея при участии Корпорации Туризм.РФ и инвесторов реализуется проект горнолыжного курорта «Лагонаки» с общей протяженностью трасс 25 км. Также планируется построить гостиничную инфраструктуру на 735 номеров категорий 3–4*. Ожидается, что будущий курорт усилит турпоток в республику и сможет ежегодно принимать до 500 тыс. туристов.

В этом году реализуются мероприятия по технологическому присоединению к электрическому и газовым сетям, а также строительству объектов водоснабжения и водоотведения.



МАНЖЕРОК, РЕСПУБЛИКА АЛТАЙ

Развивается и алтайский курорт «Манжерок». Благодаря нацпроекту «Туризм и гостеприимство» здесь дополнительно появятся 30 км горнолыжных трасс и две канатные дороги. После реализации этого масштабного проекта общая протяженность горнолыжных трасс на курорте составит более 100 км, а количество канатных дорог увеличится до 10.

Ожидается, что с введением объектов в эксплуатацию турпоток курорта «Манжерок» вырастет более чем вдвое — до 540 тыс. гостей в год.



ГУБАХА, ПЕРМСКИЙ КРАЙ

В рамках нацпроекта «Туризм и гостеприимство» планируется масштабировать горнолыжный комплекс «Губаха» до уровня всесезонного горнолыжного курорта.

Сейчас строятся гостиница 3* и дуплекс-коттеджи с общим фондом 120 номеров, горнолыжно-развлекательный комплекс с канатной дорогой, учебным склоном, сноуборд-горкой, катком, прокатом и спа. Новые туристические объекты позволят увеличить количество посетителей курорта до 450 000 человек в год и создать более 170 новых рабочих мест.



ТУРЬЕВ ХУТОР, КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ

Горнолыжный курорт «Турьев Хутор» — новый проект в горном кластере Сочи. Его возведение — этап постолимпийского развития уже ставшего знаменитым курорта «Роза Хутор».

Новый курорт предусматривает создание 80 км горнолыжных трасс, 13 км канатных дорог и туристической инфраструктуры, в том числе около 2 тыс. гостиничных номеров. Помимо горнолыжного отдыха на курорте будут развиваться другие различные виды туризма: горный, экологический, оздоровительный.

Проект реализует компания «Интеррос». Туризм.РФ выступает стратегическим партнером в рамках нацпроекта «Туризм и гостеприимство».

Бюджет первого этапа проекта составляет более 54 млрд рублей. Начало строительства основных объектов запланировано на второй квартал 2026 года. При этом оборудование для первой канатной дороги, которая свяжет новый курорт с «Розой Хутор», начнут поставлять уже в конце этого года.

ПАРК «ТРИ ВУЛКАНА», КАМЧАТСКИЙ КРАЙ

Парк «Три Вулкана» — туристская территория, объединяющая горнолыжный и горный туризм на базе основных достопримечательностей Камчатского края.

Горнолыжный комплекс «Сопка Горячая» — это три канатные дороги и горнолыжные трассы различных уровней сложности общей протяженностью 30 км. Также здесь появятся видовые отели с фондом порядка 1 400 номеров, музей вулканов и этнографический музей, открытая геотермальная лагуна с бассейнами, конгресс-холл. Все ключевые объекты курорта уже получили положительное заключение Главгосэкспертизы России. В ближайшие месяцы планируется выполнить большой объем бетонных работ — заливку фундаментов под гостиницы курорта «Сопка Горячая».





Санатории: кто в топе?

Ассоциация оздоровительного туризма и корпоративного здоровья начала проводить рейтинги санаториев Топ-100 и Топ-5 десять лет назад, задолго до нынешнего отраслевого бума. Сейчас, когда санкур стал, пожалуй, самой успешной составляющей российского туризма, это ежегодное подведение итогов работы российских здравниц обрело особый смысл и значимость.

7,34 млн гостей

воспользовались услугами санаториев в 2024 году. Рост посещаемости бьет рекорд. В лучшем для туротрасли допандемийном 2019 году услугами здравниц воспользовались лишь 6,7 млн человек.

ПОБЕДЫ И ВЫЗОВЫ

День награждения лучших санаториев, прошедший в Москве 8 октября, открыла Елена Трубникова, председатель Ассоциации медицинского здоровья и корпоративного туризма. Ее выступление было посвящено не только рассказу о рейтинге и его участниках, но и анализу работы отрасли.

Итак, по данным статистики, в 2024 году услугами санаториев воспользовались 7,34 млн гостей. Рост посещаемости бьет рекорд от года к году. В допандемийном 2019 году, который считается лучшим в истории российского туризма, услугами здравниц воспользовались лишь 6,7 млн человек.

В высокий сезон (лето и начало осени) дефицит мест в здравницах составляет 47%.

По словам Елены Трубниковой, с 2017 года в строй вступило всего четыре новых объекта отрасли. Но активный спрос на санатории, возникший после пандемии, стимулирует инвесторов: сейчас на различной стадии реализации находятся около 50 объектов!

При этом эксперт отметила, что преобладающий инструмент отраслевого роста — реинвестиции. Действующие санатории активно используют прибыль для обновления и роста.

Рассказала г-жа Трубникова и о вызовах, с которыми сталкиваются санаторно-курортные объекты. Среди них она отметила снижение средней продолжительности пребывания: отдыхать в санатории ездят чаще, но на все более короткие сроки. Оздоровительные центры, санатории активно трансформируют продукт под новые запросы, повышают качество сервиса и медуслуг — важно, чтобы гость почувствовал лечебный эффект даже при коротком сроке пребывания. В подмогу санкуру — цифровизация, в частности телемедицина дает возможность еще до приезда оценить данные гостя, а после отъезда — продолжить консультации для достижения оптимального результата.

Кадровый дефицит — еще одна серьезная проблема. Эксперт отмечает: да, цифровизация, искусственный интеллект становятся важным подспорьем, но все же «наша отрасль — это про взаимодействие человека с человеком».

Проблема старения персонала, повышения престижа работы в санкуре — все это на повестке дня. Без заботы о сотрудниках не может быть заботы о гостях. Введение продуманной корпоративной политики, мотивация персонала — эти задачи выглядят для здравниц первоочередными.

КАК ОКАЗАТЬСЯ В ЛИДЕРАХ?

Что это за санатории, те, что оказались в лидерах рейтинга топ-100 по инвестици-

онной привлекательности? По словам Елены Трубниковой, это лидеры рынка по многим направлениям: по выручке, доходам, объему номерного фонда, его загрузке, производительности труда. Соискатели заполняют специальную анкету, экспертный совет анализирует эти данные, проверяет и делает заключение.

В топ-100 и в самом деле попадают лучшие из лучших. К примеру, средняя выручка санаториев из первой сотни, по словам Елены Трубниковой, — 971 млн руб., тогда как средняя по отрасли — 150,7 млн.

Более 200 тыс. мест предлагают санатории-лидеры, они же генерируют большую часть потока — 5,9 млн гостей в год.

Другой рейтинг, топ-5 по клиентоориентированности, определяет лучших в создании комфортной среды для отдыха и лечения. Здесь эксперты оценивают конкретные параметры инфраструктуры и услуг санатория. Определяются лучшие здравницы в номинациях: номер, ресторан, медицинский центр, пространство для отдыха, пространство для детей. Номинации подразумевают две категории: Классика и Премиум.

А теперь осталось только назвать лучших.

ЛУЧШИЕ ЗДРАВНИЦЫ

В номинации «Лучший номер» победителями стали «Санаторий Заполярье», г. Сочи (категория «Классика») и спа-комплекс Rosa Springs Life Balance, Краснодарский край (категория «Премиум»).

Обладателями лучшего медицинского центра стали экокорт «Кука», Забайкальский край (категория «Классика») и в категории «Премиум» — курорт «Мрия», Крым.

Лучший ресторан оказался у санатория «Шахтер», сеть Амакс, г. Ессентуки — категория «Классика». В категории «Премиум» победил «Курорт Белокуриха», Алтайский край.

Лучшим пространством для отдыха обладают санаторий «Бакирово», Республика Татарстан (категория «Классика») и «Cosmos Collection Алтай Резорт», Алтайский край (категория «Премиум»).

А лучшее пространство для детей смогли предложить семейный курорт «Утёс», Челябинская область (категория «Классика») и гостиничный комплекс Bridge Resort, Краснодарский край (категория «Премиум»).

Все санатории из великолепной сотни перечислить невозможно, но десять лучших мы назовем. **ТЕ**

ТОП-10 САНАТОРИЕВ РОССИИ ПО ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ

1. Сеть санаториев «РЖД — Здоровье»
2. «Санаторий Заполярье» Краснодарский край
3. «Санаторий Русь» Ставропольский край
4. Санаторий «Янган-Тау» Башкортостан
5. Курорт «Мрия» Республика Крым
6. АО «Курорт Белокуриха» Алтайский край
7. АО «Адлер курорт» Краснодарский край
8. Природный курорт «Сибирь» Тюменская область
9. Санаторий «Россия» Алтайский край
10. Клиника «Кивач» Республика Карелия

Источник: Ассоциация оздоровительного туризма и корпоративного здоровья

ЛУЧШИЕ САНАТОРИИ РОССИИ*



Сеть санаториев
«РЖД — Здоровье»



«Санаторий Заполярье»
(Краснодарский край)



«Санаторий Русь»
(Ставропольский край)

* — на основе рейтинга ТОП-100 санаториев России по инвестиционной привлекательности

КАК ПОПАСТЬ В ЗАПОВЕДНИК

Мы продолжаем рассказ о визит-центрах крупнейших заповедников России (см. начало в № 7-9, 2025 г.). Осмотр заповедника полезно начать с визит-центра: это дает возможность получить разрешение на вход; узнать о маршрутах и экологических тропах; записаться на экскурсию или мастер-класс; узнать, куда обращаться в экстренных ситуациях.



ЛАПЛАНДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПРИРОДНЫЙ БИОСФЕРНЫЙ ЗАПОВЕДНИК

Это территория нетронутой природы, где обитает западная популяция дикого северного оленя, численность которого насчитывает около 1000 особей.

Визит-центр заповедника расположен в центральной части Чунозерской усадьбы. Здесь посетители получают информацию об одном из крупнейших заповедников Европы, узнают о его территории, флоре и фауне, а также приобретают билеты на посещение экскурсионного комплекса. Визит-центр — это место, откуда начинаются все экологические тропы и экскурсии.

В заповеднике действуют несколько музеев, в визит-центре можно узнать об их экспозициях и купить билеты.

В визит-центре представлена сменная тематическая фотовыставка, находится информационная стойка, здесь можно купить сувениры и перекусить.

Рядом с визит-центром расположена парковка для автомобилей.



www.laplandzap.ru

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПАРК «КЕНОЗЕРСКИЙ»

В нацпарке два визит-центра: в Каргопольском и Плесецком секторах. Визит-центр — это «входные ворота» в Кенозерский национальный парк и очень важная точка на карте путешествия по заповедной территории.

Рядом с визит-центром в Каргопольском секторе находится гостиничный комплекс «Рыбачья изба». В самом визит-центре тоже есть отель. Экомузей визит-центра расскажет, почему так ценны местные болота, чем примечательна водная сеть Кенозерья, где находится самый древний северный монастырь.

В геоклассе можно услышать «голос вулкана», построить магнитный мост, создать рельеф в кинетической песочнице, изучить геологические породы, совершить виртуальную прогулку не только в Плесецкий сектор парка, но и еще дальше — на заповедные территории Исландии и других далеких стран.

Здесь работает сувенирная лавка и кухня-гостиная.

Визит-центр Плесецкого сектора парка находится в самом центре деревни Вершинино, рядом с Никольской часовней. Совсем близко находится гостиница «Постоялый двор», музейный комплекс «Амбарный ряд» и трактир «Почтовая гоньба».

Здесь работает экспозиция «Кенозерье. Хроники памятного и обыкновенного», которая переносит гостей в XX век. Можно узнать, как жили кенозерские деревни несколько десятилетий назад — колхозы и совхозы, сельская медицина и образование, торговля и развлечения.



www.kenozero.ru





ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПРИРОДНЫЙ ЗАПОВЕДНИК «ХАКАССКИЙ»

Визит-центр находится на участке «Оглахты» — самом крупном в Хакасии местонахождении петроглифов, сохранивших тысячи древних изображений, выбитых, вырезанных и нарисованных минеральной краской на скальных обнажениях из красноватого песчаника. Здесь можно узнать об уникальных археологических открытиях, сделанных на территории Оглахтинского хребта, о стилях наскального искусства Хакасии.

Здесь начинается пешеходный маршрут. Общая протяженность всего пути — 4 км (в обе стороны). Маршрут оборудован семью смотровыми площадками со скамейками для отдыха посетителей.



www.zapovednik-khakassky.ru

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПАРК «ВАЛДАЙСКИЙ»

Национальный парк «Валдайский» называют хрустальным куполом России. С его территории во всех направлениях растекаются воды, питающие истоки Волги, Днепра, других крупных рек. Нетронутые леса нацпарка — дом для более чем 45 видов животных. На территории множество маршрутов, среди которых Большая Валдайская тропа — самая протяженная экотропа на северо-западе России.

Визит-центр парка «Валдайский» расположен непосредственно в городе Валдай, в ста метрах от береговой линии, в хвойном парке, на высоком холме. К услугам гостей уютная гостиница на 50 мест, автостоянка. Здесь же работают спортивный зал, бильярд, сауна, прачечная, небольшое кафе и сувенирный магазин.

В визит-центре действует интерактивная экспозиция «От Селигера до Боровно» и есть смотровая площадка. Также есть конференц-зал на 100 человек и малый зал для совещаний на 25 мест.



www.valdaypark.ru



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПАРК «ХВАЛЫНСКИЙ»

В визит-центре гости смогут познакомиться с национальным парком «Хвалынский» начиная с истории формирования ландшафта Хвалынских гор. Выставочное пространство дополнено живыми звуками леса: урчание кабанов, рев лосей во время гона, птичьи трели.

Экспозиция о первых поселенцах Хвалынского края в эпохи каменного и бронзового веков расскажет об использовании людьми природных материалов — древесины, глины, каменных залежей, мела, а также охотничьем промысле и рыболовстве.



www.nphvalynskiy.ru

НАЦИОНАЛЬНЫЙ ПАРК «КИСЛОВОДСКИЙ»

Визит-центр национального парка «Кисловодский» расположен в историческом здании Нарзанной галереи. Это своего рода ключ к парку. Здесь можно познакомиться с его историей и развитием, природным комплексом, достопримечательностями и интересными маршрутами, записаться на экскурсии и приобрести сувенирную продукцию, а также узнать о предстоящих мероприятиях.

Экспозиционное пространство визит-центра представлено интерактивными инсталляциями, видеопрезентациями, документальными фильмами.



www.kislovdskiy.ru



Турбизнес Петербурга проехал по России

Серия роуд-шоу «Добро пожаловать в Санкт-Петербург!», стартовавшая в начале июня в Центральной России, в Смоленске, успешно завершилась в конце октября в сибирском Красноярске.



- 1 Роуд-шоу в Екатеринбурге в отеле «Хаятт» привлекло почти 130 агентств
- 2 Презентацию туристического потенциала Петербурга проводит генеральный директор ГТИБ Яна МАКШИНА
- 3 На красивом автобусе с символикой Петербурга участники роуд-шоу проехали несколько тысяч километров

В этом году выездные профессиональные мероприятия Санкт-Петербурга охватили четыре больших и важных российских региона — Центральную Россию, Приволжье, Урал и Сибирь.

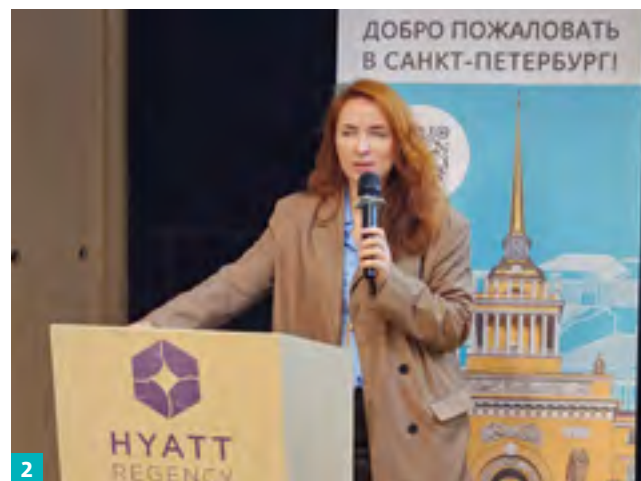
Участники из Северной столицы путешествовали из города в город на автобусе, оформленном в фирменном бирюзовом стиле Санкт-Петербурга, который на маршруте неизменно привлекал взгляды местных жителей и туристов.

Организаторами региональных b2b-мероприятий выступили Комитет по развитию туризма и Городское туристско-информационное бюро Санкт-Петербурга.

Делегация профессионалов Петербурга была очень представительной. Она объединила ведущих игроков туристского рынка — туроператоров, отельеров, сотрудников музеев, были представлены авиа- и судоходная компании. В каждом из 19 городов роуд-шоу участники проводили цикл презентаций и деловые переговоры в ходе воркшопов. Спектр

предложений петербургских туроператоров очень обширный: от классических экскурсионных маршрутов до знакомства с интересными локациями Новой туристской географии, различные виды поездок для школьников, новогодние туры.

Опросы посетителей, проведенные организаторами роуд-шоу в регионах, подтверждают: живое общение по-прежнему





4



5



6



7

актуально и наиболее эффективно для налаживания бизнес-связей, оно не может быть полностью заменено онлайн-встречами.

Во всех регионах РФ, где прошли презентации, неизменно высокий интерес вызывали событийные, экологические, патриотические туры, круизы, а также профориентационные программы для старшеклассников.

Роуд-шоу «Добро пожаловать в Санкт-Петербург!» становилось ярким событием в каждом городе проведения. Как отмечают региональные агентства, мероприятия превратились для них в полноценные образовательные дни, посвященные одному из самых популярных туристических направлений в России.

В свою очередь, петербургские участники отмечают высокую отдачу от роуд-шоу: зачастую заявки из регионов на туры в Петербург и запросы на проживание в отелях города приходят к ним сразу по «горячим» следам.

Кампания по продвижению туристских возможностей Санкт-Петербурга реализуется в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», предполагающего к 2030 году рост внутренних поездок по стране до 140 млн.

В 2024 году Санкт-Петербург принял более 11 млн туристов. Прогнозируется, что по итогам нынешнего года турпоток вырастет на рекордные 15%. **ТБ**

4 Гендиректор «Петротур» Игорь МАЗУЛОВ анонсирует новый нацмаршрут «По следам Пушкина»

5 Акцент выступлений гендиректора компании «Дельта Невы» Марии ТРУБНИК — школьные, патриотические туры

6 Гендиректор «Музыки путешествий» Алена СЕРГЕЕВА — постоянный участник региональных роуд-шоу

7 «Невские сезоны» всегда тепло встречают в регионах. На трибуне — Эльмира АРМАСОВА

Гостиницы столкнулись с падением доходов



Чем вызвана такая ситуация? Своим анализом поделился вице-президент РСТ, управляющий партнер Cronwell Group **Алексей МУСАКИН**

Алексей, каковы предварительные итоги этого года на российском гостиничном рынке? С одной стороны, согласно статистическим данным, мы видим рост, но это рост выручки, подчеркиваю, именно выручки. Растет она за счет более высокой средней цены номера, а не за счет загрузки.

Загрузка остановилась, а в некоторых регионах даже снижается. Рост цены, кстати, также не отличается такой активной динамикой, как это было в позапрошлом и прошлом году. Что касается прибыли, то здесь мы видим, скорее всего, снижение...

Отсюда и не радужные прогнозы на будущее. А на следующий год нас ждет переход на уплату НДС для УСН, это коснется примерно 60% всех гостиничных предприятий России. Таким образом, рентабельность будет снижаться еще больше.

Почему падают загрузка и рентабельность? Какие факторы на это повлияли?

Внутренний туризм еще растет, но уже не с той динамикой, как прежде. Существенный рост стоимости гостиничных услуг налицо, он достаточно приличный.

Но самое главное, что произошло на гостиничном рынке — это существенный рост заработных плат. Отрасль всегда занимала позицию ниже среднерыночных показателей по зарплатам, тем не менее рост в этом году составил около 20%, а за последние два-три года — почти 50%. Причем в первую очередь это коснулось операционного персонала, то есть наибольшей части работников гостиниц.

Все это приходится оплачивать потребителю гостиничных услуг, отсюда и снижение спроса.

Другие требования теперь предъявляет закон и к классификации средств размещения. Как это отразилось на рынке?

Если раньше под классификацией понималось получение звезд, то нынешняя классификация — это вхождение в реестр. А звезды стали добровольными. И мы сейчас

посмотрим, что будет на рынке с отелями, особенно небольшими гостевыми домами, которые попробуют в реестр войти. Выиграют ли они от этого или просто войдут в реестр и всё на этом. Понять это мы сможем только в следующем году.

Отельеры ощутили рост въездного туризма? Какие зарубежные страны «делали погоду» на рынке?

Рост въездного туризма мы ощутили. База была ведь почти нулевая. Москва видит существенный рост туристов из арабских стран. Если прогуляться по Новому Арбату, где несколько отелей, то можно сразу это увидеть. Большое количество арабских туристов, и они визуально выделяются. Причем здесь не только деловой туризм, но и семейный туризм тоже. Китайские туристы появляются, и думаю, что вследствие введенного в этом году безвизового режима между Россией и КНР, скоро произойдет резкий рост объема их поездок. Туристов, говорящих по-французски, по-испански, по-итальянски, стало чуть больше, чем было пару лет назад. Есть туристы из Ирана. Но всё это вместе не компенсирует снижение спроса российских туристов.

Какие, на ваш взгляд, главные проблемы и вызовы рынка?

Я уже упоминал кадровый голод. Нам просто не хватает персонала. Скорее всего, мы не сможем обойтись без иностранной рабочей силы, хотя и здесь есть сложности. Второй момент — это опережающее снижение прибыли относительно выручки. Выручка пока не падает, а прибыль существенно снижается. И если мы получим новые налоги, если в 2030 году у нас перестанет работать льгота по НДС, то это повлечет за собой серьезные проблемы для гостиниц. То есть болевые точки — это персонал, налоговые проблемы, а кредитная ставка уже даже не обсуждается, вопрос стоит уже давно и остро.

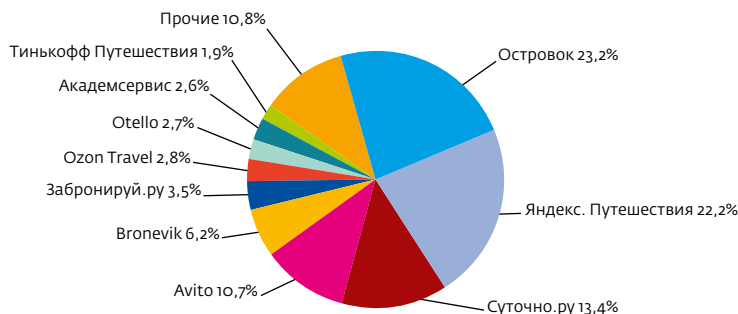
Насколько ощутима и эффективна поддержка отрасли со стороны государства? Какие еще меры могут помочь гостиничному рынку?

Очень ощутима. Если бы не было этой поддержки, я имею в виду в инвестиционной фазе (постановление №141), то без этого мы бы вообще не обсуждали тему туризма. Скажу обязательно и о субсидиях для модульных гостиниц. Такого не было никогда.

Отмечу и меры поддержки корпорации МСП, опять же кредиты под 9% и поддержку реконструкции культурного наследия также под льготную ставку.

Что может помочь еще? Опять-таки, наверное, длинные гарантированные стабильные условия бюджетных расчетов: налоги, налог на имущество и т.д. Но это не только федеральные меры, но и региональные тоже. Например, налог на имущество — это региональный налог, и часть регионов совершенно спокойно его обнуляет, хотя бы на время выхода на нормальную рабочую жизнь будущего отеля (например, на первые 5 лет). Это существенно влияет на бизнес, ведь когда объект новый и неамортизированный, то налог

ВСЕ СРЕДСТВА РАЗМЕЩЕНИЯ ТОП-10 ОТА по обороту*



*- доля прожитых бронирований, по итогам 1-го полугодия 2025 г.

Источник: Bnovo

на имущество может доходить до 10% от оборота. И меры с подключением к сетям — это сейчас может решаться через структурные кредиты в регионах.

Как сейчас строится система дистрибуции гостиниц?

В основном это использование всем хорошо известных агрегаторов. И систем, которые позволяют с этими агрегаторами работать наиболее эффективно.

Важна работа с агентствами, особенно в регионах. Например, в Дагестане, где люди в основном покупают тур, а не услугу в гостинице. Туристы не могут самостоятельно тур построить, так как пока еще на достаточно низком уровне находится индивидуальный сервис. Понятно, что проще купить тур. Тем более что отели там маленькие и их не так много, а расстояния большие. То есть приходится ночевать в одном отеле, потом ехать смотреть достопримечательности, двигаться дальше. Самостоятельно это довольно трудно сфокусировать с учетом трансферов. Здесь помогут только агентства.

Собственные системы бронирования также работают. Работают системы бронирования больших управляющих компаний. Наиболее востребованы сервисы PMS, хотя это уже не совсем продажи. То есть системы управления номерным фондом, их у нас десятка полтора, из них приличных, наверное, восемь. Например, это HRS с Fidelio Opera, но пока здесь дистрибуция идет криво, так как это Oracle, который в России не дает лицензию. При этом сейчас идет тестирование «Сонаты», которая должна стать неким аналогом Fidelio Opera. Также Логус от Libra достаточно активно развивается на рынке. Назову и компанию Эделинк с Эдельвейс и ECVI.

Очень востребован Travelline со своими системами дистрибуции, channel management и press optimizer, это классный вариант. Это системы дополнительных продаж в отелях, но для многих объектов они генерируют 30-50% объемов продаж.

Есть системы, которые позволяют убедить клиента, стимулируют покупки, они тоже весьма популярны. Здесь упомяну Hoteza, Хотбот, 2ROOMZ, все это хорошие рабочие инструменты. **ТЕ**

«Вега» встречает юбилей обновленной

45 лет назад, к Олимпиаде-80, в Москве открылись отели комплекса Измайлово. В их числе была и «Вега». Юбилей отель встречает с новым лицом, фирменным стилем, номерами, лобби, конгресс-центром. Несмотря на возраст, этот отель выглядит современным и стильным. И так уже много лет: в «Веге» всегда стараются идти в ногу со временем. **Валерий МАКСИМОВ**, генеральный директор отеля и конгресс-центра «Вега», открывает в интервью ТБ секреты успеха команды отеля.



Валерий Борисович, примите наши поздравления с юбилеем отеля «Вега»! Это не только праздник, но и время подведения итогов. С какими результатами «Вега» подошла к отметке 45?

Спасибо за поздравления!

Мы основательно подготовились к юбилейному году. В первую очередь, полностью сменили фирменный стиль, получили регистрационный знак торговой марки нового логотипа. С самого открытия к Олимпиаде-80 отелю «Вега» был присвоен символ зеленого кольца олимпийского флага, и сейчас основным цветом бренда стал глубокий зеленый цвет с поддерживающими его оттенками мятного и стального серого, а также белого тона. Этот новый образ отвечает нашей информационной повестке: мы находимся по соседству с зеленым районом Измайлово, используем методы разумной экономии ресурсов как основу устойчивого развития бизнеса.

Сейчас мы проводим масштабное обновление номерного фонда, конгресс-центра, зоны встречи гостей и лобби, развиваем предложения для российских и иностранных гостей, запускаем сервисы для обслуживания групп гостей, такие как India Friendly, Muslim Friendly, Pets Friendly — программы сертификации Роскачества и многое другое.

В чем, на ваш взгляд, секреты того, что «Вега» на протяжении почти полувека остается одной из самых востребованных у туристов, посещающих столицу?

«Вега» — большой городской отель на 1000 номеров, изначально был построен рядом с метро, отсюда можно было легко добраться до четырех ближайших ж/д вокзалов и автобусного терминала на Щелковском шоссе. В начале 1980-х отели комплекса «Измайлово» были новшеством в гостиничном строительстве. Сюда приезжали и спортивные команды,

и семьи с детьми на отдых, и командированные. Сейчас от наших взрослых постоянных гостей мы часто слышим отзывы с ностальгическими нотками, когда они делятся впечатлениями о своих первых поездках в Москву в составе детских спортивных команд или вместе с родителями.

С началом полномасштабной реконструкции транспортной инфраструктуры Москвы отель только выиграл: рядом появилась станция МЦК, напрямую связавшая Измайлово с районом ВДНХ, «Окружной» (прямой путь к аэроэкспрессам в Шереметьево) и «Верхними котлами» (пересадка на аэроэкспрессы в Домодедово), рядом, всего в одной остановке МЦК, открылся новый ж/д вокзал «Восточный».

Мы видим, что отель выбирают, во многом благодаря удобству расположения к месту прибытия в Москву, с одной стороны, и короткому пути в центр (15 минут по прямой на метро, и вы — на Красной площади).

Однако отель не будет постоянно загружен только благодаря ностальгии или удобному расположению. Для того чтобы гости выбирали наш отель, мы работаем с разными сегментами целевой аудитории: это и прямые онлайн-продажи через сайт, и работа с туристическими группами из регионов России и из-за рубежа, партнерство с ОТА, бронирование на стойке. И, конечно, работаем над улучшением и разнообразием услуг, качеством обслуживания гостей.

На рынке очень много говорят о проведенной масштабной реновации отеля. Расскажите об этом подробнее.

Хотел бы отметить, что это не единичная кампания по реновации к юбилею. За последние 15 лет моего руководства мы проводим постоянные обновления и номерного фонда, и конгресс-центра, и других общественных пространств, у нас принимается и выполняется ежегодный план обновления отеля.

В юбилейному году мы провели полную реконструкцию более 1000 кв. м номерного фонда, более 1000 кв. м выставочной площади конгресс-центра, более 500 кв. м зоны встречи гостей и лобби.

За 2024–2025 гг. открылись две новые дизайнерские линейки номеров — «Арт» и «Классик», очень разные по концепции, и сразу нашли своих адептов среди наших гостей.

Новый образ лобби — это открытые пространства с деликатным зонированием, в природных оттенках летнего парка и, конечно, отсылками к изначальному фирменному коду отеля — Олимпиаде-80, что отражено в деталях дизайна. Здесь работа еще продолжается, мы сможем представить лобби во всем блеске уже в следующем году.

Но самое яркое открытие 2025 года в «Вега» состоялось в конгресс-центре, когда всего за полгода удалось воплотить в жизнь проект по реконструкции почти половины выставочной площади и открыть новые залы с переговорными, зонами для фуршетов и кофе-брейков. Новое пространство выполнено также в концепции единения с природой: оттенки майской листвы, дерева, влажного камня, инновационные материалы и инженерные решения для отличной акустики, грамотное зонирование, свежий воздух благодаря полной замене системы вентиляции и кондиционирования, панорамные окна и ровный нейтральный искусственный свет. В поиске названий для этих залов мы черпали вдохновение в парковом окружении отеля, поэтому самый крупный зал площадью 440 кв. м получил имя «Измайловский парк», а сопутствующие ему залы и переговорные — «Мята», «Ирис» и «Ландыш».

Как на работу вашего знаменитого конгресс-центра повлияла реконструкция?

Мы выбрали правильный период для старта капитальных работ по реконструкции в конгресс-центре — самое начало года, сразу после январских праздников, когда деловая активность в Москве минимальна. Понимали, что в краткосрочной перспективе потеряем в доходе, зато ощутили эффект, когда стартовали продажи новых залов. За три первых месяца было продано мероприятий в «Измайловском парке» на 12 млн руб. — отличный результат для летнего сезона!

Рынок въездного туризма в Россию за последние годы сильно изменился. Как адаптировалась «Вега» к новым реалиям?

После завершения пандемии мы увидели, что портрет гостя в отеле сильно изменился. Если ранее состав гостей делился поровну: 50% гости из российских регионов, столько же из-за рубежа, то сейчас у нас более 90% наших соотечественников и около 10% гостей из ближнего и дальнего зарубежья. В лидерах стран дальнего зарубежья, откуда приезжают в отель группы, остаются Китай, на втором месте Иран, затем Алжир, Вьетнам, Таиланд, Индонезия и Малайзия.

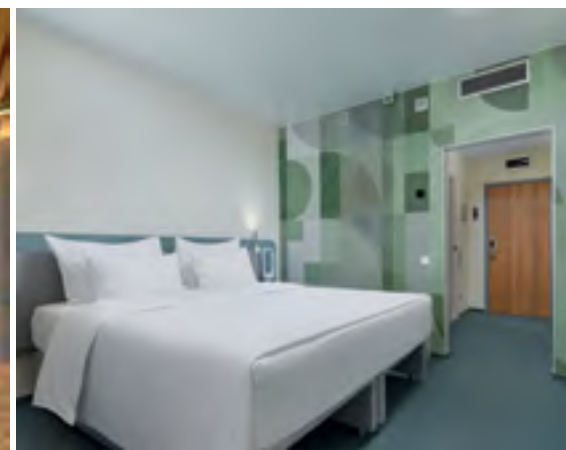
Наши гости стали более требовательны к сервису и качеству услуг, значительно чаще возвращаются к нам с обратной связью. Мы стремимся соответствовать их ожиданиям и активно работаем над качеством сервиса.

Отель — это не только стильные интерьеры и интересные пространства, но и отношение к своим гостям. Что делает команда «Веги», чтобы туристы и корпоративные заказчики стремились к вам возвращаться?

Мы применяем многослойную систему оценки удовлетворенности гостей: это и мониторинг отзывов, и оценка качества с использованием аналитики Steady Control со встроенным искусственным интеллектом, и выборочный контроль за работой сотрудников отделов бронирования и продаж, и NPS-анкетирование, и метод тайного гостя, контроль с помощью антитайного звонка. В результате у нас есть точные данные о качестве работы сотрудников, взаимодействующих с гостями и корпоративными клиентами, и мы отслеживаем эту динамику изменений. Например, могу сказать, что скорость ответа контакт-центра на интересующий вопрос гостя в среднем составляет 4 минуты, что соответствует современным трендам.

От экономики в нашей беседе никуда не уйти. Уже есть предварительные финансовые итоги девяти месяцев года? Какую планку ставите перед собой на 2026 год?

К окончанию 2025 года мы подходим с прибылью, выполнили план капитальных затрат, все обязательства перед акционерами и государством — итоги 9 месяцев показали очень хороший результат. На 2026 год у меня нейтральный прогноз по доходности: в условиях экономики периода охлаждения успешная деятельность компании будет зависеть от профессионализма менеджмента. Уверен, что и в эти времена «Вега» займет достойное место на рынке московского гостеприимства. [ТБ](#)





МАКСИМАЙС будет двигаться вперед!

Одно из крупнейших агентств по продаже авиабилетов Авиа Центр стало владельцем МАКСИМАЙС — крупной MICE&Event-компании. Что знаменует собой создание альянса этих участников рынка делового туризма, какое будущее ждет МАКСИМАЙС — об этом ТБ рассказывает основатель и генеральный директор компании **Елена МЕЛЬНИКОВА.**

Елена, конечно, первый вопрос о покупке МАКСИМАЙС Сергеем Богачевым, являющимся одним из собственников Авиа Центра. На рынке много говорят об этом событии. И мы, конечно, очень ждем ваш комментарий по этому поводу.

Это очень интересное событие в индустрии, и в истории компании МАКСИМАЙС, которой в следующем году будет 20 лет. Любопытно, что и Авиа Центру в следующем году тоже 20 лет. Идея слияния родилась у меня, я достаточно долго ее обдумывала. Много было сделано и достигнуто при развитии МАКСИМАЙС. Пожалуй, нет людей на рынке, кто был бы равнодушен к нашей компании. Много трендсеттерских решений и ноу-хау было придумано именно в МАКСИМАЙС.

Мы пережили пандемию даже с некоторым успехом, мы примерно на полгода опередили рынок по онлайн-ивентам. Первыми стали их проводить. Но время идет, всё меняется, и нужен сильный партнер для дальнейшего развития. Партнер с точки зрения структурных решений, онлайн-решений, с позиции управленческой структуры и пр.

MICE требует серьезного финансирования, это вопрос серьезно волновал меня после пандемии, хотелось найти партнера, у которого нет сильно развитого MICE-направления, и который был бы рад «украсить» свой бизнес этим направлением. С Сергеем Богачевым мы были знакомы достаточно давно, общались ещё до пандемии. И даже разговор с ним начался именно тогда. Я решила, что именно

такой партнер нам нужен для дальнейшего развития. Есть еще много идей для развития и для МАКСИМАЙС, и для Авиа Центра. Такие союзы дают только плюс, гораздо легче вместе найти точки опоры, услышать клиента и создать для него сервис, который был бы единой экосистемой, которая дает возможность работать по всем корпоративным задачам: и по командировкам, и по бизнес-мероприятиям, и по ивентам. Развитие, на мой взгляд, это найти путь и найти единомышленников, которые позволят создать уникальный сервис для клиентов, работать бесперебойно и отзываться на все трудности рынка.

Бренд МАКСИМАЙС сохранится в дальнейшем?

Да, бренд МАКСИМАЙС сохраняется, это ведь точка опоры. Все эти нюансы и детали мы обсудили заранее. Административная и структурная самостоятельность сохраняются. На мой взгляд, этот бренд и эту историю компании невозможно никуда «вливать», смешать с чем-то. Это самостоятельная единица, на этом надо строить, вносить то, что украсит бренд и позволит ему двигаться вперед.

Какой синергии вы ждете от этого объединения?

Я считаю, что синергия — это единое целеполагание, жизненные ценности, образ мышления. На мой взгляд, именно в этих моментах мы совпадаем: создавать, созидать, разрабатывать, проводить в жизнь, тонко чувствовать рынок

и клиента. Я считаю, что мы хорошо двигаемся в этом направлении. Дополнительные преимущества, которые Авиа Центр дает своим корпоративным клиентам: высокий уровень качества, высокий уровень автоматизации. То, чего не хватало МАКСИМАЙС — как раз системности, автоматизации, высокого уровня цифровых решений — эти важные дополнения внесет Авиа Центр. Уверена, это будет очень хорошо.

Компания МАКСИМАЙС — одна из старейших и авторитетных на рынке. Вы известны как успешный организатор конференций, инсентив-программ, различных креативных мероприятий. Что изменится в вашей специализации и дальнейшей работе?

Да, все верно, МАКСИМАЙС специализируется на креативных решениях. Наш MICE — это не стандартный MICE. Мы продолжаем двигаться в этом направлении. Но один человек не может усидеть на многих стульях. Скажем так, стандартный MICE, поточный, ежеминутный — это одна стратегия, системы и автоматизация, один поток. Креативный MICE, необычные мероприятия — это немножко другое. Вот я и пыталась усидеть на этих двух стульях. Но для успешности компании надо, чтобы и то, и другое двигалось вверх и развивалось. Поэтому мне кажется, что обязательно надо сохранять то, чего достигла МАКСИМАЙС: умение делать поистине уникальные мероприятия любого масштаба.

Пример: Сеченовский университет — постоянная мультимедийная выставка, которая получилась совершенно уникальной, и мы над ней работали практически год. Я уже не говорю о проектах на выставках «Россия», Финнополис, на фестивалях коммерческих крупных структур. И это надо продолжать. Это одна структура, люди и компетенции. Но при этом стандартный поточный MICE — это очень важно. Он требует развития, усовершенствования и автоматизации. Сейчас есть возможность уделить ему максимум внимания. Поэтому я считаю идеальным иметь оба эти потока.

Вы ждёте от слияния новых возможностей, дальнейшего развития?

Конечно, жду. Чисто психологически это даже хорошо, когда есть старший товарищ, владелец. Я работала в компаниях с разными структурами. Сейчас у меня есть такое приятное ощущение, что нужно развивать, а что нет, и куда идти. Да, для меня это несколько новый этап. Планы по развитию стандартного MICE, планы по автоматизации, по структурным изменениям, по работе с рынком — грандиозные. Будем двигаться потихоньку, не всё сразу получается, это не так просто. Прежде всего, это непросто для сотрудников. Наша важная задача — сохранить людей, беречь и уважать их. Поэтому не будем форсировать. Будем беречь и клиентов, и людей, и структуру. Будем 150 раз отмерять, прежде чем отрезать.

Я всё равно сделаю то, от чего ахнет рынок. Что будет актуальным и передовым. Обычно все передовое заканчивается «помидорами в спину», но через какое-то время весь рынок

начинает это делать. Время непростое, экономика не бежит вверх, легкости в работе нет. Каждый проект, каждый структурный шаг — это страшный бой.

Елена, как эксперт, расскажите, пожалуйста, о тех изменениях, которые происходят на рынке бизнес-трел за последнее время. Как изменились запросы ваших корпоративных клиентов? Каких решений они ждут от вас?

Что такое рынок бизнес-трел и MICE? Это отражение развития экономики в России. За последние лет пять многое изменилось. Меняется стиль компаний, менеджмент. Появляются новые тренды. Наша задача все это изучать и помогать клиентам вырабатывать новый стиль. Появляются новые игроки, новые бренды, старые сворачиваются. Ко всему этому мы должны адаптироваться. Огромные экосистемы, например, такие, как Яндекс, Сбер, образуются новые крупные корпорации — они, конечно, в поле нашего внимания. Внешние и внутренние изменения и конкуренция — это всё накладывает отпечаток. Но при этом всегда есть новые возможности, и пути, и рынки. Есть новые цифровые решения, автоматизация, они помогают нашим клиентам развивать бизнес. Миссия компании — это современными методами помогать клиентам развивать их бизнес в меняющихся новых условиях. Чем мы и занимаемся день и ночь. Никакой рынок не стоит на месте, просто в последнее время всё это ускорилося. Где-то мы проигрываем. А где-то идем впереди всех. Да, сложностей всё больше. Темпы развития, внешние факторы влияют очень сильно. Но всегда есть путь, который принесет больше успеха, чем было до того.

От нашего объединения мы ждем огромную синергию. Планы по развитию стандартного MICE, по автоматизации, по структурным изменениям — грандиозные. Мы сделаем то, от чего ахнет рынок!

Елена, а поделитесь, если можно, вашими профессиональными секретами сохранения лояльности клиентов и партнёров на высококонкурентном рынке MICE & BT?

Продажи и работа с клиентами — это никакой не секрет. Это твоё видение мира, твоя душа, твое отношение к людям. Я люблю людей, люблю с ними общаться. Все, что я делаю для них, я делаю от сердца и на максимальных оборотах. Моя старшая дочь спрашивает: «Мама, ты 30-40 лет этим занимаешься и все равно плачешь, если что-то идет не так». Но как можно менять эту позицию! Мы несем в мир только то, что есть внутри нас. И если внутри есть тот самый мир, который нужен нашим клиентам, который им помогает, тогда о чем нам беспокоиться? Надо любить свою профессию, нести ответственность за сделанное. Иметь смелость принимать решения и всегда помнить вроде бы не новый, но правильный тезис: клиент всегда прав. Надо делать так, чтобы он был счастлив. Мы же сервисная компания! Сервис должен быть направлен на то, чтобы делать жизнь лучше. **ТБ**



MICE: ЭВОЛЮЦИЯ ВО ВСЕМ

ПОДХОДЫ К MICE МЕНЯЮТСЯ

Компания Aerotone Corporate Travel — один из главных игроков на рынке MICE и бизнес-трелел.

Екатерина КОРСУНСКАЯ, генеральный директор Aerotone, в интервью ТБ поделилась результатами работы компании и рассказала о ярких переменах в сегменте корпоративного туризма.

ОБ ИТОГАХ 2025 ГОДА И УПРАВЛЕНИИ РОСТОМ

Рынок делового туризма в 2024 году превысил 1 трлн рублей.

В 2025 году ожидается его увеличение до 1,21 трлн.

Как «Аэротон» отработал в этом динамичном году?

В начале 2025 года мы для себя решили: главное — не скорость масштабирования, а управляемость бизнеса. Да, рынок рос, но мы видели, как клиенты меняются. Им теперь важна не просто «палитра опций», а технологичность и прозрачность на каждом этапе.

В связи с этим мы сделали осознанный шаг: вместо погони за охватом углубились в оптимизацию наших ключевых процессов. Это дало нам возможность проактивно управлять спросом, а не просто реагировать на него. И как результат — рост и маржинальности, и устойчивости бизнеса в целом.

Ключевое для нас — это партнерские отношения с клиентами. Наши SLA — это не отчетность «для галочки». Это живой инструмент. Мы закрепили за каждым крупным клиентом выделенную команду, где у всех есть свои зоны ответственности, и SLA естественно встроен в работу. Поддерживает это всё наш круглосуточный сервисный хаб, обеспечивающий один стандарт для всех.

О ТРЕНДАХ В MICE

Сегмент MICE демонстрирует уверенное восстановление с возвращением к офлайн-форматам. Какие именно сценарии корпоративных мероприятий сегодня оказываются наиболее сбалансированными по соотношению «вовлеченность — эффективность — бюджет»?

Мы наблюдаем сдвиг в восприятии мероприятий. Клиенты теперь приходят не за красивым событием, а за решением своих бизнес-задач. Их интересует реальное воздействие: как изменится вовлеченность сотрудников, укрепится ли команда, улучшатся ли клиентские отношения.

Сегодня наиболее сбалансированный результат показывают гибридные форматы — например, стратегические сессии с элементами нетворкинга, где офлайн-участники работают над решением конкретных бизнес-задач, а удаленные команды подключаются к ключевым сессиям через интерактивные платформы. Это позволяет сохранить глубину контента при оптимизации бюджета на логистику. Для оценки успеха таких мероприятий мы используем комбинацию метрик: процент активного участия в рабочих сессиях (а не просто присутствия), скорость реализации решений, предложенных на мероприятии, и динамику NPS в разрезе до/после. Именно эти показатели отражают реальное воздействие на бизнес-процессы, а не только сиюминутную реакцию участников.

ОБ ЭВОЛЮЦИИ КЛИЕНТСКИХ ОЖИДАНИЙ

Запросы корпоративных клиентов — это ожидание комплексной услуги, экспертизы и кастомизированных решений «под ключ». Как ваши сервисные и технологические модели трансформируются, чтобы отвечать на такие запросы?

Если раньше клиенты обращались к нам для решения тактических задач, то сегодня все чаще приходят запросы на интегрирование процесса управления мобильностью сотрудников в стратегию компании. Наши заказчики начинают воспринимать деловые поездки не как статью расходов, а как инструмент развития компании — будь то выход

на новые рынки, трансформация корпоративной культуры или укрепление лояльности клиентов.

Это заставило нас переосмыслить подход к сервису. Мы создаем целостные экосистемы, где технологии и экспертиза работают как единый механизм. Наша онлайн-система для бронирования отелей Numeroid — хороший пример в этом плане. Интеграция данной платформы с другими нашими сервисами позволяет создавать единое пространство для управления всей деловой мобильностью клиента.

О ПРАКТИЧЕСКОМ ПРИМЕНЕНИИ ИИ

ИИ-ассистенты и другие технологии на основе искусственного интеллекта постепенно переходят из разряда экспериментов в рабочие инструменты. В каких именно бизнес-процессах «Аэротон» уже применяет ИИ-решения?

Для нас искусственный интеллект — это уже не эксперимент, а вполне естественный шаг в цифровой трансформации компании.

Если говорить о конкретных применениях — в первую очередь мы используем ИИ для управления цепочкой поставок. С помощью алгоритмов мы следим за динамикой цен авиаперевозчиков и отелей, сопоставляя это с политиками клиентов и историей их бронирований. В результате мы не просто отслеживаем стоимость, а фактически предсказываем наилучшие моменты для бронирования, находим оптимальный баланс между бюджетом и качеством обслуживания.

Еще одно важное направление — это предиктивная аналитика сервиса, которая помогает нам заранее замечать возможные проблемы в обслуживании и корректировать работу до того, как возникнут серьезные сложности. Скажем, мы можем адаптировать подход к конкретному клиенту, основываясь на его активности и предыдущем опыте взаимодействия — это делает наш сервис значительно более проактивным.

О ГОТОВНОСТИ К ИЗМЕНЕНИЯМ В ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ О ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ

С 1 июля 2025 года вступили в силу обновленные требования по обработке персональных данных. Насколько «Аэротон» готов к этим изменениям? Исходя из вашего опыта, какие практики в области работы с персональными данными должны стать обязательным стандартом для всех игроков рынка?

Для «Аэротона» информационная безопасность — это в первую очередь вопрос доверия клиентов, а не соблюдение формальностей. Наша готовность к этим изменениям основана на уже существующей экосистеме управления данными. Она обеспечивает прозрачность на всех этапах работы с поставщиками, от бронирования до отчетности. Это позволило нам ограничиться точечными корректировками имеющихся решений.

Если говорить о конкретных практиках, которые стоит внедрить всем, то я бы выделила три ключевых направления.



Первое — это последовательное внедрение принципа минимизации данных через автоматизированные системы.

Второе — выстраивание единых стандартов работы по всей цепочке поставщиков.

И третье, не менее важное, — формирование культуры ответственного отношения к данным на всех этапах работы.

О КАДРОВОЙ СТРАТЕГИИ И УДЕРЖАНИИ ЭКСПЕРТОВ

Рынок перегрет, а качественных специалистов в MICE и бизнес-тревеле не хватает. Это напрямую влияет на способность компаний масштабироваться и сохранять качество сервиса. Как вы решаете кадровый вопрос в «Аэротоне»?

В условиях кадрового дефицита мы сознательно сместили фокус с поиска готовых специалистов на создание пула собственных специалистов. Мы организовали внутри компании образовательный хаб, где сотрудники из смежных направлений проходят интенсивное погружение в специфику MICE и деловых поездок. Ключевым элементом стала система наставничества, где опытные руководители проектов курируют персональное развитие новых участников команд.

При этом мы предоставляем специалистам реальную автономию в работе со сложными клиентскими кейсами — от разработки индивидуальных сценариев мероприятия.

ИИ для «Аэротона» — это уже не эксперимент, а вполне естественный шаг в цифровой трансформации компании. В первую очередь мы используем ИИ для управления цепочкой поставок от авиаперевозчиков и отелей. Другое важное направление — это предиктивная аналитика клиентского сервиса.

тих до адаптации сервисных моделей под нестандартные запросы. Такой подход не только ускоряет профессиональный рост, но и формирует устойчивую вовлеченность, поскольку сотрудники видят непосредственное влияние своих решений на бизнес-результаты клиентов и компании.

Мы рассматриваем текущий вызов рынка труда как возможность целенаправленно формировать пул специалистов, способных создавать решения, которые не только технологически усилены, но содержат ту самую человеческую экспертизу, которую невозможно автоматизировать. **ТБ**

Санкции стали серьезным вызовом для российского рынка авиаперевозок. Поиск выхода из ситуации идет, путей решения проблемы несколько. С подробностями — вице-президент Российского союза туриндустрии **Дмитрий ГОРИН**.



Авиарынок в ожидании новых лайнеров



Дмитрий, оцените, пожалуйста, объемы авиаперевозок в уходящем году.

Рынок авиационных перевозок российских авиакомпаний за первые восемь месяцев показал небольшое снижение по сравнению с 2024 годом — на 2,2%.

Российские авиакомпании всё больше сталкиваются с проблемой дефицита воздушного флота. Сейчас в распоряжении российских перевозчиков находится порядка 800 самолетов, но каждый год количество бортов будет сокращаться на 50-100. Санкции еще не отменены, а выбытие самолетов серьезное: в прошлом году «на бетон» встали 58 судов.

Обращаю внимание на то, что официальную статистику нужно воспринимать правильно. По ее данным, у нас «на крыле» 1000-1200 бортов, но тут имеются в виду и вертолеты, и малая авиация, и самолеты, которые используются для государственных нужд. Реально же «на крыле» сейчас 540 само-

летов зарубежного производства и 150 — российского. Планировалось, что мы получим 213 лайнеров отечественного производства, но сроки их создания были перенесены и мы получили всего девять самолетов: из них два Ту-204 и Ту-214 и семь модернизированных «Суперджетов». Этого, конечно, недостаточно для обновления флота.

В чем вам видится выход из этой сложной ситуации?

Отчасти решает проблему увеличение доли иностранных авиакомпаний на российском рынке.

Сейчас мы видим рост влияния иностранных перевозчиков. Так, на международных рейсах они в этом году перевезли не менее 4 млн человек, что на 8,8% больше, чем за аналогичный период прошлого года. В целом доля иностранных компаний на российском рынке достигает 46%. Росту объема предложений и сохранению транспортной подвижности наших граждан может помочь именно взаимодействие с иностранными компаниями, которые постоянно расширяют количество рейсов и географию полетов.

Например, в 2022 году мы наблюдали рост присутствия турецких перевозчиков, а в этом году увеличилась доля китайских компаний, что позволило расширить предложения по авиационным перевозкам как напрямую в эту страну, так и для дальнейших транзитных перелетов. Напомню, в пик сезона российские и турецкие авиакомпании выполняли свыше 1200 рейсов в неделю в Турцию, и при этом большая доля перелетов была совершена турецкими перевозчиками. Такое распределение привело к снижению цен и расширению маршрутной сети: пять турецких курортов принимали рейсы из 25 городов РФ.

Китайские авиакомпании обеспечивают в том числе и маршрутную сеть для стыковочных рейсов, например, по такому направлению, как Япония. По нему было зафиксировано увеличение в два раза — более 200 тыс. человек в год.

Также более доступной стала Южная Корея и другие страны, в которые можно добраться через Китай. Причем ценовая политика китайских компаний позволила летать на популярных туристических направлениях по цене 45–80 тыс. рублей — речь идет о дальнемагистральных перелетах, в том числе и в те страны, с которыми мы не имеем прямого воздушного сообщения.

Задержки рейсов стали серьезной проблемой в 2025 году...

Важный фактор нынешней ситуации — обеспечение безопасности полетов. Здесь особую роль играет взаимодействие туристических компаний с авиакомпаниями и аэропортами. Всё чаще приходится решать вопросы прав авиапассажиров, особенно в период участившихся ограничений на воздушные перевозки.

За девять месяцев этого года количество закрытий неба над аэропортами превысило 500 раз. Реалии нашей геополитической ситуации говорят о том, что авиакомпании несут немалые дополнительные затраты и туркомпании выполняют обязательства перед туристами, при этом несут существенные расходы.

Поэтому Российский союз туриндустрии выступает за расширение мер поддержки туроператоров, которые вынуждены нести расходы из-за ограничений внутренних и внешних перелетов, вызванных вопросами безопасности. Своевременной и эффективной мерой было бы снижение отчислений в фонды персональной ответственности туроператоров с 1% до 0,5%.

Сложно прогнозировать в такой ситуации, но все-таки: какие тренды на рынке будут преобладать?

Если говорить о нехватке лайнеров, следующий год еще будет не столь проблемным, однако в 2027 году сокращение парка самолетов может привести к дефициту провозных емкостей и предложений авиакомпаний.

Самым успешным вариантом стало бы сохранение результатов объема перевозок российских авиакомпаний на уровне 2025 года. Напомню, лучшим периодом для отрасли был 2019 год, когда российские авиакомпании перевезли 128 млн человек.

Если говорить о росте цен на перевозки, он прогнозируется в рамках инфляции, за исключением пиковых периодов спроса. Обеспокоенность вызывает снижение роста внутренних перевозок на фоне повышения цен на авиабилеты из-за инфляции и увеличения эксплуатационных расходов авиакомпаний.

Будем надеяться, что каботажные перевозки и «мокрый» лизинг появятся у российских компаний не только с iFly. Это также помогло бы решить многие проблемы. **ТЕ**

2,2%

настолько снизился объем российского рынка авиаперевозок в 2025 году. Всего на внутренних и международных рейсах перевезено 73 млн пассажиров.

800

 самолетов

находится сейчас в распоряжении российских авиаперевозчиков. По прогнозам, каждый год количество бортов будет сокращаться на 50–100.

ОБЪЁМ РЫНКА АВИАПЕРЕВОЗОК РОССИЙСКИХ АВИАКОМПАНИЙ*



* — по международным и внутренним направлениям



Саудовская Аравия: земля, где нас ждут

Полностью открывает двери одно из самых модных туристических направлений последних сезонов — Саудовская Аравия. Теперь туда можно летать прямыми рейсами! В детали нас посвящает Генеральный директор туроператора «АРТ-ТУР» **Дмитрий АРУТЮНОВ**. Его компания начала возить российских туристов на Ближний Восток 33 года назад.

В феврале 2020 года, прямо перед началом пандемии, наша компания организовала первый в истории рекламный тур для туристических агентов в Саудовскую Аравию. Это было знаковое событие, ведь страна только-только начала выдавать туристические визы. До этого она была закрыта для туризма, принимая лишь паломников, направляющихся в Мекку и Медину, и деловых путешественников. По сути, Саудовская Аравия стала одной из последних стран в мире, открывшихся для туристов.

Перед тем рекламным туром нам сообщили, что женщинам уже не обязательно покрывать голову. Однако на всякий случай мы купили в Дубае абаи — традиционные женские накидки, красивые и лёгкие. Но оказалось, что они не нужны: по улицам уже ходили блондинки с непокрытыми головами, и всё было спокойно. Наши девушки, правда, так полюбили абаи за удобство, что продолжали их носить. Я даже специально просил их снимать накидки для фото, чтобы показать миру, что в Саудовской Аравии можно одеваться демократично.

Нашим партнёром по туру были отели Marriott в Эр-Рияде и Джедде — одни из лучших в стране. К сожалению, из-за начавшейся пандемии нам пришлось экстренно покинуть страну за день до окончания тура, так как аэропорты начали закрываться. Но даже тогда можно было понять: Саудовская Аравия — это будущее туризма. Сейчас, в 2025 году, она стремительно возвращается в туристический оборот, и я расскажу, почему это направление стоит изучать и предлагать клиентам.

ПРЯМЫЕ РЕЙСЫ И ДОСТУПНОСТЬ

С августа 2025 года между Москвой и Эр-Риядом начались прямые регулярные рейсы авиакомпании Flynas. Я бы назвал её «лоу-лакшери»: современные самолёты, комфортные салоны, наличие бизнес-класса. С октября

к ней присоединится национальный перевозчик Saudia, что сделает поездки ещё удобнее. Прямое авиасообщение — это настоящий прорыв, ведь раньше туристы летали с пересадками через Дубай или Катар. Flydubai, кстати, тоже летает в Саудовскую Аравию, включая древний второй центр набатеев (после Петры) — Аль-Улу, что удобно для комбинированных маршрутов.

Прямые рейсы всё же упрощают логистику и делают Саудовскую Аравию доступнее. Это особенно важно для россиян, ведь в России проживает 20–25 миллионов мусульман, для которых паломническое посещение Мекки и Медины, хадж — религиозная обязанность. Мы, как туроператоры, предлагаем также программу «Умра Плюс» (в отличие от хаджа, умра может совершаться в любое время года): туристы отдыхают, купаются в Красном море, изучают страну и заезжают на день-два в святыне места. В мусульманских регионах России — Татарстане, на Северном Кавказе — вопросы о Саудовской Аравии задаёт чуть ли не каждый второй клиент. С появлением прямых рейсов спрос только растёт. Клиенты сами находят нас, потому что хотят поехать, но не знают, как организовать такую поездку.

ГРАНДИОЗНЫЕ ТУРИСТИЧЕСКИЕ ПРОЕКТЫ

За последние пять-шесть лет в 36-миллионной Саудовской Аравии произошла колоссальная модернизация. Страна динамично проходит путь от строгих традиций к открытости миру. Это делает её уникальным направлением для путешественников, которые ищут что-то новое.

Саудовская Аравия активно развивает туризм, и один из главных акцентов — побережье Красного моря, которое в полтора раза больше египетского. Уже открыты первые курорты с отелями мирового уровня, такими как Ritz-Carlton, St. Regis и Six Senses. Например, отель Shebara, известный

своими футуристическими виллами в форме космических капсул, выглядит как инопланетный корабль, стоящий прямо в воде. В ближайший год планируется открыть ещё около двадцати отелей, а к концу 2026 года заработает мегапроект Неом — курортный кластер с богатейшей инфраструктурой.

Впервые в Саудовской Аравии появились совместные пляжи для мужчин и женщин, что делает отдых комфортным для иностранцев. Пока алкоголь в стране запрещён, но можно вспомнить, как в Египте, когда открывался Шарм-эль-Шейх, сначала тоже действовали строгие правила. Со временем, когда власти поняли, что ничего страшного не происходит, алкоголь разрешили. Думаю, в Саудовской Аравии произойдёт то же самое, особенно с приходом к власти прогрессивного кронпринца Мохаммеда бин Салмана, который уже сейчас двигает страну к превращению в «новый Дубай». Он, кстати, был в Москве на открытии чемпионата мира по футболу в 2018 году, когда Россия победила Саудовскую Аравию со счётом 5:0.

ИСТОРИЧЕСКОЕ И ПРИРОДНОЕ НАСЛЕДИЕ

Саудовская Аравия — огромная страна, в двадцать пять раз больше ОАЭ, и в ней есть что посмотреть. Например, Аль-Ула — крупный центр набатейской цивилизации на территории современного Саудовского Королевства, тесно связанный с Петрой, столицей набатейцев. Среди пустынных песков стоят высеченные в скалах храмы, которые поражают воображение. Саудовцы не остановились на этом: построили современный концертный зал, облицованный зеркальными пластинами. Каждую зиму там проходит фестиваль «Зима на Танторе», где выступают мировые звёзды, такие как Хосе Каррерас, Андреа Бочелли и Лайонел Ричи. Ценители оперы со всего мира приезжают сюда, чтобы насладиться музыкой посреди аравийской пустыни на фоне ультрасовременных декораций. Вокруг Аль-Улы есть эко-отели, предлагающие прогулки на верблюдах, гонки на джипах и другие пустынные развлечения.

Близ столицы — Эр-Рияда, в которой проживает до восьми миллионов человек, находится древний город Дирия, основанный в 1446 году нашей эры. В его старых зданиях расположены музеи, которые позволяют исследовать образы

ART TOUR

Leading Russian Tour Operator since 1992

 **(495) 980-21-21**

www.arttour.ru

Суцевский вал 49, оф. 715



прошлого. Дирия пользуется статусом объекта исторического и культурного наследия Саудовской Аравии, а район Ат-Турайф внесен в список наследия ЮНЕСКО в 2010 году.

В ста километрах от Эр-Рияда находится Edge of the World — каньон, напоминающий американский Гранд-Каньон, с уникальными скальными формациями. Это место невероятно фотогенично и производит футуристическое впечатление.

Джедда, старинный порт на Красном море, очаровывает деревянными балкончиками и атмосферой города торговцев и моряков. Как дайвмастер, могу также сказать, что дайвинг в Саудовской Аравии интереснее, чем в Египте. Кораллы и морская фауна лучше сохранены, потому что дайверов здесь пока мало.

ЛОГИСТИКА И КОМБИНИРОВАННЫЕ МАРШРУТЫ

Организовать тур в Саудовскую Аравию самостоятельно сложно — логистика перелётов и переездов требует профессиональных знаний. Мы помогаем составить маршруты, избегая подводных камней. Популярны кольцевые маршруты: Эр-Рияд, Аль-Ула, Красное море, с возвращением через Дубай. Рекомендовал бы поездку на 10–14 дней: по две ночи в Эр-Рияде, Джедде и Аль-Уле и минимум четыре — на Красном море. Кстати, в Саудовской Аравии



общаться легко: молодые саудиты и экспаты (15–20% населения) свободно говорят по-английски.

Ещё одна возможность — стоповеры. Flynas и Saudia предлагают остановки в Саудовской Аравии по пути на Мальдивы, в Азию или другие регионы. Это может быть бесплатно или по льготной цене, особенно для бизнес-класса. Туристы могут провести в Саудовской Аравии день-два, познакомиться со страной и убедиться, что она безопасна и интересна. Такой подход уже сработал с Эмиратами: многие, останавливаясь на пару дней, потом возвращались для полноценного отдыха.

Саудовская Аравия отлично комбинируется с ОАЭ. Например, можно прилететь в Дубай, отдохнуть, затем отправиться в Аль-Улу с flydubai, посетить курорты Красного моря и вернуться через Дубай. Некоторые туристы устраивают в Дубае «алкогольный рехаб» после недели воздержания в Саудовской Аравии. Авиасообщение между странами Персидского залива развито, билеты недорогие, а перевозчики качественные.

РЕКЛАМНАЯ ПОДДЕРЖКА И ПЕРСПЕКТИВЫ

Саудовская Аравия активно продвигает туризм в России под слоганом «Земля, где вас ждут». Считаю этот слоган очень броским и удачным. Саудовцы верят в российский рынок и выделяют большие бюджеты на продвижение. Русских в Саудовской Аравии ждут, и отношение к ним очень позитивное.

«АРТ-ТУР» уже активно продаёт туры в Саудовскую Аравию, создавая индивидуальные программы. Для тех, кто интересуется исламской темой, добавляем Мекку и Медину, для любителей моря — больше времени на Красном море. Наша компания проводит тренинги и воркшопы в формате Art-Voyage по российским городам, где рассказываем



в том числе и о Саудовской Аравии. Мы также награждаем агентов за лучшие продажи: например, один из партнёров получил перелёт бизнес-классом и неделю в лучших отелях. Наши агенты зарабатывают баллы в программе «Золотая лихорадка», которые можно обменять на путешествия, включая Саудовскую Аравию, а лучшие по итогам года отправляются в премиальный бесплатный тур, по окончании которого получают настоящие золотые слитки.

За 33 года в «АРТ-ТУРЕ» Эмираты из экзотики прямо на глазах стали массовым направлением с двумя миллионами российских туристов в год. Саудовская Аравия идёт тем же путём, но с большим размахом и бюджетом. Это не просто Дубай 2.0, а будущий лидер туризма на Ближнем Востоке. Сейчас самое время для турагентов изучить страну, чтобы уже в ближайшем будущем именно к вам, как специалистам, стекались туристы, которые, уверен, полюбят эту интересную страну. **ТВ**



Стартовали регулярные рейсы Эр-Рияд — Москва

Выполняют их национальный авиаперевозчик Саудовской Аравии Saudia и лоукостер Flynas. Эксперты считают, что наличие прямого сообщения позволит заметно увеличить взаимный турпоток.

По российской статистике, в 2024 году Россию посетили 52,4 тыс. туристов из Саудовской Аравии, это более чем в пять раз превышает уровень предыдущего года. Тенденция сохранилась и в 2025 году. За первые шесть месяцев в РФ приехали более 9,9 тыс. граждан Саудовской Аравии, что на 50% больше, чем за аналогичный период 2024 года.

Помимо Saudia, начавшей полеты в октябре, с августа 2025 года прямые рейсы из Эр-Рияда стала выполнять

бюджетная саудовская авиакомпания Flynas. Ожидается, что с конца декабря она будет летать еще и из Джидды.

В 2026 году откроются новые регулярные рейсы из Саудовской Аравии в Сочи, Санкт-Петербург, Махачкалу. В целом, по прогнозам, ежегодный прирост турпотока из королевства в Россию сохранится на уровне 25–30%.

Быстро растет и российский турпоток в Саудовскую Аравию, хотя его пока нельзя назвать массовым. В 2024 году

в страну поехали не только паломники, но и обычные туристы, в том числе с детьми. У некоторых туроператоров объем продаж на направлении вырос вдвое. Туроператоры уверены, что новые рейсы Saudia будут популярны у россиян. Тем более что национальный перевозчик предоставляет бесплатную транзитную визу, которая позволяет остановиться в этой стране на 96 часов, что даёт возможность туристам потом лететь дальше, например, в страны Юго-Восточной Азии. **ТВ**

В Таиланд — из 21 города России

Чартеры на Пхукет и в Паттайю заявлены из крупных российских городов

После «взрывного» роста объемов авиаперевозки в Таиланд в прошлом году (география вылетов была увеличена до 22 городов) сейчас полетная программа чуть скромнее.

В этом году туроператорские рейсы в Таиланд полетят из 21 города. Не будет полетов из Томска и Читы, но появятся из Сургута.

Всего в Таиланд зимой будут летать четыре авиакомпании: AZUR air, Red Wings, «Икар» и Nordwind.

Грузить их будут пять крупнейших туроператоров Anex (AZUR air, Red Wings), Fun&Sun (AZUR air, Red Wings), «Интурист» (AZUR air, Red Wings), Pegas Touristik («Икар», Nordwind) и Coral Travel («Икар», Nordwind).

В AZUR air отмечают, что в пиковые периоды зимнего расписания авиакомпания будет выполнять в Таиланд до 40 рейсов в неделю. «Икар» и Nordwind — суммарно около 80 рейсов в месяц.



С Red Wings на Шри-Ланку

Авиакомпания предложит рейсы из семи городов

В зимнем сезоне 2025/2026 на Шри-Ланку полетят чартеры Red Wings из Москвы, Казани, Самары, Екатеринбург, Уфы, Тюмени и Новосибирска. Блоки мест на этих рейсах взяли три ведущих туроператора: Anex, Fun&Sun и «Интурист».

Возможно, к этой тройке присоединится еще и Coral Travel, который также заинтересован в блочной программе на ланкийское побережье.

Полетная программа туроператоров на Шри-Ланку в южный аэропорт острова — Маттала (ближайший курорт — Хамбантота) стартовала с конца октября.

Из Москвы вылеты будут два раза в неделю, из регионов — один раз в 10–11 дней. Red Wings будет летать на южное ланкийское побережье на больших самолетах — Boeing 777-200 (около 400 пассажиров).

Полетная программа из регионов (везде частота 1 раз в 10/11 дней) выглядит так:

- из Казани вылеты с 1 ноября по 9 мая 2026 г.,
- из Екатеринбурга — с 4 ноября по 19 мая 2026 г.,
- из Самары — с 28 октября по 16 мая 2026 г.,
- из Уфы — с 3 ноября по 19 марта 2026 г.,
- из Новосибирска — с 6 ноября по 12 марта 2026 г.,
- из Тюмени — с 10 ноября по 16 марта 2026 г.

Добраться до Шри-Ланки этой зимой можно и на регулярных рейсах из Москвы.



Pegas Touristik везет на Ольгин

Полеты Nord Wind из Москвы на кубинский курорт стартовали 30 октября. Рейсы выполняются с частотой два раза в месяц

Курорт Ольгин, расположенный в восточной части острова, привлекателен не только пляжным отдыхом, но и музеями, гастрономией.

Отмечая важность расширения авиаперевозки на остров Свободы, советник по туризму посольства Кубы в РФ Кристина Леон Изнага отмечает, что последний раз рейсы на Ольгин выполнялись в допандемийном 2019 году.

«Переговоры с российскими авиакомпаниями продолжаются. Их основной целью является увеличение количества авиарейсов, расширение географии пунктов прибытия на Кубу. Все это будет способствовать росту турпотока из России».

В настоящее время Россия входит в тройку стран-лидеров по числу туристов, посещающих остров Свободы.

Использованы материалы: АТОР, «Интерфакс», РСТ, «Известия»





Законы: отрасль вновь ждут перемены

Вице-президент РСТ, генеральный директор юридического агентства «Персона Грата» и автор ТГ-канала «Юридические новости — Туризм» **Георгий МОХОВ** по традиции рассказывает о предстоящих изменениях в законодательстве.

Осенняя сессия в Госдуме во многом посвящена вопросам, связанным с туризмом: внесены и рассматриваются взаимосвязанные законопроекты, определяющие важные для отрасли дефиниции, изменяется понятие туристского продукта, уточняется распределение ответственности между субъектами турдеятельности, предпринята попытка регулирования деятельности онлайн-агрегаторов.

АГРЕГАТОРАМ ПРИДЕТСЯ ОПРЕДЕЛИТЬСЯ

Внесенный в Госдуму законопроект, призванный урегулировать деятельность туристских агрегаторов, обсуждался давно. Законопроект предусматривает изменения в федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и главное здесь — введение самого понятия онлайн-агрегатора в сфере туруслуг, что позволит выделить его в ряду других участников туристической цепочки.

По различным данным, доля туруслуг, совершаемых с помощью цифровых платформ, колеблется от 65% до 95% от всего объема. При этом правовой статус агрегаторов до сих пор остается неурегулированным. Отсутствие четкого регулирования приводит к путанице сфер ответственности участников рынка, уменьшает защиту прав туристов. Необходимо определить правовой статус онлайн-агрегаторов, признаки деятельности и ответственность. В других сферах экономической деятельности такие законы уже есть, в туризме он также должен быть. Агрегатор дает возможность заказчикам заключить с туроператором и турагентом договор о реализации турпродукта или договор возмездного оказания услуг с субъектом туриндустрии (исполнителем услуг), а также возможность осуществить оплату по таким договорам. Но при этом в договорные отноше-

ния в части оказания туруслуг он не вступает. На практике сейчас некоторые агрегаторы заключают договоры с туристами напрямую и, имея технические возможности, принимают все необходимые платежи, то есть фактически продают продукт или услуги. Согласно новому закону, такая деятельность не будет допускаться без вхождения агрегаторов в реестры туроператоров или турагентов. Многие игроки, особенно небольшие, которые не определились, кто они — агрегаторы или туроператоры, продающие услуги и продукты, будут вынуждены изменять договорную и финансовую схему деятельности. Закон вынудит их определиться, но при этом вполне возможно, что различные виды деятельности начнут смешиваться и интегрироваться.

Законопроект встретил неоднозначную реакцию со стороны профессионального сообщества и по итогам проведенных консультаций будет дорабатываться.



ТУРИСТСКИЙ ПРОДУКТ: КОРРЕКТИРОВКА ПОНЯТИЯ

Еще один законопроект, рассмотренный и принятый Государственной Думой в первом чтении осенью, предусматривает изменение понятия «туристский продукт». Так, проектом закона № 918087-8 предлагается разделить понятия туристского продукта для выездного туризма и внутреннего/въездного туризма. По мнению разработчиков, принятие инициативы позволит повысить безопасность туристов и выведет бизнес из серой зоны. В новой редакции туристский продукт — это комплекс туристских услуг, предоставляемых за общую цену (независимо от набора услуг, включаемых в эту цену), формируемый туроператором с учетом особенностей, установленных настоящим Федеральным законом. В закон вносится и новая статья «Особенности формирования туристского продукта», которая



гласит, что при формировании туроператором туристского продукта в сфере выездного туризма в комплекс услуг, входящих в такой туристский продукт, включаются услуги по перевозке из России в страну (место) временного пребывания и услуги по размещению в стране (месте) временного пребывания.

При формировании туроператором туристского продукта в сфере въездного туризма и внутреннего туризма в комплекс услуг включаются услуги по размещению на территории РФ, а также не менее одной дополнительной услуги из указанных в законе. К таким услугам может относиться перевозка любым видом транспорта, трансфер, экскурсионное обслуживание, услуги гида-переводчика или инструктора-проводника, а также прочие услуги, входящие в договор.

Такой законопроект особенно актуален на фоне роста спроса к путешествиям по стране, когда стремительными темпами растет количество «серых» игроков, не считающих нужным регистрировать себя в качестве туроператорской компании и страховать свою ответственность перед туристами. Это создает риски безопасности и обмана туристов.

Кроме того, расширение понятия турпродукта на внутреннем рынке позволит большему числу туроператоров применять освобождение от НДС, что особенно актуально в связи с понижением порога предельного дохода упрощенной системы налогообложения без НДС с 60 млн рублей до 10 млн рублей.

РАЗГРАНИЧЕНИЕ ПОЛНОМОЧИЙ

Доработан и получил положительное заключение законопроект о разграничении ответственности туроператоров, турагентов и третьих лиц.

Планируется, что закон вступит в силу с 1 сентября 2026 года. Согласно его положениям, туроператор несет ответственность по договору о реализации туристского продукта, заключенному в том числе турагентом: за непредоставление турагенту, туристу или иному заказчику необходимой и достоверной информации о туристском продукте или условиях путешествия; за несоответствие услуг, входящих в туристский продукт, согласованным условиям путешествия; за нарушение запрета на включение в туристский продукт в сфере внутреннего туризма или въездного туризма услуг средств размещения, сведения о которых отсутствуют в реестре классифицированных средств размещения, а также услуг экскурсоводов, гидов-переводчиков и инструкторов-проводников, сведения о которых не содержит соответствующий реестр. Кроме того, установлено, что ответственность за причинение вреда жизни, здоровью и имуществу туриста вследствие недостатка услуги, входящей в туристский продукт, несет лицо, непосредственно оказавшее такую услугу и ставшее причинителем вреда.



Законом вводится понятие онлайн-агрегатор в сфере туруслуг. Это позволит выделить его в ряду других участников туристической цепочки. Будет определен правовой статус онлайн-агрегаторов, признаки деятельности и ответственность.



Законом изменяется понятие «туристский продукт». Проектом закона предлагается разделить понятия туристского продукта для выездного туризма и внутреннего/въездного туризма. Что позволит повысить безопасность туристов и выведет бизнес из серой зоны.



С 1 сентября 2026 года законом будет разграничена ответственность туроператоров, турагентов и третьих лиц. Туроператор несет ответственность по широкому кругу позиций по договору о реализации турпродукта, заключенному в том числе турагентом. В свою очередь, турагент несет самостоятельную ответственность в случае неисполнения ряда своих обязательств.

В свою очередь, турагент несет самостоятельную ответственность в случае неисполнения следующих обязательств: по перечислению денежных средств, полученных от туриста и (или) иного заказчика, на расчетный счет туроператора, по согласованию с туроператором условий путешествия на основании запроса туриста и (или) иного заказчика, адресованного турагенту; по уведомлению туроператора о заключении договора о реализации туристского продукта. Турагент также несет ответственность за непредоставление необходимой и достоверной информации об условиях путешествия и туристском продукте.

При этом турагент не отвечает за убытки и причиненный туристу или иному заказчику вред, которые возникли вследствие непредоставления туроператором турагенту полной и достоверной информации, предназначенной для туриста или иного заказчика турпродукта.

Минэкономразвития должно разработать и утвердить типовую форму договора с учетом новых требований в течение шести месяцев с момента принятия норматива.

Проект о разграничении ответственности готовится к внесению в Государственную Думу в установленном порядке, его рассмотрение ожидается в осеннюю сессию. **15**



Куба на берегах Невы

Стало традицией проводить осенние кубинские роуд-шоу в российских городах

Санкт-Петербург принял в сентябре 12-е по счёту роуд-шоу Cuba Unica. Мероприятие прошло с большим успехом — его посетило более 140 профессионалов турбизнеса города на Неве.

В этом году кубинская делегация объединила 13 компаний — ведущих туроператоров и гостиничные сети. В нее вошли Министерство туризма Кубы, Pegas Touristik, Anex, Cubatur, Blue Diamond Hotels & Resorts, ROC Hotels Cuba, Melia Hotels International Cuba, NINFA TOURS GROUP, Barcelo Hotels, Enjoy Travel Group, VILA GALÉ HOTELS, Гаванатур, Muthu Hotels MGM и Квинта Тур.

Возглавила делегацию советник по туризму посольства Кубы в России Кристина Леон Изнага.

Программа Cuba Unica, проходившая в петербургском отеле Emerald, включала более десятка интересных презентаций и воркшоп.

И завершилась лотереей, где разыгрывались по-настоящему ценные призы — проживание в пятизвездных отелях на Кубе, экскурсии, трансферы из аэропорта на ретро-автомобиле и полезные в дороге вещи вроде зонтиков.

Некоторые из кубинских участников приехали в Санкт-Петербург впервые. Поэтому деловой части роуд-шоу пред-

шествовала вечерняя прогулка на теплоходе по рекам и каналам Северной столицы.

В ходе делового общения турагенты особенно интересовались программой авиаперевозки на Кубу, увеличением географии авиарейсов, новыми предложениями операторов и отельеров, экскурсионными программами по городам и объектам ЮНЕСКО.

Кристина Леон Изнага отметила: «Мы с каждым годом видим растущий интерес к Кубе со стороны местного турбизнеса. Полный зал сегодня и ажиотаж во время воркшопа — тому подтверждение!

Очень надеемся, что в следующем году на Кубу вновь полетят самолеты из Петербурга, как это было раньше».

Прошедшее роуд-шоу Кубы — двенадцатое по счёту за последние пятнадцать лет, организованное давним партнером Министерства туризма Кубы — медиахолдингом «Турбизнес».

Очередное роуд-шоу Cuba Unica состоялось в конце октября в четырех городах Юга России — в Волгограде, Ростове-на-Дону, Краснодаре и Ставрополе.

Новость и фоторепортаж по итогам смотрите на портале www.tourbus.ru. **ТЕ**



Федор Конюхов: «Хочется посмотреть на мир глазами исследователя»

В московской галерее «На Чистых прудах» прошла выставка картин легендарного путешественника Федора Конюхова. Шесть раз он попадал в Книгу рекордов Гиннесса, 17 раз пересекал Атлантический океан и первым в мире достиг пяти полюсов: Северного географического, Южного географического, Полюса относительной недоступности в Северном Ледовитом океане, Эвереста (полюса высоты) и Мыса Горн (полюса яхтсменов). Сегодня 74-летний Федор Филиппович полон сил и энергии и строит планы экспедиций до 2032 года.

На открытии своей персональной выставки он признался: «Если бы у меня было три жизни, то одну я посвятил бы семье, вторую — путешествиям, а третью — искусству». Своим личным примером Конюхов хочет показать современным путешественникам: это только кажется, что отважные мореплаватели и первооткрыватели остались в прошлом. Новые поколения тоже ждут открытия и новые миры. Надо только в это поверить и добиваться своей цели, не останавливаясь.

Федор Филиппович, скажите, а откуда вообще у вас такая жажда странствий?

Так случилось, что отсчет моим путешествиям начался с 15 лет, когда я самостоятельно пересек Азовское море на вёсельной лодке. С детства я мечтал познать этот мир, увидеть и почувствовать всю Землю, хотел попробовать всё. Поднимался на вершины гор, пересекал моря и океаны, ходил в экспедиции на верблюдах и собачьих упряжках, на парусных и вёсельных лодках, катамаранах и лыжах, управлял аэростатами и воздушными шарами, совершал вело- и автопробеги...

Земля наша не такой уж и большой оказалась, и мне хотелось побывать на ее крайних точках, пройти всю вдоль и поперек. Как я могу не быть путешественником? У меня дедушка знал великого полярного исследователя Георгия Яковлевича Седова, ходил с ним в экспедиции, а навыки хождения по морю я получил от отца, потомка рыбаков-поморов из Архангельской губернии... А еще любил читать и запоем проглатывал книжки Жюль Верна, Станюковича, Гонча-

рова и других писателей-маринистов и путешественников. Уже в выпускных классах я понял, что море — мое призвание, и по окончании школы поступил в Одесское мореходное училище по специальности судовой механик.

Скажите, а какое из ваших путешествий вы бы назвали самым сложным, самым рискованным?

Если я скажу, что на Эверест было подниматься сложнее, чем идти к Южному полюсу, то обижу Южный полюс. Для меня все мои экспедиции на одном уровне. А риск? Где его больше: когда пересекаешь пустыню в 60 градусов жары, или облетаешь на воздушном шаре вокруг света на высоте 11 тысяч? Есть ли риск на вершине Эвереста? Но я иду в экспедицию не за тем, что это тяжело или опасно. Путешествие ради одного спортивного рекорда тоже, на мой взгляд, неполноценно. Одиночные путешествия опасны и коварны вдвойне. В них приходится рассчитывать только на себя, на свои навыки, опыт, знания, выдержку и веру. Например, в иных местах мирового океана есть так называемые «мертвые зоны», природные акустические провалы, в которых нет вообще никакой связи с внешним миром, зашел и потерялся... Французы постоянно говорят, что самое сложное — это пересечь мыс Горн. Я его семь раз проходил... Многие не верят, что за одну человеческую жизнь можно столько успеть. Но я есть, и пока я бегую. И не намерен останавливаться.

Вы тут сказали, что у вас легкая жизнь...

Что моя биография очень легкая. Дело в том, что я всегда знал, чем хочу и буду заниматься. Шел к цели и добивался.



ФОТО: АРСЕНИЙ ТИМОШЕНКО



ФОТО: АРСЕНИЙ ТИМОШЕНКО

У меня сейчас все по расписанию, четко расписано, когда какие экспедиции. Так что порой смотрю по сторонам, на людей, которые мечутся, переживают — и думаю, как же им жить тяжело. Не знают, что завтра будет. А я точно знаю — мне в Антарктиду! Я очень счастлив — дожил до правнука. Его назвали Федор, в честь меня и Федора Ушакова. По христианской вере, если ты дожил до правнука или правнучки, Господь Бог все грехи списывает...

Вы, честно говоря, на свои годы совсем не выглядите. Как поддерживаете форму? Диеты, специальное питание?

Да я просто не успеваю поправляться: держу вес стабильным в 72–78 кг и ем всё, что Бог пошлет. А когда домой приезжаю, то жена моя, Ирочка, точно знает, как меня порадовать: картошечка отварная, селедочка с маслом, лимончиком, лучком — самая моя любимая еда. Мне вообще легко форму поддерживать, я же всю жизнь занимаюсь спортом, заслуженный мастер спорта СССР, постоянно в состоянии активности. Интенсивно надо жить и всё.

И завтра в новый полет!

Да, утром проснусь и на самолет, в Дубай. Там строится катармаран, на котором поплыву к так называемому «мусорному континенту». Слышали про такой? Это самая большая стихийная свалка на Земле, состоящая в основном из пластика. По некоторым оценкам, пятно занимает площадь около 1,5 млн кв. км. Я еще много лет назад подходил к этому мусорному пятну, и тогда это был остров, а сейчас это уже

настоящий мусорный континент в Тихом океане. Он находится в нейтральных водах, и поэтому ни одно государство не берет на себя ответственность за его ликвидацию. В рамках экологической экспедиции я пройду через Тихий, Индийский и Атлантический океаны, три месяца буду его исследовать, а потом месяц плыть до Австралии. Затем в Антарктиду. Вообще я с 2005 активно занимаюсь проблемами микропластика в океанах, с 2022 — изучаю эту проблему в Антарктиде.

На карте мира остались для вас еще «белые места», где вы еще не побывали?

Вы не думайте, что у меня все экспедиции удачные. Мы сейчас здесь сидим с вами, а моя лодка «АКРОС» дрейфует где-то в Индийском океане у берегов Австралии... Последняя экспедиция оказалась непростой. Из неосуществленных планов — экспедиция с Артуром Чилингаровым. Мы планировали совершить погружение в Марианскую впадину в Тихом океане. Проект реализовывался под эгидой Русского географического общества. Мы готовили это погружение более 17 лет, и экспедиция зависела от сроков строительства глубоководного батискафа. Но не случилось. Я уверен, что путешествия как вид деятельности никогда не умрут. Сейчас мир уже другой, на смену приходят новые, совсем другие путешественники, с другими целями и задачами. Но я рад, что в нашей жизни не переводятся люди, мечтающие «обладать» миром и дышать воздухом свободы.

Нельзя удержаться и не спросить вас про фильм «Повелитель ветра», снятый о вас.

Я, как художник, понимаю, что ты можешь рисовать волны, как Айвазовский, но они от этого мокрыми, как в жизни, не станут. Безусловно, всё было намного сложнее и жестче. Кино — это искусство, фантазия. Понятно, что за полтора часа, сколько длится фильм, нельзя достоверно передать перипетии кругосветного полета, который длился 11 дней 4 часа 20 минут. На воздушном шаре я летел через Австралию, Тасманово море, Новую Зеландию, Тихий океан, Южную Америку, Фолклендские острова, Атлантический океан, Африку и Индийский океан. То, что мне приходилось делать часами, днями, Федор в кадре проделывал за минуты. Я потом Федору Бондарчуку говорил: какой я там, в твоём исполнении, ловкий и сильный! Всё сложнее, конечно, было...

А вам никогда не приходилось просто туристом, по системе, например, all inclusive куда-нибудь съездить?

Ну, во-первых, на такое просто времени нет. А во-вторых, мне будет скучно, конечно. Думаю, что я бы там сидел и ворчал потихонечку. Я привык так: звонить, например, жене и сообщать: из-за северо-западных ветров задерживаюсь на три месяца. И мне в ответ: ну раз северо-западные ветра дуют... Что делать? Надо ждать. Хочется смотреть на земной шар не глазами праздного туриста, а исследователя, человека Божьего, познающего мир изнутри. **ТЕ**

**XVI ВСЕРОССИЙСКАЯ ПРЕМИЯ
ЛИДЕРЫ ДЕЛОВОГО ТУРИЗМА И ИНДУСТРИИ ВСТРЕЧ**



**RUSSIAN
BUSINESS TRAVEL &
MICE
AWARD**

16 номинаций

Все участники рынка
делового туризма и MICE

**10 декабря 2025
Москва**

**16 ЛЕТ
СОЗДАЕМ
ТЕРРИТОРИЮ
MICE!**

Всероссийский
ДЕНЬ MICE MICE КАРТА
РОССИИ

- miceday.ru • @miceday2025
- mice-award.ru • @miceaward
- @miceacademy



mice-award.ru



miceday.ru



micemap.ru

Дополнительная информация: Лариса Тарасюк • L.tarasyuk@tourbus.ru • +7 (495) 723-72-72

ОРГАНИЗАТОРЫ



Турбизнес



РОССИЙСКИЙ СОЮЗ
ВЫСТАВОК И ВСТРЕЧ

ПАРТНЕР В РЕСПУБЛИКЕ



ПАРТНЕР В СТРАНАХ ЕАЭС



МЕДИА ПАРТНЕР



ПАРТНЕРЫ



МойАгент

Создавать и доставлять инновации
для индустрии путешествий

Myagent.online



авиа | ж/д | отели | страхование