

Ж У Р Н А Л Д Л Я П Р О Ф Е С С И О Н А Л О В

№ 11 ноябрь 2011

Турбизнес

на северо-западе

www.tourbusspb.ru

*Есть только два способа прожить жизнь.
Первый – будто чудес не существует.
Второй – будто кругом одни чудеса.*

Альберт Эйнштейн



VIZAVI
VIZAVI TRAVEL spol s r.o.
Cestovní agentura - Travel Agency
www.vizavitavel.com

Верса
Туристическая фирма
www.versa-travel.spb.ru

VEDI
tour
GROUP
www.veditour.ru

Росс-Тур
www.ross-tur.ru



АДВАНТ
СТРАХОВАНИЕ
www.advant-insur.ru

Нева
ТУРФИРМА
www.nevatravel.ru

ПЕТРОТУР
ТУРОПЕРАТОР
www.petrotour.ru

PEGAS
TOURISTIK
www.pegas1.ru

Ascent Travel
Member of Hotelplan
www.ascent-travel.ru

УВАЖАЕМЫЕ РУКОВОДИТЕЛИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ!

Журнал «Турбизнес на Северо-Западе» – единственное в Петербурге печатное издание, более 11 лет работающее на профессиональном туристическом рынке, приглашает Вашу компанию к участию во 2-м выпуске каталога для туристического рынка B2B – «Турбизнес в Санкт-Петербурге». Второй номер каталога в обновленном и доработанном виде под названием «Турбизнес в Санкт-Петербурге и Северо-Западном регионе» выйдет из печати в начале 2012 г. и будет работать в течение года как справочное пособие, адресованное профессиональным участникам туристического рынка России. Его презентация состоится в Москве на выставках Intourmarket-2012 и MITT-2012, а затем на весенних воркшопах ТБ.



Первый каталог получил высокую оценку представителей туристического сообщества, начиная с выставки MITT-2011 в Москве, а затем на профессиональных мероприятиях в Петербурге, Калининграде и других регионах России, включая серию весенних воркшопов под эгидой журнала «Турбизнес» (Москва) в городах Урала, Поволжья и Юга России.

Каталог объединяет многочисленные сегменты туристического рынка:

- экскурсионные объекты
- консульства
- туристические компании
- информационно-туристские центры и зарубежные туристические офисы
- объекты размещения всех уровней сервиса
- конференц-объекты и объекты конгрессного туризма
- транспортные компании всех уровней сервиса
- объекты общественного питания
- страховые компании и банки
- вузы, специализирующиеся на туристском направлении
- объекты досуга и развлечений
- объекты релакса, велнеса и спорта
- медицинские объекты
- объекты туристического шоппинга

Справочная информация в каталоге размещается бесплатно (типовая анкета на сайте).

Варианты имиджевого участия:

- 1 полоса рекламы 210 x 295 мм = 30 000 руб.
- 1/2 полосы 190 x 135 мм = 16 000 руб.
- 1/4 полосы 93 x 135 мм = 8 000 руб.
- Выделение информации о компании в общем справочном разделе каталога (с более подробным перечислением услуг + логотип) = 2 500 руб.

НДС не облагается

Дополнительные бонусы:

- Размещение логотипа компании в «Содержании» (с указанием страницы рекламы) и на нашем сайте.
- По желанию: краткое слово от компании-рекламодателя (плюс фото выступающего) о самом каталоге.
- Размещение новостей от компании-рекламодателя в журнале «ТБ на СЗ» и на сайте www.tourbuspb.ru

Workshop «Турбизнес» с 1998 по 2011 г. – 190 деловых встреч в 34 городах России и СНГ!

КАТАЛОГ БУДЕТ ПРЕДСТАВЛЕН НА СЕРИИ ВЕСЕННИХ WORKSHOP 2012 г.:

- **26, 27, 28, 29, 30 марта:** Ставрополь – Краснодар – Ростов-на-Дону – Волгоград – Саратов
- **2, 3, 4, 5, 6 апреля:** Уфа – Самара – Казань – Киров – Н. Новгород
- **9, 10, 11, 12, 13 апреля:** Ижевск – Пермь – Екатеринбург – Тюмень – Омск
- **13 апреля:** Сургут
- **23 апреля:** Баку

БЛАГОДАРИМ КОМПАНИИ, УЧАСТВУЮЩИЕ В НАШЕМ ПРОЕКТЕ:



www.mouzenidis-travel.ru

www.openup.ru

www.vladsalat.ru

www.avanti-cta.ru

www.lenobl.ru

www.concordspb.ru

ПРИСОЕДИНЯЙТЕСЬ!



Чехия дарит, Чехия манит...

стр. 16–21



Летняя шахматная партия - чей ход оказался верным?

стр. 24–27



Проблемы безопасности решаем сообща

стр. 9–10

Журнал «Турбизнес на Северо-Западе»

Учредитель и издатель
 Главный редактор
 Заместитель главного редактора
 PR-связи
 Реклама
 Дизайн и верстка

ООО «Турбизнес на Северо-Западе»
 Ирина Смирнова
 Екатерина Губанова
 Елена Муковозова
 Наталья Волохович
 Белана Лайбинен

Адрес издателя и редакции: 191023 СПб, ул. Садовая, д. 28-30, корпус 1, офис 31Б,
 тел./факс: +7 (812) 335-0883, тел.: +7 (901) 310-4096, 310-3245,
 e-mail: tourbus@westcall.net, www.tourbuspb.ru

На обложке журнала использована работа Насти Румянцевой, 13 лет,
 преподаватель Гаврикова О. В., ДХШ им. М. К. Аникушина

Отпечатано в типографии «ПремимумПресс»: СПб, ул. Оптиков, 4.
 Тир. 3000 экз. Дата выхода 30.11.2011.
 Распространяется бесплатно среди предприятий туристической индустрии.

СОДЕРЖАНИЕ НОМЕРА

НОВОСТИ ТУРОТРАСЛИ

Закон о туризме – до весны без изменений.....	2
«Интурмаркет»: Счастлива страна, где счастливы старики и дети.....	2
Россия - в центре внимания WTM-2011.....	2
Туризм станет доступнее.....	4
Региональные турфирмы готовы учиться.....	4

ПРЕЗЕНТАЦИИ

Петербургцев на Кипре стало больше.....	5
В Петербурге заложили «ЭкспоФорум».....	5
СПбГУСЭ – кузница кадров для индустрии гостеприимства.....	5
В Петербурге прошел «Австрийский день».....	6
Тирольский вечер в Северной столице.....	6
Петербургцев приглашают в круиз.....	6

РЕГИОН

В Новгородской области приняли программу по развитию туризма.....	8
У Деда Мороза подрастает внучка-конкурентка.....	8
Выпускники школы сельского туризма получили сертификаты.....	8

БЕЗОПАСНОСТЬ В ТУРИЗМЕ

Дашь доктрину безопасности!.....	9
Любители шоппинга выбирают «Зеленую карту».....	10

КОМПАНИЯ

«Асент Трэвел»: 20 лет качества.....	11
--------------------------------------	----

КРУПНЫМ ПЛАНОМ

Нелля Ягудина: «Я по характеру – кубинка».....	12
--	----

АВИАОТРАСЛЬ

«Эмирейтс» встретили водной аркой.....	13
Линия пролетает.....	14
«Трансаэрро» покупает самолеты A-380.....	15

ТУРЫ

Зимние каникулы в Праге на пике спроса.....	16
За здоровьем – в Константиновы Лазни.....	21

ГОРНЫЕ ЛЫЖИ

Горы, которые мы выбираем.....	22
--------------------------------	----

РЫНКИ

Tallink «голосует» за свободу выбора.....	23
---	----

ИТОГИ ЛЕТНИХ ПРОГРАММ

Итоги лета: стабильности не будет.....	24
--	----

ОБРАЗОВАНИЕ

Лучший приз – стажировка.....	28
Туризм – территория молодежи.....	29
По карьерной лестнице туризма.....	29

ТУРОПЕРАТОРЫ

«Музенидис Трэвел» открывает новый остров.....	30
Interhome и TripAdvisor стали партнерами.....	30
«РосСтур»: новая модель бизнеса.....	30
«Пегас Туристик» внедряет новые технологии.....	30

МУЗЕИ

Цель одна. Подход разный.....	31
«Петергоф» стал музеем года.....	32
В Петербурге ищут новые достопримечательности.....	32

Журнал зарегистрирован Северо-Западным региональным управлением Госкомпечати РФ. Свидетельство о регистрации ПИИ № 2-6518. Редакция не несет ответственности за достоверность информации, содержащейся в рекламных объявлениях. Все рекламируемые товары и услуги имеют соответствующие лицензии и сертификаты.

Журнал «Турбизнес»
 Москва, Суворовская пл., д. 2, строение 3
 Тел./факс: (495) 723-72-72; tb@tourbus.ru
 Реклама: reclama@tourbus.ru, www.tourbus.ru
 Подписной индекс по каталогу «Почта России» 26098



Закон о туризме – до весны без изменений

Рассмотрение изменений в Закон о туризме, вызвавших столь жаростные споры в профессиональной среде, отложено на весеннюю сессию Госдумы, сообщил вице-президент АТОР Владимир Канторович.



Таким образом, рынок избежал вступления в силу требования для тур-агентств работать исключительно от имени и по поручению туроператоров, что, по мнению ассоциации, угрожало самому дальнейшему существованию туристической индустрии. Еще одна спорная поправка – введение обязательной электронной путевки. «Учитывая вопросы, связанные с реализацией этой поправки, ее принятие может привести туррынок в такой же ступор, в какой однажды уже был приведен рынок алкогольной продукции», – отметил Владимир Канторович.

Однако из-за подобного решения депутатов все остальные пункты законопроекта, направленные на усиление контроля над Единым федеральным реестром туроператоров, а также предусматривающие введение ограничений для недобросовестных компаний, также оказались перенесены на весну.

Среди мер, которые должны защитить туристов от недобросовестных операторов, по мнению АТОР, должны быть и увеличение полномочий Ростуризма в части контроля за туркомпаниями, а также создание в турбизнесе обязательного саморегулирования отрасли. Важен и вопрос контроля за страховыми компаниями. По словам Владимира Канторовича, сейчас его ассоциация совместно со Всероссийским союзом страховщиков разрабатывает механизм, который бы позволил, в случае банкротства одной страховой компании, обязать других страховщиков взять на себя обязанности по выплатам компенсаций.

ITOURBUS.RU

28 февраля 2012 г.

XVIII Деловая встреча «ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА И ТУРИЗМА»

Санкт-Петербург, гостиница «Октябрьская»

В программе:

- Workshop. Конференция «Государственное регулирование туристской отрасли»
- Конференция «Интернет: маркетинг и технологии»
- Круглые столы и панельные дискуссии
- Семинары туроператоров

Ближайшие семинары для руководителей турфирм:

09 декабря 2011 г. Семинар «Санитарные требования к организации работы турфирмы: требования к обеспечению защиты здоровья туристов и работников в офисе»

23 декабря 2011 г. Межрегиональный семинар «Договор о реализации туристского продукта от А до Я»

23 декабря 2011 г. Семинар «Трудовые отношения. Новое в законодательстве. Общие и особенные вопросы»

Подробная информация размещена на сайте

www.travelexpo.ru

Тел.: +7 (812) 612 1165

TravelExpo



Счастлива страна, где счастливы старики и дети

«ИНТУРМАРКЕТ-2012» продолжает обсуждение проблем, относящихся к организации туризма для людей с ограниченными физическими возможностями, а также социального туризма. Впервые обсуждение этой темы состоялось в рамках Международной конференции по доступному туризму на выставке «Интурмаркет-2011» и было инициировано Ассоциацией национальных туристических офисов в России (АНТОР).

В качестве спикеров в конференции приняли участие представители UNWTO, ENAT – Европейской ассоциации по доступному туризму, а также Венгрии, Испании, Каталонии, Польши, Литвы, Израиля, Франции. От России с докладами выступили представители Минспорттуризма РФ, Всероссийского общества инвалидов, а/к «Трансаэро», РЖД, страховых компаний и туроператоров, работающих в данном сегменте туризма. Участники рассказали о принципах поддержки и развития доступного туризма в зарубежных странах, поделились опытом создания инфраструктуры для людей с ограниченными физическими возможностями и особенностях формирования турпродукта.

В 2012 г. планируется открытый и компетентный разговор о том, что могут дать наука и образование делу становления доступного туризма в нашей стране на прочную основу. В частности, Уфимская государственная академия экономики и сервиса (единственный пока российский вуз – член ENAT) представит практические рекомендации, основанные на результатах своих почти 20-летних исследований по данному направлению.

Представители общественных организаций инвалидов в своих выступлениях конкретизируют требования, которые должны предъявляться к качеству услуг доступного туризма в современных условиях.

По действующей традиции в число обязательных участников конференции войдут международные эксперты ENAT, в презентациях которых будут освещены принципы поддержки доступного туризма в зарубежных странах.

Конференция будет проходить при поддержке Минспорттуризма РФ, Ростуризма, АТОР по инициативе организатора выставки «Интурмаркет-2012» – компании «Экспотур».

К участию в конференции приглашаются руководящие сотрудники министерств и ведомств, транспортных, туроператорских и страховых компаний.

Следите за нашими новостями на сайте www.itmexpo.ru!

Ждем Вас на выставке «ИНТУРМАРКЕТ-2012»!

Россия – в центре внимания WTM-2011

В ноябре в лондонском комплексе ExCel прошла одна из главных в мире туристических выставок – World Travel Market. Традиционно в ее работе принимают участие более 170 стран и свыше 6 тыс. экспонентов.

Как отметила на церемонии открытия WTM директор выставки Фиона Джеффри, в настоящее время турбизнес является третьей по значимости отраслью мировой экономики, генерирует 9,1 % всемирного ВВП и по-прежнему находится на подъеме – рост всемирных туристских прибытий по итогам года должен составить около 5 %.

На нынешней WTM одной из крупнейших стала объединенная экспозиция Москвы и России, организованная Московским выставочно-конгрессным агентством и Федеральным агентством по туризму РФ.

В общей сложности в выставке приняло участие рекордное число российских экспонентов – более 100. Из них – 15 туроператоров по въездному туризму, включая ведущих игроков: «Интурист», «Академсервис», KMP Group, «Тари Тур», «Верум Туризм», Московское городское бюро путешествий, «ВодоходЪ», свыше 40 гостиниц, несколько музеев.

Более активно, чем год назад, были представлены российские регионы – помимо солидной делегации из Петербурга это Татарстан,



Костромская, Ивановская, Волгоградская, Свердловская, Ростовская, Иркутская области, Краснодарский край, Алтай, Чукотка. Хотя количество участвующих в WTM регионов сократилось почти вдвое – так, на выставке не было популярных у зарубежных туристов Владимирской, Тверской, Ярославской, Псковской, Вологодской, Нижегородской областей, Камчатка и многих других регионов.

В первый день работы выставки с аншлагом прошла совместная пресс-конференция «Три столицы России» Комитетов по туризму Москвы, Петербурга и Казани.

ITOURBUS.RU

Росс·Тур

Египет | Таиланд | Доминикана | Куба | ОАЭ | Тенерифе | Бали | Чехия

Полное собрание путешествий!



Поисковая система туров на www.ross-tur.ru

Все ведущие операторы России в одном месте!

Спецпредложения, авиабилеты, бронирование on-line

г. Санкт - Петербург, пр. Литейный, 24

8 800 100 99 30 | (812) 640 80 10

www.ross-tur.ru

Туризм станет доступнее



В ноябре в Москве прошли II конференция и workshop ANTOP по медицинскому туризму и туризму для людей с ограниченными физическими возможностями.

Мероприятие собрало более 200 профессиональных посетителей из различных регионов России, стран СНГ и зарубежных специалистов. В workshop приняли участие 35 компаний. Генеральным спонсором выступила авиакомпания «Трансаэро», а генеральным информационным партнером – ИД «Турбизнес».

Развивая на российском рынке такие сегменты, как лечебный туризм и туризм для людей с ограниченными физическими возможностями, ANTOP в этом году включила в программу новую тему – туризм для пожилых людей (50+).

Открывая конференцию, депутат Государственной Думы РФ, сопредседатель Межфракционного депутатского объединения Госдумы по делам инвалидов Валерий Селезнев отметил: «Четыре с половиной тысячи операторов борются друг с другом за рынок, который давно выходит из-под операторского контроля, потому что современные технологии позволяют людям индивидуально подобрать путешествие. Тогда как тринадцать с половиной миллионов инвалидов страны хотят и могут путешествовать. Нужно бороться за эти тринадцать с половиной миллионов и заработать дополнительную прибыль на этом. Это перспективный рынок. Это почти 10% населения нашей страны!»

Еще один сегмент, который нуждается в развитии, – это внутренний туризм для инвалидов и людей с ограниченной мобильностью. В Европе 130 млн потребителей туристических услуг с проблемами по здоровью. Нужно создавать доступную инфраструктуру и туристические объекты внутри страны, бороться за американских и европейских туристов, готовых путешествовать по России, но с комфортом.

В рамках конференции прозвучали интересные доклады на темы безбарьерного туризма в России, Испании, Германии, Америке, специалисты рассказали об опыте авиакомпаний по адаптации услуг для пассажиров с ограниченными возможностями, о страховании.

/TOURBUS.RU

Региональные турфирмы готовы учиться

Осенняя серия workshop «Турбизнес» включала пять roadshow, которые соединили 15 городов Поволжья, Урала, Западной Сибири, Севера и Юга России, а также прежнюю и нынешнюю столицы Казахстана – Алма-Ату и Астану.



К осенней серии workshop во многом применимо слово «впервые». Впервые на карте workshop появились северные города Мурманск и Архангельск и казахстанская Астана. Впервые общее число участников мероприятий превысило 100 компаний. А число проведенных в рамках workshop презентаций и обучающих мастер-классов достигло рекордной цифры – 187! В общей сложности деловые встречи посетили почти 2,5 тыс. специалистов.

Участниками workshop стали многие ведущие туроператоры – Apex Tour, Coral Travel, TEZ Tour, Danko Travel, «Асент Трэвел», «Ланта-тур вояж», «Нева», «Трансаэро Тур», UTS,

Ras Group, «Аэротревел», «Бон Тур», Space Travel, «Роза ветров», Sunmar Tour, «Инфофлот», «Эрцог», «Мир», «Астравел», национальные офисы по туризму Финляндии, Германии, Польши, Омана, известные отели и гостиничные сети, ведущие интернет-системы бронирования туров.

По итогам поездок большинство участников отметило очень высокую деловую активность регионов, желание менеджеров агентств получить новые профессиональные знания, быструю и реальную отдачу от участия.

Официальными партнерами осенней серии workshop «Турбизнес» выступили страховая компания «Цюрих» и московский гостиничный комплекс «Вега».

Уже объявлен календарь workshop на будущий год. И вновь в программе roadshow несколько новинок. К поволжской связке городов впервые добавится Киров, помимо традиционной Самары деловая встреча пройдет и в соседнем Тольятти, а южная цепочка пополнится волжским Саратовом.

/TOURBUS.RU

Петербуржцев на Кипре стало больше



22 ноября в отеле «Амбассадор» национальная авиакомпания Кипра Cyprus Airways организовала торжественный вечер для своих партнеров и друзей – представителей турбизнеса и СМИ Петербурга.

Мероприятие открыла презентация авиакомпании, которую провел менеджер по маркетингу Cyprus Airways г-н Филиппос Филиппу. Авиакомпания была образована в 1947 г., 69,6% ее акций принадлежит государству, авиапарк состоит из Airbus 319, 320 и 330. Прямые рейсы связывают аэропорты Ларнаки и Пафоса с 20 странами Европы и Ближнего Востока, в год авиакомпания перевозит около 1,5 млн пассажиров. Первый рейс Cyprus Airways из Москвы состоялся в 1994 г., из Петербурга – в 2011 г. В летний сезон количество рейсов из Северной столицы в Ларнаку достигло 7 в неделю.

В Петербурге заложили «ЭкспоФорум»

23 ноября состоялась официальная церемония закладки «ЭкспоФорума». Это самый крупный петербургский проект в сфере конгрессно-выставочной деятельности.

В состав нового комплекса войдут 6 выставочных павильонов общей площадью 100 тыс. кв. м, конгресс-центр на 3 тыс. посетителей и бизнес-центр, а также два отеля международной сети Hilton. Центр будет построен в Пушкинском районе Петербурга: совокупный объем инвестиций в проект составит около \$1 млрд. Открытие первой очереди «ЭкспоФорума» запланировано на 2013-й год, а в целом комплекс обещают ввести в эксплуатацию в 2014-м.

Значимость «ЭкспоФорума» для Петербурга подтверждается и тем, что в церемонии его закладки участвовали губернатор Петербурга Георгий Полтавченко и председатель правления «Газпрома» Алексей Миллер: они лично помогли устанавливать арматуру для заливки бетона.

Как подчеркнул Алексей Миллер, строительство



выставочного комплекса предусмотрено соглашением о сотрудничестве между «Газпромом» и правительством города. «Петербург вполне может стать конгрессной и выставочной столицей мира», – заявил он.

А Георгий Полтавченко добавил, что «выставочную деятельность в Петербурге имеет смысл развивать как отдельную отрасль экономики. Тогда у всех гостей комплекса появится прекрасная возможность совместить деловой визит с насыщенной культурной программой».

Как сообщили участники церемонии, в настоящее время обсуждается проект запуска от аэропорта «Пулково» нового высокотехнологичного транспорта. А введение в строй «ЭкспоФорума» напрямую связано с реконструкцией крупнейшего на сегодня экспозиционного комплекса Петербурга, «Ленэкспо». В августе этого года было объявлено, что в конце 2013 г. начнутся работы по его перестройке.

/TOURBUS.RU

В этом году отдых на Кипре выбрало 53 тыс. петербуржцев, что на 52% больше, чем в 2010-м. По мнению менеджера по маркетингу Кипрской организации по туризму г-жи Марии Михайловой, это закономерно: на острове – самые чистые пляжи в Европе, гостеприимные жители, высокие стандарты обслуживания. Зимой Кипр не менее привлекателен, чем летом: бархатный сезон – лучшее время для знакомства с достопримечательностями, паломническими и винными маршрутами, оздоровительного отдыха и деловых поездок. Приятной новостью для гостей вечера стало то, что рейсы Cyprus Airways из Петербурга в Ларнаку будут выполняться и в зимний сезон, еженедельно по пятницам. Кроме того, как сообщил генеральный консул Республики Кипр в Петербурге г-н Георгиос Самуил, в 2012 г. сохранится система выдачи Provisa по электронной почте, которую высоко оценили и туроператоры, и индивидуальные туристы.

Кипрский вечер состоялся накануне футбольного матча между командами «АПОЭЛЬ» и «Зенит» на стадионе «Петровский». Благодаря этому событию Петербург впервые посетило столь большое число кипрских гостей – около 2000 человек одновременно.

Евгения Смирнова



СПБГУСЭ – кузница кадров для индустрии гостеприимства



В агентстве «Интерфакс» состоялась пресс-конференция, посвященная II Международному форуму «Туризм и гостиничный бизнес. Стратегии взаимодействия университетов и работодателей», который прошел в Петербурге 23–26 ноября.

«Туризм и гостиничный бизнес – приоритетные отрасли экономики Северной столицы», – отметил, открывая пресс-конференцию, вице-президент РСТ Сергей Корнеев. По его мнению, главная задача – увеличить срок пребывания туристов в городе. Сейчас в среднем турист проводит в Петербурге 3,5 дня (в 2010-м – 2,8 дня). Один день

пребывания туриста обеспечивает 3 рабочих места. В сфере туристического и гостиничного бизнеса занято примерно 5% петербуржцев.

Сегодня, когда Россия готовится к Олимпиаде в Сочи, бизнес особенно заинтересован в подготовке высококвалифицированных кадров. Их кузницей является Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики. При СПБГУСЭ создан Национальный консорциум вузов сервиса, в него входят 12 вузов, на которые возложена задача подготовить в 2012–2013 гг. 44 тыс. специалистов для работы на олимпийских объектах в Сочи. По мнению ректора СПБГУСЭ Александра Викторова, «для студентов – это уникальный шанс не только поработать по специальности на Олимпийских играх, но и стать участниками исторического события мирового масштаба».

14 мая 2011 г., ровно за 1000 дней до начала Олимпиады в Сочи, в университете был открыт единственный в Петербурге волонтерский центр, в котором учатся 400 человек. Причем не только теории – более 200 волонтеров проходят практику на крупных городских мероприятиях, в январе – феврале 2012 г. студенты отправятся в Сочи для работы на тестовых соревнованиях, а летом 2012 лучших волонтеров пройдут стажировку на Олимпийских играх в Лондоне.

Елена Попова

Веб-система продаж авиа и жд билетов. Специально для турфирм!!!



(495) 580-78-19

www.teletrain.ru
info@teletrain.ru

Плата за подключение к системе не взимается, также отсутствует ежемесячная абонентская плата.

1 Доступные возможности по организации продажи авиа и жд перевозок *без затрат и формальностей*

2 Круглосуточная, моментальная выписка электронных авиа и жд билетов

3 Автоматизация взаиморасчетов в системе, включая формирование полного пакета финансовых документов по факту оформления заказа

4 Открытие интернет магазина по продаже авиа и жд перевозок на страницах Вашего сайта

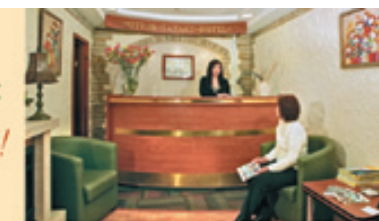
гостиница «ГАЛАКТ» ЭКОНОМ-КЛАСС

Больше комфорта, чем Вы себе представляли!

- номера «евростандарт» с удобствами
- номера туркласса
- кафе с домашней кухней
- более 20 лет в гостиничном бизнесе
- 75 номеров

СПб, Бульвар Красных Зорь, 8
Тел. +7 (812) 335-2585

www.galakt.ru hotel@galakt.ru



В Петербурге прошел «Австрийский день»

«Мы очень рассчитываем на то, что россияне в нашей стране станут еще больше, – подчеркнул директор Австрийского представительства по туризму в России и на Украине Георг Капуш. – Поэтому предпринимаем шаги для того, чтобы в деталях рассказать о ней потенциальным клиентам».



жили в Австрии... 83 млн евро. И хотя в количественном выражении (по раскладу прибывающих туристов) Россия пока находится только на 14-м месте, австрийцы не скрывают своего интереса к перспективному рынку.

– Особенно нас радует то, что постепенно меняется отношение россиян к Австрии как к исключительно зимней стране, – отметил Георг Капуш. – Этим летом наших соотечественников у нас стало больше сразу на 30%. Однако нам есть над чем работать, так как пока 68% россиян все равно приезжают к нам зимой.

Для того чтобы показать представителям российского турбизнеса все стороны отдыха в Австрии, представительство по туризму предприняло большой тур по нашей стране. При этом акцент делается не на столичных городах: после Петербурга австрийцы отправятся в «глубинку»: таким образом они надеются привлечь больше туристов из регионов.

Вместе с тем представителей туристического сообщества беспокоит быстрый рост индивидуального туризма, при котором путешественники обходятся без посредников. По данным австрийской стороны, за последние 6 лет число туристов, самостоятельно получающих визу, к примеру, выросло с 10 до 57%. Однако Георг Капуш по понятным причинам не видит в этом проблемы: так или иначе, гости все равно приезжают...

Яков Владимиров

Петербуржцев приглашают в круиз

21 ноября компания морских пассажирских лайнеров Epirotiki Lines и Союз греческих пассажирских судовладельцев при поддержке Российского союза туристической индустрии представили в Петербурге первый в истории паломнический круиз к православным святыням Греции.



Идея организации такого круиза принадлежала Святейшему Патриарху Московскому и всея Руси Алексию II. Разработка проекта заняла 7 лет, и сегодня он реализуется с благосло-

вения Русской православной церкви и под эгидой посольства Греции в РФ. Первый круиз стартует в июне в Константинополе. Каждый из девяти дней путешествия будет наполнен

Тирольский вечер в Северной столице

7 ноября Австрийское представительство по туризму познакомило петербургских журналистов с новостями долины Оцталь, которые гарантируют высокое качество катания на курортах Зельден, Обергургль, Хохгургль, Хохтэц и Кютай.

Так, за 7 последних лет Зельден вложил в обновление инфраструктуры 119 млн евро (в обновление подъемников – 55 млн евро, систему оснежения – 49 млн, объекты питания – 15 млн). В 2010 г. на курорте была введена в эксплуатацию новая высокотехнологичная трехканатная дорога Гайслах-когльбан с самой высокой в мире пропускной способностью (3600 человек в час), инновационной системой эвакуации пассажиров и необычной архитектурой станций. В сезоне 2011/12 на этой дороге увеличится число кабин, а на ее средней станции еженедельно будет проходить новое мультимедийное ночное шоу. Осенью на высоте 2900 м было оборудовано водохранилище для заправки снежных пушек. Еще одна новинка – Zentrum Shuttle – бесплатный мини-фуникулер, который соединит Зельден и район для новичков Интервальд. Ски-пассы для катания в Зельдене теперь можно заказать через Интернет. Многодневный ски-пасс, активированный в Хохтэце или в соседнем Кютае, будет действителен в обоих регионах. В Хохтэце введена в эксплуатацию новая 6-местная кресельная канатная дорога с защитными колпаками. Появилась здесь и новая смотровая площадка с видом на Цугшпитце.

В 10 км от Зельдена в городке Лангенфельд расположен самый большой в Тироле термальный комплекс Aqua Dome, очень популярный у российских



туристов. В сентябре в Оцтале открылся лечебный центр Умхаузен, инвестиции в строительство которого составили 20 млн евро. К услугам гостей – радоновая лечебная вода, криотерапия, массаж.

По данным статистики, самый популярный месяц для отдыха в Австрии у наших соотечественников – январь (400 тыс. ночевок в 2011 г.), а любимое зимнее направление – Тироль (41%). Прошлой зимой в долине Оцталь отдохнуло 20 тыс. россиян, которые совершили здесь 100 тыс. ночевок, что на 20% больше, чем в сезоне 2009/10.

Евгения Смирнова

встречами со святыми местами православия. Это русский монастырь святого великомученика и целителя Пантелеймона на горе Афон, Метеоры – комплекс монастырей, расположенных на скалах, остров Патмос, где находится Пещера Апокалипсиса и монастырь Иоанна Богослова, и другие святыни. Туристы смогут познакомиться и с памятниками античной Греции: Парфеноном, Дельфами, Арголидой.

В круиз отправится 6-палубный лайнер Ocean Majesty категории LUX M/V постройки 1985 г., прошедший реновацию в 2004 г. К услугам путешественников – 274 каюты, 8 из них класса премиум, ресторан с постным меню, маленькая часовня, комнаты отдыха, бассейн, спортивный зал. Стоимость круиза начинается от 1200 евро.

В первом рейсе примут участие представители Русской православной церкви, крупные предприниматели-меценаты и благотворители, члены русских аристократических семей, проживающих за границей.

Екатерина Губанова

26-27-28-29-30 МАРТА
СТАВРОПОЛЬ – КРАСНОДАР – РОСТОВ-НА-ДОНУ – ВОЛГОГРАД – САРАТОВ

2-3-4-5-6 АПРЕЛЯ
УФА – САМАРА – КАЗАНЬ – КИРОВ – НИЖНИЙ НОВГОРОД

9-10-11-12-13 АПРЕЛЯ
ИЖЕВСК – ПЕРМЬ – ЕКАТЕРИНБУРГ – ТЮМЕНЬ – ОМСК

13 АПРЕЛЯ
СУРГУТ (ВОЗМОЖЕН ВЫЛЕТ ИЗ ТЮМЕНИ)

23 АПРЕЛЯ
БАКУ



СТОИМОСТЬ УЧАСТИЯ

ОДИН ГОРОД – 14 ТЫС. РУБ., БАКУ – 16 ТЫС. РУБ.
(БЕЗ УЧЕТА НДС 18%)

Включено: рабочее место, рекламная кампания в журнале «Турбизнес», приглашение посетителей, размещение информации в каталоге workshop и в списке участников на сайте журнала, участие в кофе-паузах и приветственном коктейле, экскурсионное обслуживание.

Скидка компаниям, бронирующим не менее 9 городов, – 10%

Скидка компаниям, работающим только по внутреннему туризму, – 10%

Скидка при оплате до 20 декабря – 10%

Скидки суммируются



СТОИМОСТЬ МАСТЕР-КЛАССОВ

30 МИН. – 6 ТЫС. РУБ.,
45 МИН. – 10 ТЫС. РУБ.,
60 МИН. – 12 ТЫС. РУБ.

Включает аренду зала и оборудования, приглашение посетителей.

ПРИГЛАШАЕМ
К УЧАСТИЮ
В WORKSHOP
«ТУРБИЗНЕС»
В 2012 ГОДУ



ДОПОЛНИТЕЛЬНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Доставка материалов в города проведения workshop 44 руб./кг. (стоимость доставки в Баку будет объявлена позже).

Размещение рекламы на обложках каталогов workshop (от 6 тыс. руб.).

Заочное участие в одном городе – 6 тыс. руб.

Индивидуальные презентации для компаний в городах России, СНГ и Европы.

БОНУС УЧАСТНИКАМ

РАЗМЕЩЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ
О КОМПАНИИ В ЖУРНАЛЕ
«ТУРБИЗНЕС», 1/6 ПОЛОСЫ
С ФОТОГРАФИЕЙ УЧАСТНИКА
ИЛИ ЛОГОТИПОМ КОМПАНИИ

WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС» с 1998 по 2011 годы – 190 деловых встреч в 34 городах России и СНГ

Дополнительная информация по телефонам:

+7 (812) 335-0883, 310-3245, 8-901-3104096,

e-mail: tourbus@westcall.net, www.tourbusspb.ru

WORKSHOP
турбизнес
1998 - 2011 ГОДЫ. 190 ВСТРЕЧ. В 34 ГОРОДАХ РОССИИ И СНГ

В Новгородской области приняли программу по развитию туризма



Программа по развитию туризма до 2014 г., которая предусматривает общий объем финансирования в размере 29,85 млн руб., впервые получила самостоятельный статус: раньше аналогичные проекты входили в более крупные программы.

Основная задача трехгодичной программы – развить инфраструктуру и увеличить приток гостей в места, которые пока не так хорошо известны путешественникам, как Великий Новгород и Старая Русса. Предполагается, что в результате ее реализации популярными туристическими центрами области станут и такие города, как Боровичи, Чудово, Любытино и Валдай, а акцент среди видов отдыха отдадут событийному, рекреационному и активному туризму. В частности, планируется проводить Международный фестиваль этнической музыки и продолжить реализацию идеи создания музейно-туристического комплекса на Рюриковом городище.

До недавнего времени основным турпродуктом в Новгородской области были программы экскур-

сионного показа. Для региона, в котором расположено более 4800 объектов культурно-исторического наследия (из них 37 – из списка Всемирного наследия ЮНЕСКО), это разумно, однако теперь в области делают акцент на развитии событийного туризма. Одним из подобных проектов стала театрализованная интерактивная программа «Путешествие во времена Новгородского вече», которая очень востребована. По результатам маркетинговых исследований, около 30% иногородних туристов – зрителей спектакля (в основном это жители Москвы и Петербурга) специально приурочили поездку в Великий Новгород и заранее забронировали места в гостиницах к проведению «Новгородского вече».

Сергей Владимиров

У Деда Мороза подрастает внучка-конкуренка

За месяц до новогодних праздников на родине Деда Мороза – в Великом Устюге – заработал туристско-информационный центр. Он располагается в здании гостиницы «Сухона» в Красном переулке, 12. Среди его первоочередных задач – создание базы данных обо всех туристских услугах Велико-Устюга и его окрестностей.

Туроператоры по России отмечают выросший по сравнению с прошлым годом интерес к Великому Устюгу. В среднем трехдневный отдых в Великом Устюге с празднованием Нового года обойдется от 12 до 20 тыс. руб. на человека. В январские каникулы стоимость двухдневного тура начинается от 5 тыс. руб. на человека. В цену не входит железнодорожный билет.

Любопытно, что главным конкурентом Деда Мороза туроператоры в будущем видят костромскую Снегурочку. Туры в Кострому, где гостиниц намного больше, чем в Великом Устюге, стоят дешевле. Эксперты полагают, что через пару лет часть сегодняшнего туристического потока в Великий Устюг перераспределится в пользу внучки Деда Мороза.

RATA-news

Выпускники школы сельского туризма получили сертификаты

В городе Приозерске Ленинградской области прошел итоговый семинар школы сельского туризма. Эксперты-юристы и педагоги, преподающие дисциплины по специальности «Туризм», рассказали предпринимателям области о законодательстве в сфере сельского туризма, налогообложении и сертификации сельских домов, теории подхода к сервисному обслуживанию и инфраструктуре размещения туристов.

Рекомендации в сфере туризма, права и экономики получили владельцы сельских гостевых домов, представители крестьянско-фермерских и личных подсобных хозяйств Приозерского района, заинтересованные в организации отдыха на базе собственных хозяйств.

Размещение гостей в деревенском доме, знакомство с сельским бытом, домашним хозяйством, организация досуга туристов, продажа продукции домашнего производства и многие другие вопросы стали предметом консультаций с профессионалами туристической индустрии. Специалисты турбизнеса поделились опытом, в том числе зарубежным, бизнес-планирования, создания и продвижения сельских гостевых домов. По итогам занятий участникам школы сельского туризма были выданы сертификаты.

RATA-news

Даешь доктрину безопасности!

На состоявшейся 31 октября в Петербурге международной юридической конференции «Безопасность индустрии туризма» заместитель руководителя Ростуризма Евгений Писаревский представил предложения по проекту доктрины обеспечения безопасности туризма в Российской Федерации.



В конференции приняли участие около 150 специалистов, представляющих 25 регионов России, а также ряд зарубежных экспертов, включая исполнительного директора UNWTO Фредерика Пиерре и координатора программ антитеррористического подразделения OCSE Рейнарда Урига.

Решать всем миром

«Проблема безопасности туризма, безусловно, носит международный характер, – подчеркнул Фредерик Пиерре. – Поэтому решать ее можно только общими усилиями. Работа в этом направлении идет: уже в феврале следующего года на обсуждение будет представлена первая часть документов, которые могут стать основой для системы, гарантирующей туристу безопасное пребывание в любой из стран».

Оспаривать международный характер проблемы невозможно: уезжая на отдых из своей страны, турист в течение достаточно продолжительного времени оказывается на территории чужой. И подчас его здоровье (и даже жизнь) полностью зависит от уровня обеспечения безопасности, созданного в государстве. Причем усилий одних только властей недостаточно.

Если все заинтересованные стороны, включая государственные власти, бизнес и гражданское общество, не объединят усилия ради решения этой задачи, проблема так и останется таковой, – считает координатор программ антитеррористического подразделения OCSE Рейнард Уриг. – Она относится как раз к тем, которые можно решить лишь с помощью эффективного государственно-частного партнерства.

Такой опыт есть: в разных странах уже имеются соглашения, по которым всю необходимую помощь турист сначала получает за счет партнерской компании на месте отдыха, и только потом расходы возмещаются страховщиком. При этом устраняется масса конфликтных ситуаций, а турист, выезжая на отдых, полностью уверен в том, что будет расслабляться в безопасности.

Дело осложняется лишь тем, что и в России, и во всем мире наблюдается четкая тенденция к росту самостоятельного туризма. И если человек, приобретающий путевку на отдых в туристической компании, как правило, одновременно покупает и страховку, то путешественник, самостоятельно бронирующий перелет, отель и т. д., нередко отказывается от такого приобретения. Увы, но пока нигде в мире «лекарства» от этой «болезни» не найдено, так как заставить туриста покупать страховку (если она не требуется в стране пребывания) нельзя. Следовательно, судьба такого приобретения до сих пор повсеместно остается на совести путешественника.

Создать систему

Тот факт, что проблема действительно остра, вряд ли оспорим. По общим данным МЧС, Ростуризма и Всероссийского союза страховщиков, в России за период 2006–2010 гг. в 59 субъектах федерации при занятии активными видами отдыха погибли 1089 человек, 267 пропали без вести, а 6627 получили травмы.

В 2009–2010 гг. 78 российских туристов, находившихся за рубежом, погибли, а за страховой помощью обратились около 152 тыс.

человек. За 10 месяцев этого года страховые компании уже выплатили свыше 22 млн руб. в качестве возмещений. Не случайно вопрос о введении обязательного страхования туристов (своего рода аналога автомобильного ОСАГО) постоянно витает в воздухе. Однако в России намерены пойти еще дальше и действовать в рамках общей стратегии UNWTO. Несмотря на то что сейчас в разной стадии разработки и принятия находится целый ряд законопроектов, способных сделать туризм и безопасным, и комфортным, речь идет о создании целостной системы безопасности отдыха.

– В стране необходимо разработать и принять доктрину обеспечения безопасности туризма, которая определяла бы не только основные принципы и понятия, но и ее целевые ориентиры, показатели и критерии оценки, – уверен заместитель руководителя Ростуризма Евгений Писаревский. – Нужны механизмы и меры, которые способны обеспечить осуществление государственной политики в сфере безопасности туризма. Такие предложения у нас есть.

С тем, что такая доктрина необходима, согласны и страховщики. Однако у них, как и следовало ожидать, свой взгляд на проблему. Андрей Кигим, президент Всероссийского союза страховщиков, предложил оригинальный способ решения вопроса по безвизовым странам.

– Систему страхования по таким странам надо сделать аналогичной по Шенгену, – полагает он. – При этом должен быть разработан и принят документ, согласно которому любой турист, выезжая в безвизовую страну, будет обязан приобрести полис с покрытием не менее 30 тыс. евро (стоимость страховки для туриста – 1 евро в день). Причем ответственность за приобретение полиса одновременно с путевкой несет туроператор, а если он страховку не продал, то при наступлении страхового случая выплаты осуществляются за счет АТОР и РСТ.

Тем самым страховщики намерены «убить» сразу несколько «зайцев», практически вынуждая продавцов путевок навязывать туристу страховку, а если что – перекаладывая ответственность (в том числе и финансовую) на турбизнес.

ОРГАНИЗАТОР
ЗАГОРОДНИЙ
ОТДЫХ

ТУРИСТИЧЕСКАЯ ВЫСТАВКА
ЗАГОРОДНИЙ ОТДЫХ
30-31 МАРТА 2012
ДС «ЮБИЛЕЙНЫЙ»

ГЕНЕРАЛЬНЫЙ СПОНСОР
Резино
Crownwell
Park Отель
www.hotel-repino.ru
www.crownwell.ru

РАЗДЕЛЫ ВЫСТАВКИ
Корпоративный отдых Коттеджи, базы отдыха, отели
Санатории, рестораны Охота, рыбалка
NEW! Spa & Wellness

ПРИЛОЖЕНИЕ
ОТДЫХ
ПРИЛОЖЕНИЕ
БИЛЕТ

(812) 600 92 92 www.zagorod.travel

Ворота Севера

XI МЕЖРЕГИОНАЛЬНАЯ ВЫСТАВКА ТУРИСТСКОГО СЕРВИСА И ТЕХНОЛОГИЙ ГОСТЕПРИИМСТВА
9–11 февраля 2012 город Вологда

Основные направления выставки: развитие и продвижение программ внутреннего и въездного туризма Вологодской области и межрегиональных проектов, территорий Северо-Запада и Центрального региона России, возрождение и сохранение исторических территорий, социально-культурного и природного наследия как важнейших туристских ресурсов региона.

В рамках выставки состоится:

- Совещание по вопросам развития внутреннего и въездного туризма в регионах России
- Круглые столы
- Семинары-практикумы
- Ярмарка профессий
- Презентации туристских возможностей Северо-Запада и Центрального региона для российских и зарубежных туроператоров
- Работа переговорных площадок
- Тематические разделы выставки: Внутренний и въездной туризм Вологодской области, Северо-Западного и Центрального регионов, зарубежных стран
- Активный и спортивный туризм
- Речные и морские круизы
- Охота и рыбалка
- Гостиничный бизнес, гостевые дома и базы отдыха
- Детский оздоровительный отдых
- Образование в сфере туризма и индустрии гостеприимства
- Информационные технологии в туризме
- Народные художественные промыслы Вологодской области

Департамент международных связей и туризма Вологодской области

Тел.: (8172) 72-84-43, 75-00-61, 72-47-30, 56-54-23
Тел./факс: (8172) 72-27-90
E-mail: vologdatour@yandex.ru
Подробная информация на сайте:
www.vologdatourinfo.ru

СТРАХОВАНИЕ ОТВЕТСТВЕННОСТИ
ТУРОПЕРАТОРОВ

СПб, Саперный пер., д. 24
тел.: (812) 702 60 02
факс: (812) 702 60 01
www.advant-insur.ru

АДВАНТ
СТРАХОВАНИЕ



Любители шопинга выбирают «Зеленую карту»

В России стартовал сезон поездок за рубеж на предновогодние и рождественские распродажи. Специалисты считают, что уже сформировался класс российских туристов-«шoppers», которые покупают одежду и обувь только за рубежом в периоды сезонных скидок. Статистика подтверждает, что этот сегмент рынка продолжает расти. На круглом столе в агентстве Shadursky Promotion страховщики и представители турбизнеса попытались выяснить, почему наши туристы за рубежом часто оказываются незащищенными как юридически, так и социально.



Статистика, которую привел Егор Шадурский, директор агентства, впечатляет: туристы из России, по данным исследования Ситибанка, оставили в 2010 г. в магазинах США и Европы \$38 млрд, что составляет почти 2 % ВВП РФ. Тем не менее, турист-«шopper» — единица, если это не торговцы-челноки, как заметил Андрей Знаменский, директор петербургского филиала страховой компании «ЭРГО Русь» (на фото). Большинство, по мнению Ирэн Анискевич, независимого страхового аналитика (на фото), предпочитают совмещать отдых с шопингом. «Сейчас, например, люди едут кататься на лыжах в Альпы, а до и после заглядывают в бутики», — сказала она.

Как правило, организованные туристы выезжают на отдых с необходимыми в этих случаях страховкой и их риски сведены к минимуму, насколько это возможно при нынешнем российском законодательстве. Другое дело, если турист едет в заграничный тур на автомобиле. В этом случае, как сказали эксперты, не следует забывать о «Зеленой карте» — аналоге ОСАГО, который действует в Европе. Это избавит от необходимости оплачивать ущерб, нанесенный имуществу, жизни и здоровью людей, если турист попал в ДТП и виноват в этом.

Каждая страна, входящая в систему «Зеленая карта», для своих соотечественников выпускает и продает сертификаты Green Card сама. При этом если купленный в России полис закончился в момент пребывания в Европе, то турист может купить полис ОСАГО той страны, в которой находится. Стоимость ОСАГО в разных странах разная. Так, «Зеленая карта» в Литве, Эстонии и, особенно, в Финляндии значительно дороже, чем ОСАГО в РФ. Как считают эксперты, у российских туристов зарубежные полисы ОСАГО мало востребованы.

Чтобы чувствовать себя полностью защищенным, на случай повреждения автомобиля российским туристам советуют приобретать

при выезде за рубеж расширенный полис КАСКО. Стоимость такого полиса на другие страны — 8–20 % от стоимости КАСКО внутри России. Как признали эксперты, в последние годы наметился рост интереса путешественников к этой услуге, несмотря на проблемы с получением выплаты. Дело в том, что дорожная полиция европейских стран справок о ДТП не дает, а компенсацию без них в России получить нереально. Как правило, туристу приходится самому «выбивать» эти справки из полиции.

Однако на рынке появляются новые продукты, позволяющие решать и эту проблему. Один из них — «Грин КАСКО». Действует полис только за рубежом в случае ДТП с участием иностранного водителя, причем когда виновны россиянин. Обращение финской стороны, например, за возмещением по «Зеленой карте» к российскому страховщику одновременно является подтверждением страхового случая по «Грин КАСКО».

Еще одна проблема, подстерегающая любителей шопинга за границей, — кражи из автомобиля. На этот случай также может быть приобретена страховая защита. Однако, чтобы страховка сработала, нужно собрать много справок. Из той же полиции, например. «Страховая сумма по этому виду колеблется от 150 до 1500 условных единиц», — пояснила Ирэн Анискевич. — Этот риск включается дополнительно в полис медицинского страхования и отдельно его застраховать нельзя. Стоимость очень низкая: 0,57 евро за 30 дней при страховании на 1,5 тыс. условных единиц».

Как заметил Андрей Знаменский, этот вид страхования мало развивается сегодня, так как это сложно подтверждаемый страховой случай, а человеку хочется получить деньги сразу, а не после долгих разбирательств.

Кроме того, страховым случаем является кража именно в пути или на остановке длительностью до 3 часов. Стоянка более 3 часов делает возможной кражу не страховым случаем, уточнили эксперты. Деньги и драгоценности никто возмещать не будет. Выплата возмещения производится из расчета 50 у. е. за 1 кг веса багажа.

Суммируя мнения экспертов, можно предположить, что выезжать за рубеж на собственном авто — всегда проблематично. Но именно шопинг в европейских странах стимулирует российских туристов использовать автомобиль. А популярность покупок на европейских распродажах только растет: там и дешевле, и ассортимент богаче, и можно вернуть 18 % НДС на границе. Значит, нужно полнее информировать туристов о тех страховых продуктах, которые уже есть на нашем рынке. Разрабатывать и предлагать новые.

На круглом столе прозвучало: «чтобы развивались старые и появлялись новые продукты страхования, потребители должны сами проявлять интерес». Возможно, они его проявят, если будут полнее информированы. ❖

Елена Муковозова

«Асент Трэвел»: 20 лет качества



С чего все начиналось? «Асент» родился благодаря цепочке случайностей. Вернее — из-за сложившихся обстоятельств. В далеком теперь 91-м «совершенно случайно» цены в России взлетели так, что зарплата перестала кормить физиков, химиков и прочих младших и старших научных сотрудников, привыкших жить только на нее. А поскольку людьми они были весьма активными и с большим удовольствием занимались спортом (в частности — альпинизмом и горными лыжами), у них как бы само собой появилось желание зарабатывать тем, что им хорошо знакомо. Туризмом. Поэтому в декабре 1991 г., после долгих мытарств, инициаторам идеи все же удалось получить временное свидетельство о регистрации ТОО «Асент».

Его рождение оказалось трудным не только организационно. Первоначально в документах новое ТОО именовалось «Апекс» (на латыни — «вершина»), но это название оказалось уже занято. Однако с задачей сохранить и количество букв в имени, и заглавную «А» (чтобы в справочниках фирма всегда стояла в начале списка), хорошо образованные учредители легко справились: после недолгих изысканий в английском языке нашлось слово «асент», означающее «восхождение». Вполне в духе будущей компании... И 18 февраля 1992 г. (именно этот день и считается теперь официальным днем рождения компании) ТОО «Асент» получило постоянное свидетельство о регистрации.

Организаторами компании стали люди, увлеченные альпинизмом и горными лыжами. Из тех, кто по-настоящему «болеет» этими видами активного отдыха, — говорит заместитель директора «Асент Трэвел» по региону Дмитрий Петров. — Как-то, гуляя по Инсбруку, они заглянули в офис турфирмы, которая предложила им организовать в России рекламную кампанию, — это и послужило толчком к созданию «Асента»... Поэтому, само собой, начиналась компания с предложения туров на горнолыжный отдых в Австрию, который до сих пор остается одним из «коньков» «Асент Трэвел». Однако за прошедшие почти 20 лет она выросла, возмужала, здорово расширила предложение по направлениям отдыха и теперь по праву считается одним из ведущих туристических операторов страны.

— Как сейчас «выглядит» «Асент Трэвел»?

— В настоящее время это крупная турфирма, в которой в общей сложности работает около 250 человек. Кроме основного московского офиса, у нас есть представительства в Петербурге, Нижнем Новгороде, Казани,

Известно, что хороший коньяк со временем своих качеств не теряет, а становится еще лучше... Похоже, что именно так происходит и с компанией «Асент Трэвел», которая совсем скоро отметит свое двадцатилетие: предприятий туризма с такой длинной «родословной» в целом по России не так много.



Екатеринбурге и Новосибирске. Количество предлагаемых клиентам направлений превышает уже два десятка, поскольку к традиционной «горнолыжке», под которой подразумеваются не только все основные альпийские страны, но и Андорра, Финляндия, Швеция и Норвегия, добавились Италия, Черногория, Хорватия, а также блок стран Юго-Восточной Азии (Китай, Таиланд, Вьетнам).

— Чем объясняется расширение спектра направлений? Ведь началось все с «чистой» «горнолыжки»...

— Супермаркетам всегда живется легче... Специализация на одной тематике хороша, но в условиях рынка и жесткой конкуренции выжить и развиваться в этом случае довольно трудно: летом «горнолыжка» «проваливается», да и одним «морем» сыт не будешь... Поэтому нужна диверсификация, наличие целого комплекса направлений, которые востребованы в разные сезоны. Это позволяет компании чувствовать себя на рынке уверенно в любое время года.

— Вместе с тем наверняка есть страны, по которым «Асент Трэвел» считает себя докой...

— Конечно, есть. К ним без всякого сомнения можно отнести Австрию, Италию, Черногорию и Хорватию: на этих направлениях наша компания действительно добилась больших успехов и входит в число лидеров рынка. На других (например, таких, как Финляндия) заметные успехи тоже есть, но, чтобы стать одними из первых, надо больше работать. В ближайшем будущем, к примеру, мы намерены серьезно заняться расширением наших программ по Китаю и Вьетнаму, которые считаем очень перспективными (в том числе и из Петербурга). Но при этом расплываться, стараясь охватить как можно больше направлений, не будем, так как привыкли все делать честно и качественно.

— Если говорить об основных принципах деятельности «Асента», то каковы они?

— Надежность. Ответственность. Качество. Вот те три «кита», на которых всегда, с самого начала, строилась наша работа.

К ним я бы добавил еще профессиональный подход и старание шагать в ногу со временем, подразумевая широкое использование современных информационных технологий. По поводу последнего могу сказать, что до 80 % объема продаж через агентства у нас приходится как раз на Интернет. И, по всей вероятности, он будет расти. Следовательно, станут расширяться и возможности сотрудничества, которые мы предоставляем партнерам таким образом.

— Видите ли Вы какую-либо опасность в постепенном сокращении личных продаж?

— На мой взгляд, в этом нет ничего страшного. Есть клиенты и агентства, которые до сих пор предпочитают покупать и продавать туры только лично, разговаривая глаза в глаза. Так, чтобы можно было задать все интересующие вопросы. Но есть и другая категория, которая все предпочитает приобретать обезличенно, через Интернет. И надо лишь грамотно сочетать продажи тем и другим способом, чтобы удовлетворить каждого клиента. Суть состоит в том, что у него должен быть выбор: покупатель сам решит, как ему проще и удобнее купить то, что его интересует. Уверен, что, несмотря на рост индивидуального туризма, услуги туристических компаний, таких, как наша, всегда будут востребованы. Потому что есть и наверняка останутся клиенты, которые хотят прийти и просто заплатить деньги за то, что им организуют комфортабельный отдых. Я ведь тоже умею строить дома, но не буду этого делать по той причине, что есть люди, которые делают это лучше меня... То же самое происходит и в сфере туризма.

— А как живет сам «Асент Трэвел»?

— Надо понимать, что наша компания довольно велика. В ней есть костяк из тех, кто работает уже много лет, а есть люди, пришедшие в последние годы. Те, кто трудится в «Асенте» давно, составляют надежный фундамент его деятельности: принципы и основы их работы и жизни до сих пор остаются главными. В коллективе «Асента» никогда не было скандалов, потому что люди трудятся в комфортной психологической обстановке, с удовольствием, составляя единую команду. Наверное, поэтому умеем вместе и поработать, и повеселиться...

— Скорее всего, это ведет к тому, что у «Асента» много возвратных клиентов...

— По некоторым странам (например, Австрии, Черногории, Хорватии) их действительно много. Но для нас не так важно, какой раз человек путешествует с «Асентом»: любой, даже обратившийся впервые, всегда может рассчитывать на индивидуальный подход. А за качество наших услуг мы ручаемся... Восхождение к вершинам успеха продолжается... ❖

Беседовал Владимир Сергачев

Доктрина будет

В резолюции конференции ее участники после обсуждения рекомендовали UNWTO «рассмотреть возможность подготовки и принятия многостороннего общеобязательного международного договора в области защиты прав туристов и (или) Кодекса безопасности туризма», а федеральным органам власти России — «разработать и принять Доктрину безопасности туризма в РФ, взяв за основу предложения Ростуризма».

Однако как скоро это произойдет и в каком виде такая доктрина появится — вопрос открытый. Пока же за безопасность туриста по большей части отвечает он сам: даже при покупке страховки полной уверенности в отсутствии проблем у него нет. И похоже, что появится она еще не скоро, так как интересы сторон, охраняющих его безопасность, к общему знаменателю привести сложно... ❖

Владимир Сергачев

Справка

За период с 2008-го по октябрь 2011 г. гражданская ответственность туроператоров в России застрахована на общую сумму в 75 млрд руб. При этом объем реально выплаченных в качестве страхового возмещения средств за этот же период составил 124,2 млн руб.



191123, г. Санкт-Петербург, Шпалерная ул., 36, БЦ «Голдекс» оф. 311
Тел.: (812) 610-07-07 — для агентств, 635-635-6 — для частных лиц
e-mail: ascent-spb@ascent-travel.ru
www.ascent-travel.ru

Нелля Ягудина: «Я по характеру – кубинка»



— В бизнесе почти ничего случайного нет, — уверена Нелля Васильевна. — Наша компания 7 лет отправляет туристов в страны Карибского моря, продвигаем на петербургском рынке эксклюзивные туры в Доминикану, Гватемалу, Багамы, Ямайку, Мексику, но генеральным направлением для нас остается Куба. Впервые я побывала на Кубе в 1994 г. и уже тогда поняла, что эта страна близка мне по духу, мне очень симпатичны кубинцы своей доброжелательностью, оптимизмом. С ними мне комфортно работать, интересно встречаться, сейчас жду встречи с кубинскими туроператорами на выставке в Москве. Несмотря на то что многие из них — наши конкуренты, с ними здорово работать.

— Давайте вернемся к истокам. С чего все начиналось?

— Интерес к путешествиям у меня проявился рано. А интерес к Кубе возник спонтанно, после фестиваля молодежи и студентов в Москве многие ею увлеклись. Захватила страстная музыка, зажигательные танцы, песни. Мы распевали: «Куба — любовь моя, остров зари багровой...» И это было искренне. Читали, интересовались жизнью кубинцев. Потом у многих это увлечение прошло, но не у меня.

— Помогло ли оно определиться с профессией?

— Да, наверное. Туризм мне был интересен. Потому выбрала факультет иностранных языков в Горьковском педагогическом институте. Там готовили не только учителей, но и переводчиков. Раньше вузов, где готовили специалистов турбизнеса, ведь не было. А я знала, что иностранный язык мне обязательно пригодится. Так и получилось: сегодня английский язык мне очень помогает в бизнесе.

Получив диплом, вернулась в Челябинск и стала работать в английской школе. В то время уже стремилась сотрудничать с туристическими организациями — с «Интуристом», «Спутником». Сопровождала группы в Югославию, Германию, Болгарию. Мне повезло участвовать в круизе по Средиземному морю. В советское время это была необыкновенная удача. Круиз был организован ЦК ВЛКСМ для налаживания связей со странами Средиземноморья, поэтому в состав делегации были приглашены лучшие молодежные творческие коллективы союзных республик. Такие, как «Саратовские гармошки» и театр пантомимы Амираша Шаликашвили, артисты из Арме-

В своей любви к Кубе, истории мятежного острова, его зажигательной музыке и танцам Нелля Ягудина, генеральный директор ЦМСТ «Открытый мир», признается легко и сразу. Мы встретились с ней в тот момент, когда «Открытый мир» пригласили стать участником Первого международного фестиваля латиноамериканской музыки в Санкт-Петербурге и она размышляла над своим участием в нем.



нии, Азербайджана. Главное — там была забываемая атмосфера общения, и я окончательно для себя решила, что буду работать в туристической сфере.

— В те годы, чтобы выехать за рубеж, необходимо было заниматься общественной работой, быть на виду. Вам это удавалось?

— Я не отказывалась от общественной работы никогда. В английской школе была секретарем комсомольской организации учителей. Потом в техникуме была освобожденным секретарем комитета комсомола. Такого опыта взаимоотношений с людьми, какой давал комсомол, я бы не получила на другой работе. Организационный опыт — тоже бесценный, об этом могу судить сегодня уже с позиции руководителя фирмы. Так что, спасибо комсомолу. Ну, а потом была ВППШ и работа по партийной линии. Но мысль о туристической деятельности не оставляла. И тут началась перестройка.

Она все и решила. Когда предложили на выбор — работу в городской администрации или в турфирме, выбрала второе. Стала сотрудником ЦМСИТ «Евразия» в Челябинске. Мы занимались приемом официальных иностранных делегаций и туризмом. Первым моим иностранным партнером, который пригласил в рекламный тур, стала компания «Ультрамар Экспресс», которая открыла для меня Испанию. У них набиралась опыта.

В Петербурге наладила связи с городским Советом по туризму. Его руководитель — Валерий Никифоров, а также Михаил Биржаков и Юрий Иванов многому меня научили и, можно сказать, убедили начать свой бизнес в Петербурге.

— Как Вас встретил Петербург?

— Я приехала сюда в середине 90-х. Пришлось все начинать с чистого листа. С головой ушла в работу, искала, пробовала, ошибалась. Большую роль в моем профессиональном росте сыграли компании «Прима», «Конкорд». Мне везет на хороших людей, это я могу сказать совершенно точно: бог посылает мне интересных друзей. Даже клиенты становятся друзьями, так бывает.

— Неужели в бизнесе на одном везении можно что-то построить?

— Везение исключать нельзя, но работать надо с утра до вечера. Я ведь строила свой бизнес сама: набирала кадры, искала место для офиса, решала финансовые вопросы. Определилась и с направлением бизнеса: в тот момент была выбрана Куба. Я до сих пор

открываю для себя эту удивительную страну, там, как нигде, очень хорошо принимают туристов из России, умеют делиться своим гостеприимством, радоваться вместе с вами, создавать праздник. Наверное, я по характеру — кубинка: несмотря на все трудности, сохраняю позитивный настрой и учу этому менеджеров. В турбизнесе нельзя быть равнодушным, клиенты это сразу почувствуют.

— Ваша компания — представительство кубинских туроператоров в Петербурге и на Северо-Западе России. Сложно соответствовать?

— Мы не думаем об этом каждый день. У нас хорошие партнеры и много разнообразных продуктов, причем не только по Кубе, но и по другим странам Карибского бассейна. Давно сотрудничаем с кубинскими компаниями, сначала — с Sol Y Son, сейчас — с Navanatur, с ними уже не один проект реализовали. Из последних и, на мой взгляд, перспективных — свадебный туризм на Кубе. Сегодня к свадьбам на острове огромный интерес у петербургских молодоженов, потому что это красиво, необычно, недорого (по российским меркам) и запоминается на всю жизнь.

Сейчас наша компания развивает деловой, экотуризм, инсентив-поездки, комбинированные туры и табако-туры на Кубу и в другие страны Карибского региона. Идей много.

— Ваша мечта сбылась. О чем мечтаете сегодня?

— О том, чтобы бизнес развивался. Если компания будет расти, то нужны кадры, а это сегодня — один из самых сложных вопросов для любого руководителя. Института стало много, а хорошего специалиста найти сложно. Молодежь часто рвется в турбизнес, представляя его роскошной прогулкой по разным странам, а погружившись в работу с клиентами, разочаровывается. Но турбизнес прежде всего — сфера услуг. Я не устаю это повторять своим менеджерам. И мечтаю, чтобы у меня было больше единомышленников.

К сожалению, утрачена такая форма общения специалистов нашей индустрии, какая была в те годы, когда Совет по туризму организовывал выезды в Лосево, которые объединяли участников рынка — от менеджера до директора. От них, на мой взгляд, было много пользы. Хотелось бы, чтобы эта традиция возродилась.

Беседовала Елена Муковозова

«Эмирейтс» встретили «водной аркой»

1 ноября в 17:15 в аэропорту «Пулково» впервые совершил посадку Airbus A340-300 авиакомпании «Эмирейтс», открыв новое, 115-е направление ее глобальной маршрутной сети. Самолет встретили по правилам авиационного гостеприимства, пропустив через «водную арку».



Инаугурационным рейсом в Петербург прибыла высокопоставленная делегация в составе первых лиц авиакомпании, представителей авиационного и туристического бизнеса Объединенных Арабских Эмиратов, иностранных журналистов. По завершении торжественной церемонии, состоявшейся в международном терминале «Пулково» в честь открытия прямого ежедневного сообщения между Дубаем и Петербургом, «ТБ» обратился за комментариями к старшему вице-президенту «Эмирейтс» по коммерческим операциям в Европе и Российской Федерации г-ну Салему Обайдалла (на фото).

— Господин Салем, мы знаем, что первый рейс «Эмирейтс» пользовался большой популярностью, билеты на него были раскуплены давно. Ожидаете ли Вы дальнейшего роста интереса к авиакомпании?

— Мы видим огромный потенциал в российском рынке. Авиакомпания начала работу в России в 2003 г. с открытия пяти ежедневных рейсов в Москву. С 2009 г. «Эмирейтс» осуществляет два ежедневных рейса из российской столицы. Успех московских рейсов свидетельствовал о высоком спросе на наши услуги в России, и мы стали рассматривать возможность открытия прямого сообщения с Петербургом. Загрузка первого рейса на 95 % показала, что мы выбрали правильный момент для начала полетов. Сегодня в Петербург прибыли пассажиры, забронировавшие авиабилеты в Бахрейне, Канаде, Кипре, Греции, Гонконге, Индии, Пакистане, Саудовской Аравии и США. Авиабилеты на первый рейс из Северной столицы в Дубай были приобретены в России, ОАЭ, Австралии, Германии, Эстонии, Греции, Гонконге, Латвии и на Филиппинах. Мы уверены, что рейс будет востребован у туристов и деловых путешественников.

— Как Вы планируете стимулировать спрос?

— Оптимальным соотношением цены и качества. Новый рейс на Airbus A340-300 и A330-200 обеспечивает удобные стыковки в Дубае с другими направлениями нашей маршрутной сети — странами Ближнего Востока, Южной и Юго-Восточной Азии, Австралии и Океании. При этом многонациональная команда стюардов обеспечивает высокий уровень комфорта во всех трех классах обслуживания. Но, на мой взгляд, самый главный мотив для выбора «Эмирейтс» и путешествия в Эмираты — это солнце, которое всегда светит в Дубае! (Салем улыбается.)

— Когда будет открыто представительство «Эмирейтс» в Петербурге?

— В городе уже работает временный офис авиакомпании по адресу: Невский проспект, дом 55, а также офисы в пассажирском и грузовом терминалах «Пулково», где трудятся 20 специалистов. Официальное



открытие представительства «Эмирейтс» в Петербурге состоится через несколько месяцев.

— Известно, что сотрудничество с турфирмами — в числе приоритетов «Эмирейтс». Предусмотрены ли у Вас специальные тарифы для туроператоров Северной столицы?

— У нас уже налажены партнерские отношения с петербургскими компаниями, которые занимаются формированием туристических пакетов. Мы предлагаем операторские тарифы, промо-тарифы, специальные тарифы для низкого сезона. Но главный принцип ценовой политики «Эмирейтс» остается неизменным и заключается в том, что за те деньги, которые платит клиент, он получает наилучшее качество.

Первый рейс «Эмирейтс» в «Пулково» встречали Ирина Смирнова и Екатерина Губанова

17 февраля 2012

INTOURFEST 2012

21-я деловая встреча профессионалов турбизнеса

Участники:

туристские компании, курорты, национальные ассоциации, гостиничные предприятия, страховые компании, специализированные СМИ.

Тел.: (812) 320 61 34
www.restec.ru/travelexpo

Организаторы: РЕСТЭК

Линия пролета

С момента заявления Дмитрия Медведева о том, что мелкие авиакомпании не в состоянии обеспечить необходимую безопасность перевозок, а потому должны быть закрыты, прошло примерно три месяца. Объявленный крестовый поход по сути еще и не начался, но авиаперевозчики уже прекращают деятельность один за другим.



Ярко, стильно, молодежно

Однако пока ни одно закрытие не вызвало такого резонанса, как уход с рынка «Авиановы» — единственного действительно низкобюджетного российского лоукостера. Агрессивный стиль рекламы, отличающийся от других объявления о начале или завершении регистрации на рейс в аэропортах, наконец, реально низкие цены на билеты — «Авианову» нельзя было не заметить. Совершившая свой первый полет 27 августа 2009 г. авиакомпания быстро набрала популярность и стала бороться за большее — за народную любовь и место под солнцем. И если на любовном фронте у «Авиановы» все было в полном порядке, чему свидетельство — статистика, гласящая о том, что в 2010 г., то есть на второй год своей операционной деятельности, количество перевезенных пассажиров составило 1,4 млн человек, а накануне своего второго дня рождения авиакомпания обслужила 2-миллионного пассажира, то с местом под солнцем у отважных лоукостеров никак не складывалось. Об этом заявлял генеральный менеджер «Авиановы» Эндрю Пайн. В числе факторов, препятствующих нормальному развитию лоукост-бизнеса, мистер Пайн называл и российское законодательство, и недобросовестную конкуренцию, и едва ли не прямое противодействие властей. Однако первой по-настоящему конкретной особенностью работы в России, на которую можно и нужно было жаловаться стремящемуся к максимальной экономии низкобюджетнику, стало изменение в таможенной политике по отношению к ввозимым на территорию России самолетам: с конца ноября 2010 г. лайнеры с числом кресел, превышающим 160, облагались дополнительным налогом. «Авианове» пришлось демонтировать со своих 180-местных аэробусов по 21 креслу. Впрочем, проделала все это авиакомпания в своем традиционном стиле — ярко и громко.

Снежный ком

Дальше — больше, а именно — отказ петербургского аэропорта «Пулков» пойти лоукостеру навстречу и рассмотреть особые условия обслуживания лайнеров «Авиановы». Под особыми условиями следует понимать, естественно, невысокую стоимость — один из ключевых факторов, позволяющих европейским и американским лоукостерам работать и получать прибыль. Однако «Пулков» — аэропорт не второго эшелона, в то время как низкобюджетные авиакомпании традиционно обслуживаются на маленьких, второстепенных авиабазах: это еще один фактор, позволяющий значительно снизить цены на билеты. Впрочем, желание «Авиановы» укрепиться именно в Петербурге было вполне логичным с точки зрения уже упоминавшихся особенностей России, где пассажиропоток из регионов стремится или в Москву, или в Петербург, а потому за счет тюменцев, пожелавших навстречу, к примеру, Волгоград, низкобюджетная авиакомпания выжить не может: слишком мало количество таких тюменцев.

Так было принято альтернативное решение — о базировании в Краснодаре — также вполне логичное на фоне все увеличивающегося интереса к Сочи в частности и к Краснодарскому краю вообще, не говоря уже о многолетней российской традиции отдыха на черноморских пляжах.

«Авианова» продолжала развиваться, и следующим ее заметным шагом стало покорение Сибири. О том, что начинаются полеты в Сургут, Тюмень и Курган, авиаперевозчик объявил, как это водится, заблаговременно и, как и полагается в современных реалиях, за несколько месяцев до фактического начала полетов, открыл на своем веб-сайте продажи билетов на новые направления. Однако неожиданно аэропорт Сургута заявил, что полетов авиакомпании в город совершать не будет по причине отсутствия слотов для обслуживания самолетов перевозчика. Конфликт разгорелся нешуточный, и разрешить его без вмешательства высших сил (а именно — Генеральной прокуратуры РФ и Росавиации) вряд ли бы удалось.

Помимо всех этих проблем, «Авианову» подтачивали и проблемы более мелкие, в том числе — обвинения в задержках рейсов (в 2010 г. 12 % рейсов авиакомпании вылетели не по расписанию), сложной процедуре возврата приобретенных авиабилетов, использовании старой техники... Дабы отбиться от обвинений, «Авианове» приходилось вести разъяснительную работу. Так, теперь каждый активно путешествующий самолетами гражданин знает, что на Западе модель лоукост-перевозок подразумевает, в частности, отсутствие возможности сдать приобретенный авиабилет. Купил билет за 10 долларов — лети. Не можешь лететь — спиши эти 10 долларов на вынужденные расходы. Российское законодательство в этой части о потребителях не забыло, а потому все зарегистрированные в нашей стране авиаперевозчики обязаны предоставлять своим клиентам возможность отказаться от перелета и получить деньги за возврат билета. Потому модель возврата билетов у «Авиановы» была максимально усложнена: с одной стороны, российское законодательство не нарушается, с другой — поддерживаются мировые традиции лоукостеров.

Старый же авиапарк компании на проверку оказался не таким и старым: возраст самых «древних» самолетов не превышал 14 лет. И снова приходилось разъяснять. Дело в том, что на Западе лоукост-перевозчики имеют массу льгот, в том числе при приобретении авиалайнеров. В России такой практики нет, а потому новые самолеты имеют возможность закупать лишь очень крупные авиакомпании.

Внутренний конфликт

Вскоре поползли слухи о финансовой несостоятельности «Авиановы», о ее долгах перед аэропортами и компаниями, у которых в лизинг были приобретены самолеты... Как позднее выяснилось, финансовым положением дел были озабочены владельцы перевозчика

— российская «А1» («Альфа Групп») и американская Indigo Partners. Главное недовольство высказывали американские партнеры: в США лоукост-авиакомпания окупается за 1,5–2 года, почему же в России, где лоукостеров нет вообще, этого не произошло? Ответная реакция последовала незамедлительно: в один день западный менеджер (а руководящие посты в компании с момента ее создания занимали представители западной цивилизации) был отстранен от дел. По про-

шествии некоторого времени мистер Пайн в своем интервью «Коммерсанту» говорил о том, что лично его вполне устраивало, как идет дела. Да, реальные показатели отставали от запланированных. Однако рост был, и заметный. За два года деятельности «Авианова» — перевозчик совершенно нового формата с несвойственным российским авиакомпаниям стилем — стал пятым (!) в стране по объему внутренних перевозок. Планов, несмотря на то что финансовая сторона дела хромала, было множество. В числе самых амбициозных — намерение нарастить авиапарк до 50 машин к 2015 г.

Конфликт акционеров компании (Indigo Group после ухода Пайна и его товарищей отказалась финансировать проект) в итоге привел к тому, что случилось 2 октября 2011 г. — объявлению о том, что с 10 октября 00 часов 01 минуты «Авианова» не осуществляет операционной деятельности. Сертификат эксплуатанта при этом компания не аннулировала, а лишь приостановила, что дало повод излишне наивным и оптимистически настроенным гражданам верить в то, что билеты по 250 руб. вернутся.

Вопросы, восклицания, многоточия

В принципе, в том, что случилось с «Авиановой» нет ничего удивительного: преждевременную кончину авиакомпании предрекали многие эксперты. Все это как-то само собой объединилось под лозунгом «Лоукост в России невозможен».

Итак, почему же лоукост в нашей стране не прижился и, по всей видимости, не приживется? Некоторые обязательные пункты программы любого лоукостера мы уже озвучили выше. Это, в частности, осуществление перелетов и обслуживание в маленьких аэропортах, расположенных порой в сотне километров от узлового хаба. В России это практически нереализуемо: аэропорты небольших городов, за редким исключением, являют собой печальное зрелище и при всем желании не могут осуществлять прием, отправку и обслуживание самолетов. Кроме того, западные лоукостеры пользуются и всевозможными налоговыми и другими льготами по приобретению авиалайнеров, их обслуживанию и т. д. Еще один просчет «Авиановы» — менталитет российского потребителя, который если экономит — так экономит, а потому увеличить кассу за счет дополнительных услуг (продажа питания на борту, резервирование места в салоне до полета, перевозка лишней единицы багажа), которые западным низкобюджетным авиакомпаниям приносит ощутимый доход, в российских реалиях не вышло. Не на пользу передовым идеям идет и низкое проникновение в слои общества Интернета: ежедневно пользоваться Всемирной паутиной в привычке лишь у жителей крупных городов, а оплачивать покупки в Интернете с помощью банковской карты в нашей стране «рискует» лишь каждый пятый владелец такой карты.

...А Баба-яга против

Уж такой выдалась эта осень — авиационной. Несколько авиапроисшествий летом — и над всем российским авиабизнесом повис дамоклов меч. В том, что стараясь убраться с рынка мелких игроков, власть на самом деле пытается добиться большей безопасности, приходится верить. Иначе как объяснить резкие смены курса мышления и поведения вице-преьера Сергея Иванова, весной заявлявшего о том, что стране не хватает лоукост-перевозчиков, а спустя несколько месяцев вставшего под знамена крестового похода против «живопырок» (так Иванов назвал в одной из своих речей мелкие авиакомпании). И так, согласно предложению Минтранса, авиакомпания, выполняющая регулярные воздушные перевозки пассажиров, с 1 января 2012 г. должна будет иметь не менее 10 воздушных судов одинаковой вместимости, а с 1 января 2013 г. — не менее 20 однотипных судов. О том, что мировая практика показывает отсутствие прямой связи между количеством и качеством, министерству долгое время никто не говорил. Однако голос разума не удержал: раздался он со стороны Минэкономразвития, экспертами которого было проведено исследование, обнаружившее отсутствие зависимости между качеством и количеством, причем на примере нашей же страны. В докладе приводится фактическое доказательство тому из новейшей истории: когда в конце девяностых количество авиакомпаний на рынке заметно сократилось, количество авиакатастроф при этом вниз не пошло. Кроме того, в Минэкономразвития опасаются, что искусственное сокращение количества перевозчиков приведет к деградации отрасли. Так, мелкие региональные авиакомпании, выполняющие сейчас рейсы между всеми забытыми городами, уйдя с рынка, лишат население возможности передвигаться по своей стране, а аэропорты — единственного источника дохода, что в итоге приведет к их закрытию. И никто на помощь им не придет: крупным авиакомпаниям попросту невыгодно гонять свои дорогие и новые самолеты между небольшими дальневосточными городами.

Что будет в следующем году, пока непонятно. Однако, судя по всему, к Минэкономразвития пока решили не прислушиваться. В течение октября — ноября была прекращена или приостановлена деятельность целого ряда авиакомпаний, среди которых Sky Express, чьи рейсы теперь выполняет перевозчик «Авиалинии Кубани», «Смоленск-скаэротранс» (на основании собственного заявления), «Рязанское авиатранспортное предприятие» (по результатам выявленных в ходе проверки нарушений), «Авиакомпания «Иртыш»» (в связи с ухудшением показателей), «Авиалинии Мордовии», Северо-Западная авиационная транспортная компания «Выборг», «Аэро Рент», «Джет 2000», выполнявшая местные авиарейсы якутская авиакомпания «Илин», «Джеталлианс Восток», «ЯК Сервис», кроме того, была вынесена рекомендация к объединению двум перевозчикам Татарстана — авиакомпаниям «Татарстан» и «Ак Барс Аэро». И это — только начало, ведь власти обещали закрыть не менее 30 авиакомпаний.

Алина Денисова

«Трансаэро» покупает самолеты A-380



Авиакомпания «Трансаэро» подписала с компанией Airbus меморандум о приобретении четырех самолетов A-380. Соглашение было подписано генеральным директором «Трансаэро» Ольгой Плешаковой и исполнительным вице-президентом Airbus по Европе, Азии и Тихоокеанскому региону Кристофером Бакли.

Таким образом, авиакомпания «Трансаэро» становится стартовым заказчиком самолетов A-380 в России, СНГ и Восточной Европе.

Срок поставки самолетов — четвертый квартал 2015 г., каталожная стоимость четырех самолетов составляет \$1,5 млрд.

По данным авиакомпании, новые самолеты планируется эксплуатировать на направлениях из Москвы с большим пассажирским потоком. Лайнер будет иметь трехклассную компоновку салона, рассчитанную на размещение около 700 пассажиров. Выбор двигателя будет сделан позднее.

«Авиакомпания накопила огромный опыт эксплуатации дальнемагистральных широкофюзеляжных воздушных судов вместимостью 500 и более кресел и готова предложить российским пассажирам самый большой в мире самолет», — отметила О. Плешакова.

Интерфакс-Туризм

Зимние каникулы в Праге на пике спроса

Прага хороша в любой сезон. Потому каждый год на этом направлении появляется много новых предложений, рассчитанных на разный кошелек, разные вкусы и предпочтения. Нынешний зимний сезон, по отзывам туроператоров, имеет свои особенности. Продажи экскурсионных туров в Европу, и Чехию в частности, идут более активно. Спрос на новогодние и рождественские туры в Прагу растет, по мнению специалистов, в среднем на 5–7%, а на автобусные туры – на 10%. Причем уровень спроса иногда рождает даже дефицит предложения.



Моника Лингартова,
директор
представительства
Национального
туристического
управления Чешской
Республики в России
(Czech Tourism)



Сергей Горин,
руководитель
экскурсионного
департамента по
Чехии турфирмы
«Верса»



Виктор Андреев,
руководитель отдела
развития и рекламы
туроператора по
Чехии «Злата Прага»



Степан Ватов,
директор
фирмы «Визави
Тревел» (чешский
туроператор)



Марина Копашилина,
генеральный
директор компании
«Премьера Тур»



Татьяна Рюмина,
генеральный директор
представительства
«АВАНТИ – чешское
туристское
агентство»
в Петербурге



Игорь Мазулов,
генеральный
директор компании
«Петротур Сервис»

В Петербурге, например, для удовлетворения спроса на зимние каникулы в Праге ввели несколько новых программ без прямого перелета в столицу Чехии. Туристы летят либо в Брно, либо в Дрезден, а отсюда на автобусах едут в Прагу. Комбинированный продукт сразу привлек внимание, стал более экономичным и в то же время насыщенным «экскурсионкой».

Отмечают эксперты в этом сезоне и такую тенденцию: туристы стали чаще выбирать туры на православное рождество в Праге. Это объясняется тем, что многие из них планируют провести там зимние каникулы, а не только встретить Новый год.

Если попытаться проанализировать причины популярности новогодних и рождественских каникул в Праге, то надо отметить хорошее соотношение цены и качества предложений. Безусловно, за встречу Нового года в Праге придется доплатить, но в целом турпродукт выигрывает по цене в сравнении с аналогичным предложением, например, в Париже или Риме.

Что же особенного подарит в нынешнем зимнем сезоне Прага многочисленным туристам?

Как считает **Моника Лингартова**, директор представительства Национального туристического управления Чешской Республики в России (Czech Tourism), католическое Рождество само по себе особенно. «Это один из самых больших праздников, к которому люди долго готовятся, — рассказала госпожа Лингартова. — В это время Прага и другие города прекрасно украшены, повсюду рождественские елки и рынки, где можно купить горячее вино или пунш для того, чтобы согреться. Можно послушать рождественские песни и

отведать рождественское блюдо — знаменитых чешских карпов. Можно зайти в старый костел и проникнуться его непередаваемой атмосферой, пронизанной звуками органной музыки. Если к этому добавить красоту золотой стобашенной Праги, то все это можно назвать одним словом — романтика».

Кроме романтики, туристов привлекает хороший сервис, который обеспечивает туриндустрия Чехии. Так, по словам **Моники Лингартовой**, большинство гостиниц на рождественские каникулы разрабатывает новые программы с целью сделать свой отель комфортнее и привлекательнее для туристов. Ежегодно в зимний сезон открывается для посещения все больше замков и крепостей.

Накануне зимнего сезона «ТБ» провел блиц-опрос ведущих операторов на чешском направлении, предложив им ответить на три вопроса.

1. **Каковы, на Ваш взгляд, особенности рождественских туров в Прагу и Чехию?**
2. **Есть ли в этом сезоне у Вашей компании новые предложения для российских туристов по зимним каникулам в Праге?**
3. **Насколько востребованы у петербуржцев зимние туры в Прагу и Чехию?**

Сергей Горин, руководитель экскурсионного департамента по Чехии турфирмы «Верса»

1. Рождество в Праге — волшебное время. И не только потому, что рождественская Прага необычайно красива, а еще и из-за того, что в это время в Праге всегда идет снег, что очень близко русскому сердцу.

В каждом доме и на каждой площади Праги в Рождество устанавливаются фигуры, изображающие виффлемские события, что вызывает ощущение сказочности про-



Национальное туристическое
управление Чешской
Республики – CzechTourism

Россия, 125047, Москва,
ул. 3-я Тверская-Ямская 36/40
Тел.: +7 (495) 234 40 65
+7 (499) 978 52 05
Тел/факс.: +7 (499) 978 21 65

info-ru@czechtourism.com
www.czechtourism.com


РОЖДЕСТВЕНСКИЕ
МЕЧТЫ СБЫВАЮТСЯ!

Туроператор по Чехии
"ЗЛАТА ПРАГА"®

ПРАГА
КАРЛОВЫ ВАРЫ
и другие курорты Чехии

ЕЖЕНЕДЕЛЬНО!!!

Новый год и Рождество:
30.12–06.01
02.01–09.01



MT3 № 000847

+7 (812) 313-8850, 315-6022
www.zlatapraga.ru

→ исходящего вокруг. Веселый гам уличных ярмарок передает атмосферу Средневековья, что в прекрасном обрамлении окружающих памятников архитектуры подтверждает присутствие в сказке. Огромных живых карпов продают прямо на улицах Праги: вылавливают из чанов и торжественно вручают покупателю под чарующие ароматы горячего глинтвейна, который поднимает настроение и согревает людей.

Прага манит туристов. Смесь различных культур, языков, эмоций не мешает людям понимать друг друга. Так как всеобщее ощущение некоего волшебства и магии этого города стирает все грани и оставляет мир высоких технологий и hi-tech где-то в стороне.

2. В этом году «Верса» разработала совместно с авиакомпанией Czech connect airlines новое направление. В течение года действует эксклюзивное ценовое предложение: посещение Праги с регулярным перелетом по понедельникам из Петербурга в Брно. Прагу и Брно разделяет 190 км. А это значит, что всего за 2 часа 15 минут (столько длится трансфер на комфортабельном автобусе из аэропорта г. Брно до Праги) туристы успевают познакомиться с некоторыми подробностями из истории и культуры Чешской Республики.

Удобное расписание полетов, а также специальный тариф на авиабилет, позволяющий существенно сэкономить средства, сделали этот турпродукт в Прагу популярным и доступным. В период специальных акций в ноябре стоимость тура «Прага для Всех» на 7/6 ночей с авиаперелетом до Брно составляла от 195 евро.

3. В этом году многие туристы планировали зимний отдых – так как большинство туров на новогодние праздники было выкуплено заранее, что подтверждает тенденцию

повышенного спроса на зимние каникулы в Праге. Учитывая спрос, наша компания объявила о дополнительном рейсе Санкт-Петербург – Брно в период с 6 по 10 января.

Можно сказать совершенно определенно: поток туристов, посещающих Прагу, растет год от года. И эта тенденция, думаем, сохранится.

Андрей Сутулин, заместитель генерального директора туристического холдинга «Веди Тур Групп» (Москва):

1. Туры на Рождество в Чехию – это прекрасный подарок себе и своим близким на зимние праздники. Это настоящая зимняя сказка на Рождество. Это познавательные экскурсии, интересная европейская страна, возможность экскурсий в другие европейские города и страны и, конечно же, привлекательная цена. Чехия – сердце Европы, и турист получает там настоящее европейское качество услуг, при этом по весьма разумным ценам.

2. Наша компания всегда стремится предложить туристу что-то новое, показать Чехию с интересной, не изученной до этого стороны. Потому мы, как правило, готовим новые программы и предложения, в том числе и на зимние праздники. А также – новые экскурсии, праздничные новогодние ужины, новые отели – все это можно найти на нашем сайте. Как обычно, у нас множество разнообразных предложений на любой вкус и любой бюджет.

3. Пока результаты 2011 г. мы не подводили. Тем не менее, следует отметить, что количество российских туристов, посетивших Чехию, существенно выросло, в том числе и туристов из Петербурга. Наверное, это неудивительно: все-таки Петербург называют культурной столицей, и многие петербуржцы отправляются в путешествия, чтобы сопри-

коснуться с другими культурами, узнать что-то новое. И Чехия для этого – прекрасное место. Ведь здесь большое количество исторических памятников, культурных и архитектурных объектов (многие – под охраной ЮНЕСКО), замечательная природа, прекрасные курорты.

Мы наблюдаем значительный рост спроса на туры в Чехию из Петербурга и прогнозируем его дальнейшее повышение.

Виктор Андреев, руководитель отдела развития и рекламы туроператора по Чехии «Злата Прага»:

1. Далеко не всех в России устраивает вариант провести зимние каникулы исключительно за праздничным столом и бесконечным запуском салатов. Многие хотят отдохнуть с пользой и, по возможности, недорого. Прага в этом случае идеально подходит. Кроме экскурсий по сказочно красивой в новогоднем убранстве Праге, можно посетить величественные чешские замки и старинные средневековые города. А если Чехия покажется мала, то на день-два можно совершить вояж в один из соседних городов: Вена, Дрезден, Мюнхен, Нюрнберг или Зальцбург.

Мы разработали несколько десятков разнообразных туров, чтобы учесть интересы самых требовательных любителей путешествий. Не забыты и самые юные туристы. Их ждут музеи игрушек и шоколада, легион Барби, аквапарк и зоопарк и многое другое. Рождественские туры в Прагу – это возможность провести зимние каникулы в увлекательном путешествии и надолго сохранить в душе восторг от поездки и самые теплые воспоминания о Чехии.

2. Каждый год стараемся подготовить для петербуржцев и туристов из других регионов России несколько десятков вариантов туров в Прагу на новогодние и рождественские праздники с разными датами вылета. Среди них есть программы, которые ежегодно пользуются огромным спросом, и, конечно, новые предложения. Но всегда работает главное правило: предложить туристу оптимальный по цене, качественный, интересный и удобный продукт.

3. К сожалению, точной статистики по турпотоку в Прагу нет. Для путешествия в Чехию туристы могут выбрать один из видов транспорта, а значит, это – совершенно разные потоки. К тому же для путешествия им нужно иметь шенгенскую визу. Здесь есть варианты: либо открываем визу в визовом центре или консульстве строго под даты поездки, либо используем «проверенный временем» вариант с финской мультивизой. Одно можно сказать точно: число туристов из России неуклонно растет.

Степан Ватов, директор фирмы «Визави Тревел» (чешский туроператор):

1. Рождество – особенный праздник в жизни чехов. К нему готовятся заранее, его ждут с нетерпением, готовят подарки друзьям и родственникам. Улицы чешских городов становятся краше, устанавливаются елки, шары, появляются многочисленные рождественские базары, в магазинах – рождественские скидки. Люди настроены позитивно, в ожидании чего-то нового, может быть, даже чуда. Все эти настроения передаются и туристам. Наверное, это самые главные особенности зимних туров в Чехию и Прагу.

Некоторые отели, которые ориентированы на русскоговорящих клиентов, предлагают специальный рождественский ужин на православное рождество.

2. Наша компания предлагает разнообразные туры на новогодние каникулы, как по продолжительности пребывания, так и по географии. Мы полностью изменили сайт компании, обновили информацию по отелям, курортам, городам, отелям в горах, лечебному туризму, и это существенно расширило наши предложения. Это касается не только рождественских каникул. Появились возможности совмещать отдых и лечение в лучших клиниках Чехии.

3. Петербуржцы ничем особенно не выделяются среди российских туристов. Они покупают те же туры, которые есть в наших предложениях: экскурсионные туры, в основном недельные, горнолыжные, санаторно-курортное лечение. Для индивидуальных клиентов мы всегда разрабатываем программы по их желанию.

Марина Копашилина, генеральный директор компании «Премьера Тур»:

1. Особенности рождественских и новогодних туров заключаются в невероятно красивом убранстве как столицы, так и других городов Чехии. Прага обладает необыкновенно романтической обстановкой в этот период, отличается своей нарядностью, атмосферой спокойствия, праздника и положительной энергетикой. Многие туристы, зная это, приезжают в страну, чтобы зарядиться позитивными эмоциями до следующего ее посещения.

Особенности гостеприимства Чехии, и в частности Праги, также привлекают многих туристов не только из России, но практически из всех стран мира. И именно в рождественские праздники это особенно ощутимо. Ну и, безусловно, привлекают рождественские распродажи.

2. В нашей компании разработаны новые туры для детей и роди-

Прага
...золотое сердце Европы...

НОВОГОДНИЕ КАНИКУЛЫ!
06.01 - 10.01 (5д./4н.) от 19 000 руб.
09.01 - 15.01 (7д./6н.) от 12 900 руб.

ОФИСЫ ПРОДАЖ:

пр. Бакунина, 5 ул. Некрасова, 24 ул. Большая Морская, 36 ул. Пискаревский (ТЦ "Южный Полос") пр. Ленинский, 119	329-00-35 275-95-94, 275-95-80 640-03-26, 640-03-27 676-51-53 754-66-01	пр. Стачек, 95 (ТРК "Молитвен") пр. Невский, 35 пр. Большая В.О., 18 (ТК "Балтийский") пр. Большевикова, 10 (Гипермаркет ОКЕИ) пр. Чернышевского, 17	333-13-61 971-22-25 876-43-52 336-82-91 441-32-16	пр. Просвещения, 80 (Гипермаркет ОКЕИ) ш. Выборгское, 19 (Гипермаркет ОКЕИ) г. Колпино, ул. Октябрьская, 8 (Гипермаркет ОКЕИ)	336-82-32 302-68-04 441-72-26
--	---	--	---	---	-------------------------------------

WWW.VERSA-TRAVEL.SPB.RU

VEDI Веди Тур Групп
Санкт-Петербург, +7 (812) 642-44-07
Москва, +7 (495) 725-43-65
www.veditour.ru

Чехия рядом!



Премьера тур
 mail@premiera-tour.ru
 www.premiera-tour.ru
 191040, г. Санкт-Петербург, ул. Пушкинская, д.13
 тел.: (812) 575-8026, 575-8588, 572-7333, факс: (812) 575-8026, 572-7333
 Часы работы: пн-пт 11-19, сб 12-17

Экскурсионные туры по Европе: Чехия, Венгрия, Австрия, Италия, Германия, Польша, Швейцария, Франция, Испания • Отдых на лучших курортах мира • Детский и корпоративный отдых • Винно-гастрономические туры • Прием в России и Белоруссии • Разработка индивидуальных туров

→ телей с посещением аквапарка в Праге, зоопарка и других объектов развлечения для всей семьи. Предлагаются комбинированные туры с выездом в Австрию и Германию. Снова стали интересны туры, сочетающие экскурсионную программу и пребывание на одном из чешских курортов.

3. У петербуржцев всегда были популярны туры на зимние каникулы в Чехии, и как раз они чаще выбирают те пакеты, где пребывание в Праге составляет, как минимум, 4 ночи. Также популярен отдых и лечение на курортах Карловы Вары и Марианские Лазни. В следующем году выводим на рынок Петербурга новый продукт, который предлагает нашим туристам побаловать себя первым пивным курортом в Чехии, где они смогут окупаться в дубовую ванну свежесваренного пива, отдохнуть и расслабиться.

Татьяна Рюмина, генеральный директор представительства «АВАНТИ – чешское туристское агентство» в Петербурге:

1. Чехия необычайно привлекательна в это время года. У туристов появляется уникальная возможность посетить замки и крепости. Дело в том, что многие из них, такие, как замок Глубока в Южной Чехии, крепость Карлштейн и другие, закрываются зимой для посетителей. Однако в период рождественских и новогодних праздников они открыты для туристов.

Для любителей шопинга и ярких впечатлений Чехия – самое подходящее место для путешествия во время зимних праздников. Многочисленные рождественские ярмарки и базары проводятся на главных площадях Праги. Помимо покупки подарков, желающие могут отведать блюда традиционной чешской кухни: горячий пуниш, ароматную медовуху, старочешские изделия из теста, жареного карпа и чечевичную похлебку.

2. Кроме традиционных туров в Чехию с прямым перелетом до Праги, мы предлагаем отправиться на новогодние каникулы по программе «Дрезден – Прага» рейсом авиакомпании «Россия» с прилетом в столицу Саксонии – Дрезден. В рамках этого тура у туристов будет возможность увидеть и узнать по-новому европейские города, побывать на экскурсиях по Праге, Дрездену и Вене. Посмотреть старинные чешские и немецкие замки.

Новый год в Праге можно встретить в ресторанах со специально подготовленной развлекательной программой или отправиться на вечеринку на теплоходе по Влтаве. Уникальный вариант встречи Нового года – праздничный ужин в Пражской государственной опере. В этот вечер театр приглашает гостей на оперетту Штрауса «Летучая мышь». В антрактах сервируют праздничный ужин, а в полночь – встреча Нового года и новогодний бал на оперной сцене.

3. Европа всегда интересовала петербуржцев.

Чехия и Прага с каждым годом привлекает все больше жителей нашего города, и вариантов для зимнего отдыха там – сегодня много.

Игорь Мазулов, генеральный директор компании «Петротур Сервис»:

1. Чехия – очень гостеприимная страна. То обстоятельство, что это – славянское государство с традициями, близкими и понятными нам, с отсутствием языкового барьера, делает ее привлекательной для российских туристов. Атмосфера праздника, которую создают в Праге во время встречи Рождества и Нового года, надолго остается в памяти.

2. Традиционно в зимний период на чешском направлении у нас представлено 6 разных программ. Это – автобусные туры в Прагу. Почти все они хорошо востребованы. Кроме того, мы их регулярно обновляем. Так, стали формировать комбинированные туры с посещением, помимо Праги, Вены и Дрездена. Это удобно, экономично, позволяет увидеть три страны за одно путешествие. На автобусе за один тур можно посетить больше старинных замков на севере Чехии, которые обычно редко попадают в основной турпродукт по Праге.

Автобусные туры в Прагу служат для нас локомотивом продвижения на рынке туров в Польшу. Мы объединили в одном пакете Польшу и Чехию, и это заинтересовало туристов. Кроме того, во многие чешские туры включили восьмичасовую экскурсию в Дрезден с посещением Дрезденской галереи – это тоже повысило привлекательность поездки.

Распространенное мнение, что автобусные туры гарантируют поселение в гостиницы 2*, мы, надеюсь, сумеем изменить – «Петротур» работает в Праге с трех- и четырехзвездными отелями, такими, как «Альбион» и «Дуо».

3. Спрос на зимние автобусные туры в Прагу – традиционно высокий. И в этом году – он даже чуть-чуть выше, чем в прошлом. Можно сказать, что для нас зимние каникулы – это высокий сезон. Обычно за время новогодних праздников в Прагу выезжает столько туристов, сколько мы отправляем туда за весь летний сезон.

Резюме

Ведущие туроператоры отмечают высокий спрос на зимний отдых в Чехии, и особенно – на рождественские каникулы в Праге. Способствуют этому широкое предложение праздничных туров, разнообразная ценовая политика, а также введение специальных полетных программ на новогодние праздники.

Итоги года специалисты еще не подвели, но, как сообщила Моника Лингартова, директор представительства Национального туристического управления Чешской Республики в России, за второй квартал 2011 г. поток российских туристов в Чехию увеличился на 50,9 % по сравнению с тем же периодом прошлого года.

На вопрос: «Много ли петербуржцев посетило Чехию?», госпожа Лингартова ответила, что такой статистики, к сожалению, нет. Но известно, что к 1 декабря Генеральное консульство Чешской Республики в Петербурге выдало 23 621 визу. Однако нужно учитывать, что туристы могли посетить Чехию по шенгенской визе, выданной другим государством.

И напоследок госпожа Лингартова добавила: «Пользуясь случаем, от лица Czech Tourism хочу поздравить всех читателей журнала «Турбизнес на Северо-Западе» с предстоящими праздниками и пожелать счастья, здоровья и удачи в новом году!»

Подготовила Елена Муковозова

За здоровьем – в Константиновы Лазни

Кажется, о чешских курортах мы знаем сегодня практически все, но каждый раз, знакомясь с новым курортом, удивляемся тому, как много целебных мест есть еще на территории небольшой Чехии. Одно из них – Константиновы Лазни – совсем недавно стали продвигать на российском рынке. Его презентацию в Петербурге организовало Национальное туристическое управление Чешской Республики Czech Tourism и туроператор по Чехии «Злата Прага».

– Большинство россиян знают наши самые популярные курорты, – отметила Моника Лингартова, директор представитель-

чить заряд бодрости.

Каковы же особенности лечебных программ? Как рассказал главный врач курорта Павел Ванек, Константиновы Лазни специализируются на комплексной диагностике и лечении заболеваний сердечно-сосудистой системы. Разработаны программы оздоровления и реабилитации для пациентов, перенесших инфаркт миокарда, различные операции на сердце и сосудах. Этих программ – большинство, но есть и специальные – по профилактике и лечению варикоза, заболеваний опорно-двигательного аппарата, обмена веществ и дыхательных путей.

стоянный контроль факторов риска для конкретного пациента. Это дает возможность корректировать программу лечения и давать рекомендации на будущее.

Почти все чешские курорты характеризуются современной инфраструктурой, хорошей экологией, целебные минеральные источники и отлаженный сервис. По цене лечебный туризм в Чехии сегодня скорее попадает в среднюю ценовую категорию, доступную для многих.

– Каковы особенности в продвижении нового турпродукта на петербургском рынке и от чего зависит его конкурентоспособность? – спросила я Александра Любимского, генерального директора компании «Злата Прага» – туроператора по Чехии, компании, много лет работающей только по Чешской Республике.

– Самая главная особенность курорта Константиновы Лазни, которую мы собираемся использовать для продвижения, его кардиологическая направленность, – ответил Александр Любимский. – Не так много достойных курортов этого профиля сегодня представлено на нашем рынке. Для начала попробуем предложить двухнедельные лечебные туры в Константиновы Лазни по специальным ценам. Эти цены будут действовать в феврале и марте 2012 г. Посмотрим потом с чешскими коллегами, насколько оптимально в турпакете соотношение цена/качество. Если потребуется – будем корректировать. Но и сегодня вариантов лечения и размещения на этом курорте предлагается довольно много. Выбор есть. Кстати, есть и бонусы, например бесплатное посещение велнес-центра с бассейном. Есть экскурсии с русским гидом, шопинг в Праге или в Германии. Наша компания несколько лет назад уже выводила на рынок курорт Марианские Лазни, тогда спрос на него в Петербурге составлял примерно 2 % от общего числа туристов, посетивших Чехию. Сегодня этот курорт выбирают около 23 % российских туристов, отправляющихся в Чешскую Республику. Так что мы ожидаем роста интереса петербуржцев к новому для них, но уже известному в Европе курорту – Константиновы Лазни.

Елена Муковозова



ства Czech Tourism в России, – но в Чехии сегодня действуют 37 курортов разного профиля. И Константиновы Лазни занимают среди них особое место. Его еще называют «курортом вашего сердца» – здесь действительно лечат сердце и связанные с ним недуги. Он очень популярен у немецких туристов. Надеемся, что оценят его по достоинству и гости из России.

Константиновы Лазни находятся на западе Чехии в «золотом треугольнике», ограниченном знаменитыми курортами – Карловы Вары, Марианские и Франтишковы Лазни. Константиновы Лазни – небольшой город, расположенный в прекрасном парке, как говорят о нем местные жители. Хорошая экология, мощная современная лечебная база плюс забота о каждом пациенте творят чудеса. Сердечники получают на курорте не только лечение, но и возможность почувствовать иное, новое для себя качество жизни.

Что касается инфраструктуры курорта, то она состоит из нескольких отелей («Прусик» 3*, «Ирасек» 3*, «Елизаветин двор»), а также пансионов и вилл. Есть свой велнес-центр «Константин», в котором, кроме ванн, фитнеса и бассейна, туристам предложат массу разнообразных программ массажа – от ароматического и конопляного до чувственного шоколадного. Для тех, кто приехал лечиться в Константиновы Лазни, предусмотрено несколько бесплатных посещений велнес-центра (4 раза в неделю по 2 часа), что повышает привлекательность курорта среди туристов, желающих отдохнуть вдали от суеты и полу-

Комплексные методы лечения в сочетании с индивидуальным подходом к каждому гостю курорта, по мнению главврача, дают хорошие результаты. Важно, что во время пребывания на курорте устанавливается по-

WIZAVI TRAVEL spol s r. o.
 Cestovní agentura - Travel Agency

ЧЕХИЯ • ВЕНГРИЯ • СЛОВАКИЯ

- Новогодние и Рождественские туры
- Горнолыжные курорты
- Санаторно-курортное лечение
- Лечение в лучших клиниках
- Термальные курорты

Представительство в России: Телефон: +7 (495) 787-6602, факс: +7 (499) 972-6800,
 e-mail: vizavi@vizavitravel.com, www.vizavitravel.com
 Головной офис: 33, Rehofova str., 130 00, Prague 3, Czech Republic,
 telephone: +420 222 712 164, fax: +420 222 712 165

ПЕТРОТУР
 ТУРОПЕРАТОР

СПб, Спасский пер., д. 14/35, БЦ «На Сенной», оф. 410,
 ст. м. «Садовая/Сенная пл.», тел.: +7 (812) 60-777-30, 60-777-40
 СПб, ул. Смольякова, д. 12, к. 2, 3 этаж, ст. м. «Выборгская»,
 тел.: +7 (812) 640-67-04, 640-67-05, 640-67-07

НОВОГОДНИЕ И РОЖДЕСТВЕНСКИЕ ТУРЫ ПО ЕВРОПЕ:

НОВЫЙ ГОД В ПРАГЕ от 14 184 руб.
 ПРАГА – ДРЕЗДЕН – ВЕНА от 11 178 руб.
 КОРОЛЕВСКИЙ КРАКОВ от 8 426 руб.
 ЗАМКИ ПОЛЬШИ И ЛИТВЫ от 13 422 руб.
 ОТДЫХ В ЗАКОПАНЕ И НИЗКИХ ТАТРАХ от 15 115 руб.
 ВЕНГРИЯ – АВСТРИЯ от 11 178 руб.
 ФРАНЦИЯ от 12 771 руб.
 ВСЯ ИТАЛИЯ от 19 221 руб.
 ШВЕЙЦАРИЯ от 18 189 руб.
 ГЕРМАНИЯ – ЗАМКИ БАВАРИИ от 15 437 руб.
 ФИНЛЯНДИЯ – ШВЕЦИЯ от 3 983 руб.
 МОРСКИЕ КРУИЗЫ ПО БАЛТИКЕ из Санкт-Петербурга на пароме «Принцесса Анастасия» и «Принцесса Мария»

ТУРЫ ПО РОССИИ:
 ВЕЛИКИЙ УСТЮГ, КАРЕЛИЯ, ЗОЛОТОЕ КОЛЬЦО,
 МОСКВА, КАЗАНЬ, БЕЛАРУСЬ

Многоканальный тел.: +7 (812) 380-45-39
 Бесплатная линия для регионов: 8-800-5555-812

Горы, которые мы выбираем

Обзор горнолыжных курортов Ленинградской области



«Существуют на Земле места, где сходятся те, кто ищет чего-то исключительного...» Эти слова, произнесенные более века назад, актуальны и сегодня. Их можно смело отнести к людям, причастным к одному из самых замечательных видов активного отдыха, отдыха, несущего заряд бодрости, здоровья, радость жизни, отдыха на горных лыжах.

С каждым годом он завоевывает все большую популярность. Тысячи петербуржцев в выходные дни штурмуют электрички и автотрассы, чтобы поскорее добраться до Кавголовских холмов, Коробицыно или любого другого места в Ленинградской области, где есть хоть какие-нибудь горки. Мы решили узнать, что нового могут предложить горнолыжные курорты области своим гостям.

«Орлиная гора»

«Орлиная гора» еще не открылась, но администрация курорта рассчитывает, что это произойдет в ближайшее время, «если погода не помешает и все успеем сделать». «Откроется пока с ценами прошлого года. Разве что «ватрушки» немного подорожают», — сказали в офисе курорта. Никаких изменений в инфраструктуре по сравнению с прошлым годом не произошло — все те же склоны с перепадом высот в 50 м (от крутого «для профессионалов» до совсем детского), три подъемника (один детский), трасса для «ватрушек» и сноуборда.

Напомним, что «Орлиная гора» — один из горнолыжных курортов, расположенных в окрестностях Кавголово. Склоны на Орлиной горе вполне позволяют учиться, совершенствоваться и получать удовольствие от катания. Есть инструкторы, а также детская комната, кафе и прочие радости жизни.

«Северный склон»

«Северный склон», расположенный на берегу озера Хапоярви, — скорее центр отдыха,

чем чисто горнолыжный курорт. Он тоже не изменил ценовую политику по сравнению с прошлым годом.

Отдыхающие могут разместиться в уютной гостинице или в коттедже. Рядом располагаются трассы для равнинных лыж международного уровня на базе СКА. Есть 4 горнолыжные трассы различной (не очень большой, как и на «Орлиной горе») сложности и 2 санные трассы, оборудованные буксировочными подъемниками.

«Пухтолова гора»

Как нам сообщили, изменений в ценовой политике по сравнению с прошлым сезоном не планируется (200 руб. — 10 подъемов, 350 руб. — 20, для детей более чем в 2 раза дешевле). А главная новость — открытие третьего подъемника (трасс там и так было три).

Находится курорт в районе Зеленогорска. «Мы ближе, чем Коробицыно, и выше, чем Охта-парк» — так звучит новый слоган этого курорта. Максимальная длина склона Пухтоловой горы более 400 м, а перепад высот составляет 50 м.

Коробицыно

В поселке Коробицыно — три горнолыжных курорта: «Снежный», «Золотая долина», «Красное озеро».

«Снежный»

Изменения в ценах «Снежный» планирует ввести после Нового года (это общепринятая практика для горнолыжных курортов), а пока главные новости такие — расширена «обсыпка» на третьей и четвертой трассах, что должно улучшить безопасность, и сделаны улучшения в системе снегообразования.

Курорт является единственным в России обладателем сертификата FIS (Международная федерация горных лыж). Ширина склона 85 м, перепад высот 120 м, длина 750 м.

На склоне есть трасса для сноуборда (650 м), существуют «спортивная» и «детская» трассы.

«Золотая долина»

Из новостей «Золотой долины» — открытие пятого подъемника, введение проката «ватрушек» для тех, кто не хочет экстремального катания, и даже прокат лошадей. Ценовая политика не изменилась.

Этот курорт существует уже 12 лет. Здесь 5 склонов, 12 трасс с длиной спусков до 800 м при перепаде высот 90–105 м. На трассах «Золотой долины» катаются очень много постоянных клиентов, которые пользуются сезонными абонементом.

«Красное озеро»

В ближайшее время на курорте должна открыться новая, девятая трасса (длина 450 м, перепад высот 85 м). Кроме того, открывается трасса для skicross и boardcross. Раз в две недели на ней будут проходить соревнования. К чемпионату Европы в декабре будет создана трасса для могула, но для обычных людей она слишком трудная, и сразу после чемпионата ее снова уберут — до весны, когда пройдут следующие официальные соревнования. Но могулом все-таки можно будет заняться — на одной из трасс в 2011 г. создадут небольшой участок для этого. Изменений в ценах до Нового года на «Красном озере» не планируют.

«Красное озеро» — это снежные склоны, 9 трасс различной степени сложности для любителей горных лыж и сноуборда, от начинающих до профессионалов, протяженностью до 1100 м и с перепадом высот до 120 м.

«Туутари-парк»

В летний период здесь была произведена насыпка горы, что позволило увеличить перепад высот. Кроме того, была увеличена длина спуска на детском подъемнике. Ценовая политика прежняя.

«Туутари-парк» находится к югу от Петербурга. Это комплекс с трассами (длиной от 400 до 600 м и перепадом высот от 60 до 80 м) и двумя подъемниками.

«Охта-Парк»

В зимние каникулы в «Охта-Парке», расположенном к северу от Петербурга в районе поселка Кузьмолово, откроется новый сноуборд-парк, построенный австрийскими специалистами.

Прошлогодние тарифы, которые делились на будние, выходного дня и сезонные, заменены на два выгодных предложения: 50 проходов теперь стоят 2500 руб., 100 проходов — 4500 руб. А для детей проход на подъемники станет осуществляться по схеме, принятой на мировых курортах: по росту под планкой 130 см.

В заключение хочется отметить, что горнолыжные курорты Ленинградской области — прекрасное место для «разминки» перед выездом на трассы Больших Альп и Скандинавских гор. ❖

Станислав Дьяковский, вице-президент Всероссийской ассоциации горнолыжных инструкторов и Российской национальной горнолыжной школы (Северо-Западный региональный филиал), член F.I.J.E.T.

Tallink «голосует» за свободу выбора

Когда я стал анализировать предложения паромных операторов, работающих на Балтике, оказалось, что в целом они довольно схожи. Однако есть у одного из них «изюминка», которая заставляет поставить его особняком от других.



На Балтийском море паромам тесно: в этом районе мореплавание действуют больше десятка операторов, а количество судов паромного типа — не менее пятидесяти. В наиболее популярных портах (Таллин, Стокгольм, Хельсинки) работают сразу многие паромные компании, но в Петербурге, к примеру, только две. И если одни едва сводят концы с концами, то другие успешно развиваются, предоставляя партнерам и клиентам все больше возможностей для организации отдыха и приятного времяпрепровождения. Именно к таким и относится концерн AS Tallink Grupp.

Простая история

Его история не слишком длинна, но поучительна.

В 1989 г. в рамках совместного проекта Финляндии и Советского Союза было основано предприятие, главной задачей которого стала организация перевозки туристов между Хельсинки и Таллином. В 1990-м первое (и тогда единственное) судно начало работать, и за год на маршруте удалось переправить с одного берега Балтики на другой около 166 тыс. пассажиров.

— Сейчас в составе нашего флота 19 судов, на которых работают около 4 тыс. специалистов, — констатирует генеральный директор ООО «Таллинк-Ру» Алексей Салумаа. — А всего у нас трудится почти 6,3 тыс. человек. С удовольствием могу отметить, что флот у нас — самый молодой на Балтике, так как большая часть судов построена уже в XXI в. и укомплектована соответствующим образом.

О поступательном развитии компании свидетельствует хотя бы то, что в 2006 г. эстонский Tallink фактически купил обанкротившегося финского паромного оператора Silja Line, ведущего свою историю еще с конца XIX в. Однако новые хозяева поступили очень осмотрительно и не стали его переименовывать, продолжив работать сразу под двумя брендами. И, сохранив имена даже четырем финским паромам, преуспели: объемы перевозок наряду с доходами постоянно растут. В октябре 2011-го, когда пик сезона уже миновал, Tallink Grupp, к примеру, перевез ни много ни мало, а 770 тыс. пассажиров.

Есть «изюминка»

В чем же состоит преимущество этой компании? На первый взгляд, оно не кажется таким очевидным. Однако если вдуматься, то их даже несколько.

Во-первых, флот у Tallink Grupp не только новый. Он разный. Принципиально. Потому что есть Victoria I, работающая на ли-



нии Таллин — Стокгольм. Почти 700 кают на 2,5 тыс. пассажиров. Рестораны и бары. Магазины и SPA-комплекс. Детские игровые комнаты и конференц-залы — трансформеры с возможностью принять одновременно до 410 человек. Путешествуй, работай и развлекайся без перерыва!

Однако есть и Silja Symphony — настоящий большой круизный лайнер с более чем десятком палуб и променадом, на котором любят потусоваться желающие прикупить что-нибудь интересное по столь же интересным ценам. Ведь под боком duty free... А как здесь кормят! Морепродукты, хорошее вино, мороженое — даже эти деликатесы входят в стандартный «шведский» стол.

Но в составе флота Tallink Grupp работает и своеобразное морское такси. Суда концепции Shuttle не столь вместительны (1,9 тыс. человек) и чуть менее комфортабельны, чем их старшие «сестры», но зато как быстро: путь из Таллина до Хельсинки (а это 80 км) занимает всего-то два часа.

И дело не только в уровне и разнообразии судов: Tallink Grupp предлагает целый спектр услуг, которым может воспользоваться турист. В состав консьержа входят 4 отеля в Таллине и один в Риге, а также собственная служба такси. Причем отели в столице Эстонии располагают своими SPA-комплексами, а в одном, расположенном в тихом районе Пирита, можно пройти и лечебные процедуры: у него есть санаторная база.

Как все это связано со свободой выбора? Очень просто. Если турист становится клиентом Tallink (а концерн располагает даже собственной туристической службой) — он ее получает. Потому что у него не будет болеть голова о том, как добраться в нужное место. Где поселиться до или после круиза. Как составить маршрут так, чтобы в одной из столиц Балтики провести времени больше, чем положено во время стандартного тура. Ведь в этом случае в Стокгольме можно остаться не на один, а на пару-тройку дней. Для того, например, чтобы посетить заезжую выставку золота инков или побывать в только что открывшемся частном музее Свена-Харри Карлссона. А отдыхая в милом отелечке старого доброго Таллина, до Хельсинки вообще можно «сходить» на... час. Благо «шаттлы» между этими городами ходят действительно как часы, семь раз в день...

Именно в этом и состоит «изюминка» Tallink Silja: в то время как другие операторы предлагают в основном лишь перевозку и ограниченный спектр развлечений на борту, он готов взять на себя организацию разнообразного отдыха «под ключ». Как на море, так и на берегу. И почти ни в чем клиента не ограничивая.



В Петербург? Посмотрим...

Есть ли вероятность, что Tallink будет заходить в Петербург? Она существует, но все упирается в экономику.

Алексей Салумаа, генеральный директор ООО Таллинк-Ру, не скрывает, что интерес компании к Петербургу есть. «Однако нужно понимать: любая коммерческая компания, в том числе и наша, должна получать прибыль», — говорит он. — С Петербургом этого пока не получалось: посмотрим, как пойдут дела у тех компаний, которые организовали из него маршруты в Хельсинки и Стокгольм».

Объясняется эта осторожность прагматичностью. Ведь паром — это не только большое транспортное средство, которое «ест» массу дорогого горючего, но и крупная гостиница, где постояльцев надо кормить, поить, развлекать и обслуживать. Все это требует и очень хорошей организации (времени на сервис очень мало), и внушительных затрат. Стирка одного килограмма белья в Таллине, по словам Алексея Салумаа, стоит компании 32 евроцента, а вот в Петербурге аналогичная услуга «тянет» на сумму, большую примерно в... 10 раз. И если сложить все затраты, то пока регулярный рейс в Петербург с точки зрения экономики ничего, кроме убытков, принести не может.

Впрочем, это вовсе не значит, что попробовать уровень обслуживания Tallink Silja «на вкус» так уж затруднительно. Ведь добраться до Таллина или Хельсинки из Петербурга не составляет никакого труда. Автобусом. Поездем. Самолетом... А там встретят и помогут, поселят и развеселят. А если кто-то все-таки хочет отправиться на ее лайнерах прямо из города на Неве — и такая возможность тоже есть. Потому что на Новый год из Питера компания «Экспо-Тур» по традиции организует круизы на судах Tallink Silja «Пять столиц Балтики», каждый из которых имеет свои нюансы. ❖

Справка:

Концерн AS Tallink Grupp (<http://www.tallinksilja.ru>) является одной из ведущих судоходных компаний на Балтийском море, предлагающей пассажирские и грузовые паромные перевозки. Осуществляет деятельность под торговыми марками Tallink и Silja Line по маршрутам Таллин — Стокгольм, Рига — Стокгольм и Хельсинки — Таллин (первая), Хельсинки — Стокгольм и Турку — Стокгольм (вторая). За год (с 1 сентября 2010-го до аналогичной даты 2011-го) перевезла 8 млн пассажиров, свыше 1 млн легковых и почти 290 тыс. грузовых автомобилей, продемонстрировав по каждому сегменту перевозок рост от 7,6 до 11,2%.

Итоги лета: стабильности не будет

Результаты летнего сезона 2011 г. показывают, что он, безусловно, был лучше, чем предыдущий. А вот число направлений, на которых туристические компании могут стабильно зарабатывать, сокращается: этот бизнес становится все более рискованным и менее прибыльным.



Не случайно дальновидные предприниматели диверсифицируют бизнес или вовсе переходят в смежные сферы деятельности. Самый яркий пример — уход из туристического холдинга VKO, состоящего из одноименного туроператора и сети агентств VKO-club, его основателей Эллады и Кирилла Песковых. На протяжении 18 лет (с 1994-го) они неизменно компанию возглавляли, однако в этом году покинули родное детище, решив переориентироваться на отельный бизнес...

Основные тенденции

Недавний опрос туроператоров Петербурга, проведенный Северо-Западным отделением РСТ, продемонстрировал, что на фоне усиления конкуренции за клиента и снижения прибыльности бизнеса главным трендом становится рост индивидуального туризма.

Операторы, работающие на таких направлениях, как Болгария, Черногория и даже Испания, бьют тревогу: количество россиян, отдыхающих в этих

странах, растет, но значительная часть из них уже проходит мимо туристических офисов. Многие либо обзавелись своей недвижимостью, либо самостоятельно арендуют ее. Причем нередко — вкладчину и на длительный период (несколько месяцев). А поскольку наличие Интернета и минимальных знаний иностранного позволяет без особых проблем забронировать любую туристическую услугу, части потенциальных туристов посредник в виде турфирмы уже не нужен.

Однако начальник коммерческого отдела «НТК Интурист — Санкт-Петербург» Татьяна Вишнякова считает, что эта опасность преувеличена. «Туристы, которые делают все самостоятельно, были и раньше, и хотя теперь их стало больше, на массовом потоке это сказывается мало, — считает она. — Всегда были, есть и будут люди, которые хотят заплатить деньги за ту работу, которую за них выполняет туроператор: так проще и надежнее. К тому же слухи о том, что самостоятельные бронирования гораздо выгоднее

приобретения путевки, тоже далеко не всегда имеют под собой веские основания».

Второй тренд — рост самостоятельных бронирований. В России объем бронирования туристических услуг через Интернет пока составляет менее 15 %, в то время как в США на сегмент b2c бронирований приходится уже 60 %, в Европе — от 30 до 50 % и даже в Индии — более 23 %. Очевидно, что нашей стране «светит» то же самое. По мнению Марины Колесник, генерально-го директора компании Oktogo.ru, если сейчас россияне только на заказ отелей через Интернет тратят в год около 1 млрд руб., то к 2015-му сумма увеличится в 5–6 раз. Причем пик придется на два ближайших года: туристы все чаще самостоятельно, без посредников, собирают свое путешествие, как мозаику.

Третья тенденция сезона — возвращаясь после кризиса избыточная перевозка и напрямую связанный с ней демпинг. Дошло до того, что эта тема стала одной из основных на состоявшемся в сентябре съезде РСТ. Эксперты

не скрывают: турбизнес, в лучшем случае, работает на грани рентабельности. А это означает, что история «Капитал Тура» вовсе не станет исключением.

Генеральный директор «Сети магазинов горящих путевок» (МГП) Сергей Агафонов, например, привел в пример одну из небольших агентских сетей Петербурга. «Если компания предлагает 20–50 % скидки от стоимости путевки, то несложно спрогнозировать, что с ней будет», — подчеркнул он. Генеральный директор компании «Ванд Интернэшнл тур» Татьяна Ванд констатировала, что этим летом под серьезный демпинг попала Греция. «Туры на Крит в июне — июле можно было купить за 100 евро, а в августе — за 300–400. И это включая перевозку, наземное обслуживание и т. д., — заметила она. — Италия также была представлена не лучшим образом, и понятно, что некоторые операторы потеряли еще больше, чем в прошлом году, а заработали — меньше». Отчасти это подтверждают и данные АТОР о проценте занятости пассажирских

кресел на международных рейсах: по итогам 9 месяцев 2011 г. он уменьшился на 1,1 %, составив 82,7 %. Это означает, что рейсов стало еще больше, чем нужно.

Заместитель генерального директора компании «Нева» Елена Бородина не скрывает, что и в Петербурге демпинг как способ ведения бизнеса присутствует. «У нас это явление распространено гораздо меньше, чем в Москве, — считает она. — В основном его используют московские же крупные компании, приходящие на наш рынок: они привыкли работать по правилам, которые пытаются внедрить и здесь».

Предложение явно превышает спрос, и это касается не только Черногории, но и любого другого направления (Греция, Турция, Болгария), — полагает исполнительный директор турфирмы «Времена года» Варвара Урутина. — Людей, которые хотят и могут отдыхать за границей, год от года больше не становится, а вот количество самолетов растет. Это какой-то неуправляемый процесс: к сожалению, заказчики чартерных рейсов никак не могут (или не хотят) договориться между собой и попытаться урегулировать рынок в Петербурге.

Проблемы, существовавшие на таком направлении, как Греция, действительно напрямую связаны с избытком перевозки и последовавшим за ним демпингом со стороны ряда компаний, — резюмирует Татьяна Вишнякова. — Практика показывает: если на том или ином направлении удается достигнуть баланса, то все от этого выигрывают. Однако договориться удается редко.

Увы, но все эти тенденции не способствуют стабильности работы туристического бизнеса. Если к ним прибавить неприятности локального характера (такие, как многочисленные случаи пищевых отравлений, история с «Алма Тур» и прочие), то легкой жизни ни для компаний Петербурга, ни для отдельных направлений отдыха не предвидится.

Впрочем, если судить по объемным показателям, то лето 2011 г. для выездного туризма оказалось успешным. «Во всяком случае, оно было лучше сезона прошлого года, — уверена Елена Бородина. — И во многом это произошло благодаря тому, что избыток перевозки оказался не таким большим, как могло быть».

Что же происходило на основных направлениях?

В целом и в частности

Если говорить о перераспределении турпотоков, которого так все ждали в начале сезона, оно произошло лишь отчасти. Да и целом выезд россиян на отдых возрос не так уж сильно — только на 11,8 %.

По данным АТОР, за первую половину 2011 г. из летних направлений (речь идет о регионах Средиземного и Черного морей) основные потери понесли Египет и Тунис — минус 57 и 40 % (к уровню 2010 г.) соответственно. Но и Турция прибавила лишь 22,6 %: по этому показателю ее обошли и Испания (53 %), и Греция (75 %), и Италия (34 %), и Кипр (42 %). Но даже они отстали от Таиланда (+87 %) и Кубы (+106 %)... Вот это динамика! Да и в динамике расширения доли рынка Турция европейским лидерам российского туризма проиграла, так как за год она увеличила ее лишь на 1,7 %, в то время как Греция, Испания и Италия — на величину от 3,3 до 4,3 %.

Вместе с тем в объемных показателях Турция по-прежнему равных нет: по причине схода с «дистанции» Египта, впервые в истории, количество отдыхающих в Турции россиянами перевалило за 3 млн. По данным

турецкой стороны, за 9 месяцев 2011-го в стране побывало 3,176 млн россиян, причем в течение 5 месяцев (с мая по сентябрь) их приезжало на отдых не менее 500 тыс. Россияне сохранили вторую позицию по объему прибытий (после немцев), занимая 12,4 % от числа всех гостей страны. И хотя планы прибавить сразу миллион туристов из России, похоже, не сбудутся, свой кусок от египетского «пирога» Турция все же «откусила».

Самым успешным направлением в летнем сезоне стала Анталия, — констатирует руководитель петербургского офиса «Пегас Туристик» Мария Бакерина. — Здесь большой объем перевозки оправдал себя. А часть греческих рейсов пришлось перенаправить на Испанию, которая пользовалась повышенным спросом. Приятно отметить, что в Египет мы отлетали со стопроцентной загрузкой.

Татьяна Вишнякова из «НТК

Интурист — Санкт-Петербург» «турецкий» сезон называет вполне удачным. Впрочем, по ее словам, летний Египет, благодаря небольшому объему перевозки, тоже оказался весьма хорош. «Как только ближе к осени на направлении появилась масса перевозки, ни к чему хорошему это не привело», — замечает она.

Сезон по таким странам, как Черногория, Хорватия, Испания и Болгария, у нас оказался вполне успешным, — констатирует Елена Бородина из «Невы». — И даже Турция, несмотря на разные нюансы сезона, порадовала.

С мнением коллеги согласна и руководитель петербургского офиса компании Apex Tour Виктория Григорьева. «У нас сезон по Турции прошел удивительно хорошо — не «сгорело» ни одного кресла, а глубина продаж оказалась достаточно большой, — говорит она. — Небольшой спад был в конце июля, но это характерно для каждого сезона. А →

PEGAS TOURISTIK

Египет
Таиланд
Турция
Индонезия

ПРЯМЫЕ ВЫЛЕТЫ ИЗ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

спрашивайте в агентствах города

640 90 40

WWW.PEGAST.RU

→ успех сезона объясняю тем, что акция раннего бронирования началась у нас очень рано, еще в январе, поэтому спрос оказался более равномерно распределен по разным месяцам.

А что европейцы? Испания «растет». За 9 месяцев ее посетили почти 46 млн туристов (+8%), а к концу года испанцы планируют увеличить этот результат до 57 млн человек. Как подчеркнул министр промышленности, туризма и торговли страны Мигель Себастьян, «у Испании дела пошли в гору» и «она предлагает сейчас нечто большее, чем море, солнце и песок». Туроператоры Петербурга отмечают, что на фоне неурядиц на севере Африки Испания со своей стабильностью и большим разнообразием вариантов отдыха выглядит вполне привлекательно. Что и подтверждают показатели: по оценке экспертов, в завершившемся летнем сезоне она прибавила в объемах, как минимум, 20–30%.

Испания продавалась отлично: к своему блоку мы постоянно докупали дополнительные места, — констатирует **Ольга Гончарова, руководитель компании «Иволга»**. — Однако это связано не только с большим спросом на направлении, но и с отличной работой нашего менеджера: в предыдущие годы таких результатов мы не получали.

Греция тоже на коне. Причем характерно, что, несмотря на тяжелую в целом ситуацию в ее экономике, туризм демонстрирует устойчивый рост. По оценкам греческой стороны, турпоток из России в Грецию за 9 месяцев этого года рекордно вырос — на 57,5%. И хотя в объемных показателях «нашим» до немцев в этой стране еще далеко, русские компенсируют свою малочисленность высоким покупательским спросом. Так, по данным Банка Греции, за три квартала россияне оставили в этой стране 546 млн евро — это на 46% больше, чем годом ранее! И все было бы хорошо, если бы не демпинг...

Как считает **генеральный директор компании «Музенидис Трэвел» Александр Цандекиди**, ценовые войны становятся типичной чертой для Греции и по этой причине на следующий год с направления уйдет целый ряд игроков. А вот **руководитель компании «Библио Глобус» Александр Туголуков** смотрит на направление по-другому. «Перед нами стояла задача по трехкратному увеличению объемов по Греции и расширению географии полетов на ее курорты из регионов России (в том числе из Петербурга) — она была выполнена». Наибольший избыток перевозок операторы отмечают по Родосу и Криту: по их оценке, он составлял не меньше 25% от реальной потребности.

Елена Бородина считает, что

как раз Греция «отличилась» в Петербурге по поводу избытка перевозки. «На некоторых ее направлениях она была настолько велика, что еще на старте сезона было понятно — «горения» не избежать, — резюмирует заместитель генерального директора «Невы». — И только когда «воздух» был приведен в соответствие со спросом, ситуация стабилизировалась».

А вот **руководитель петербургского представительства «Музенидис Трэвел» Елена Нефедкина** итогами сезона довольна. «Туристические потоки в Средиземноморье по понятным причинам перераспределились, но этот процесс для Греции оказался позитивным — так она комментирует ситуацию. — Для первого сезона из Петербурга результаты хорошие: мы отправили в Грецию около 16 тыс. туристов. Лучшее всего продавались Халкидики, но и по Криту продажи вполне приемлемы. А вот с Афинами дела были похуже. Что касается объема перевозок, то я не считаю его чрезмерным...»

Еще один крупный игрок летнего туристического рынка, Италия, хотя прибавила за сезон и не так много, как конкуренты, но тоже весьма существенно. В небольшой стелени этому способствовало то, что расширилась география полетов из Петербурга: в этом сезоне впервые был поднят чартер на Неаполь. Если учесть, что летом из Петербурга можно было улететь не менее чем в шесть регионов Италии, это позволило увеличить выбор и, соответственно, нарастить объемы отправки туристов в страну.

В целом сезон по Италии оказался достаточно хорошим, — констатирует **начальник отдела продаж компании «Фламинго» Светлана Беляшова**. — Каких-то явных проблем не было, но Пиза в этом году продавалась похуже. А вот Римини и Сицилия — вполне успешно. Что касается Неаполя, то он оказался не так популярен. Но ожидать от направления, которое действует первый год, каких-то доходов, не приходится: на нем происходила обычная в таком случае «раскачка». Надеюсь, что в следующем году спрос на Неаполь будет заметно большим.

«В сезоне наша компания была участником трех чартерных программ, — говорит **генеральный директор компании «РОССИТА» Тамара Ро**. — Это рейсы в Римини, которые позволяют организовать много вариаций классических программ по самым известным городам Италии, а также комбинированные маршруты Италия + Франция, Италия + Австрия, Италия + Швейцария и Германия. Все большей популярностью пользуется и маршрут на Сицилию с комбинацией экскурсий и отдыха на побережьях Катании и

Палермо. Новинка сезона, прямые рейсы в Неаполь, трудно набирала обороты, но к концу сезона спрос превышал предложение. Надеемся, что в будущем сезоне она будет более востребована и популярна».

Как весьма удачные оценивает итоги сезона по Римини и Татьяна Вишнякова. «В этом году мы впервые вышли на это направление и оказались полностью удовлетворены результатами, — отмечает она. — Во всяком случае, они оказались даже лучше, чем по испанской Барселоне».

Болгарский Национальный институт статистики подсчитал, что за 8 месяцев в страну приехало 4 млн гостей, а рост турпотока составил около 5%.

Основной приток дали Россия, Германия и Украина, причем в этом году число туристов из России (290 тыс. человек) впервые превысило показатели потока из Германии (242 тыс.). И тут все было вроде бы хорошо, но под занавес сезона случились серьезные проблемы из-за конфликта Bulgaria Air и туроператора «Алма Тур»: из-за этого тысячи туристов (в том числе и петербуржцы) «застряли» на несколько суток в болгарских аэропортах. Как ни печально, но ни местные власти, ни принимающая сторона не проявили должной расторопности в решении вопроса: теперь имидж Болгарии как стабильной и надежной для комфортного отдыха страны подорван.

Однако с этим не согласны операторы, которые не участвовали в скандале с Bulgaria Air. «У нас рост турпотока в Болгарию составил около 30%, — констатирует **руководитель отдела «Солвекс-Турне» Елена Малькова**. — А поскольку программы в основном завершились до этих событий, то и наши туристы никак не пострадали. Конечно, какой-то шлейф негатива есть, но если говорить о следующем летнем сезоне, то, скорее всего, к его началу все забудется. Поэтому мы намерены только расширять программы по Болгарии».

А как дела по Кипру? Общий вездный турпоток на остров Афродиты в октябре, к примеру, когда сезон завершается, вырос относительно прошлого года на 7,5%, а российские туристы продолжают держать пальму первенства по этому показателю: их число увеличилось на 45,8%. Тенденцию подтверждает и **маркетинг-менеджер Кипрской организации по туризму Мария Михайлова**.

— Этот сезон был очень удачным для Кипра: в период с января по ноябрь остров посетило 2,234 млн туристов (+10,6% по сравнению с 2010 г.), — говорит она. — Что касается России, то турпоток из нее на Кипр вырос сразу на 50% и превысил 321 тыс. человек. Стоит отметить, что только из Петербурга

на остров прибыло 53 тыс. туристов (+52%). Такие показатели объясняются довольно просто: россияне влекли чистейшие пляжи, репутация безопасного места для семейного отдыха и высокие стандарты обслуживания.

На Кипре россиянам удалось обойти немцев: они занимают вторую строчку рейтинга туристических прибытий, уступая только гражданам Великобритании. Причем динамика роста турпотока из России куда выше, чем у европейцев. Свою роль в этом играет облегченный визовый режим: для поездки с туристическими целями граждане нашей страны могут оформить визу на Кипр даже через Интернет.

— Сезон оказался удачным, хотя не обошлось и без сложностей, — комментирует **руководитель отдела компании «Солвекс-Турне» Дмитрий Волошин**. — Во-первых, в прошедшем сезоне практически не было Пафоса: в результате львиная доля туристов отдыхала только в Айя-Напе и в Лимассоле. Во-вторых, в середине лета не удалось избежать «горения», которое затронуло даже август: наибольший спрос, таким образом, сместился на весну и осень. Но в объемах сезон порадовал.

В Черногории, подводя итоги летнего сезона, тоже остались довольны: доходы туристического сектора выросли на 5,6%, а число туристов — на 8,4% (до 1,1 млн человек). Причем есть один очень важный нюанс, который состоит в том, что множество туристов являются «возвратными», приезжая в страну из года в год. Поэтому местные эксперты считают, что в ближайшие 10 лет Черногория станет наиболее активно развивающимся туристическим рынком мира и к 2021 г. совокупные доходы от туризма будут превышать треть от ее ВВП (36%).

Именно на примере этой страны как раз хорошо видны те проблемы, с которыми сейчас сталкивается туристический бизнес. Из-за того что многие туристы благодаря отсутствию визы едут в страну самостоятельно, начиная со второй половины июня значительная часть туров в течение месяца реализовывалась по спецпредложениям. В результате направление оказалось менее прибыльным, чем хотелось бы. Хотя могло быть и еще хуже... Примерно такая же ситуация сложилась и по Хорватии: обе эти страны характеризуются довольно узкой отельной базой и по большей части ориентированы на европейский рынок.

— Несмотря на проблемы объективного характера, итоги сезона по Черногории и Хорватии нас устраивают, — отмечает **заместитель директора по региону компании «Асент Трэвел» Дмитрий Петров**. — Объясняется это тем, что мы заранее бронируем отели, и поэтому ни-

каких проблем с размещением туристов, в отличие от других компаний, у нас нет.

«Сезон не лучше и не хуже предыдущих: что-то продавалось заблаговременно, что-то — в последний момент, а что-то вообще не продавалось. Как и у всех... — говорит Варвара Урутина из «Времен года». — Но нам всегда помогает хорошее знание страны, специфики курортов и гостиниц, а также желание предложить то, что безусловно понравится заказчику. К примеру, становится все больше желающих комбинировать две страны в одной поездке — Черногорию и Южную Хорватию (район Дубровника), совершать безвизовые круизы по Адриатике из Черногории. Однако угнетает то, что часть сотрудников фирм, пытающихся продать страну, просто некомпетентны и не могут предоставить туристу достоверной информации. Ведь продать поездку в Черногорию — не самое важное: нужно, чтобы человек захотел туда вернуться...»

В Тунисе новый министр торговли и туризма Мехди Хуас подчеркнул, что российский турпоток в этом году «просел» значительно меньше европейского: «наши» заняли четвертое место. Жители Европы попросту игнорируют Тунис, так как из Франции в Тунис за 9 месяцев туристов приехало на 43% меньше,

из Германии — на 45%, из Италии — на 69%, а испанский и скандинавские рынки «просели» более чем на 80%. В то же время россияне в Тунисе стало меньше лишь на 18%, и поэтому новые власти страны уделяют им повышенное внимание. Однако положение в туристической Туниса сложное: в стране работает около 840 отелей на 240 тыс. мест, но их средняя заполняемость в этом году не превышала 30,5%, а многие вообще стояли пустыми. И это тоже характерный пример того, как легко потерять доверие туристов и как трудно его вновь завоевывать...

Впрочем, петербургские операторы оценивают результаты сезона положительно. «Он оказался даже лучше, чем мы ожидали, — констатирует **менеджер компании «Экспресс Тур» Светлана Михайлова**. — Май начался очень тяжело, но когда в июне из Туниса стали возвращаться довольные отдыхом туристы, дела пошли гораздо лучше. И на протяжении всего лета, а затем и сентября, продажи шли хорошо. Однако в октябре все же случился спад, которого не предвидели».

Что касается новинки сезона, Марокко, то и тут не все так плохо. «Да, сложности на направлении были. И это неудивительно, потому что оно впервые было представлено в Петербурге — туристы его очень мало знают, —

констатирует Елена Бородина. — Пришлось много средств вкладывать в рекламу, и поэтому говорить о прибыльности направления не приходится. Но мы уверены: спрос на Марокко в Петербурге есть, он растет, и в следующем сезоне программа не только сохранится, но и будет расширена».

А вот по поводу Мальты, которая оказалась одной из «крайних» в ходе революционных событий в Тунисе и Ливии, мнения операторов серьезно расходятся.

— Дела в этом сезоне шли хуже, чем в 2010-м, — с сожалением говорит Ольга Гончарова из «Иволги». — Вроде бы и с перевозкой все было в порядке, но если бы не студенты и дети, которые едут на Мальту учиться, то вряд ли удалось бы закрыть все места. Но причина вовсе не в том, что Мальта оказалась ближе всех к событиям на севере Африки: на Грецию из Петербурга было поставлено 12 самолетов в неделю — в результате она «горела» ясным пламенем и туры продавали по 300 евро. С этим конкурировать невозможно...

— Для нашей компании сезон по Мальте был удачным, — комментирует Тамара Ро. — Небывало возрос спрос на обучение английскому языку. А туров с обучением нами было разработано очень много: это и программы для школьников, для

молодежи и студентов, а также для петербуржцев разного другого возраста. Желающих отдохнуть тоже хватало: в августе и сентябре даже случались трудности по бронированию отелей, чего не наблюдалось в предыдущие сезоны».

Резюме

Спорить с мнением о том, что количество потенциальных туристов, выезжающих за рубеж из Петербурга, почти не растет, сложно, и плюс в 10% — яркое тому подтверждение.

В этой связи негативные события (такие, как революции в Тунисе и Египте) ничего хорошего не сулят: если альтернативы (в первую очередь по стоимости) им предложено не будет, надеяться на то, что туристы массово поедут в более дорогую Европу, безосновательно.

А если это так, то петербургским туроператорам придется немало поломать голову над тем, как в следующем летнем сезоне сохранить привлекательность и одновременно заработать. Увы, но тенденция последних лет не радует, так как туризм становится все более прагматичной отраслью, в которой надо просчитывать «ходы», как в шахматах. И стоит сделать только один неверный — и можно из верного «плюса» оказаться в очень глубоком «минусе»...

Владимир Сергачев

Новый Год и Рождество на Канарах!

Замёрз? А у нас тут жарко!

Два прямых самолета! 30/12 и 03/01

Тенерифе и Гран Канария

острова вечного лета ждут Вас!

ОФИСЫ ПРОДАЖ:

пр. Бакунина, 5	329-00-35	пр. Станок, 99 (ТРК «Континент»)	333-13-61
ул. Некрасова, 24	275-95-94, 275-95-80	пр. Невазский, 35	971-22-25
ул. Большая Морская, 36	640-03-26, 640-03-27	пр. Большой В.О., 68 (ТК «Балтийский»)	676-43-52
ул. Пражская, 48/50 (ТЦ «Южный Полос»)	676-51-33	пр. Большевикова, 19 (Гипермаркет ОКЕЙ)	336-82-81
пр. Ленинская, 119	754-68-01	пр. Чернышевского, 17	441-32-16

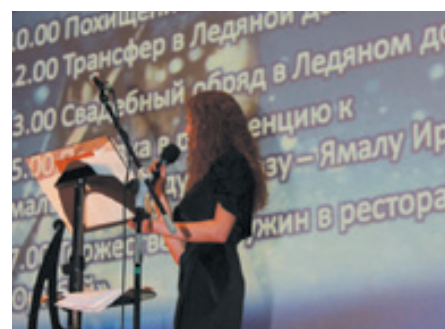
WWW.VERSA-TRAVEL.SPB.RU

пр. Просвещения, 80 (Гипермаркет ОКЕЙ) 336-82-32
 ш. Выборгское, 19 (Гипермаркет ОКЕЙ) 702-08-04
 г. Колпино, ул. Октябрьская, 8 (Гипермаркет ОКЕЙ) 490-72-20

Мы в контакте: vkontakte.ru/versatour

Лучший приз – стажировка

Главной наградой для участников финала конкурса «Новые лица туризма» стала возможность пройти стажировки в одном из отелей Melia Hotels International и на судах компании St. Peter Line.



15 ноября в концертном зале отеля «Санкт-Петербург» состоялся финал Пятого молодежного межвузовского конкурса «Новые лица туризма 2011», в котором соревновались шестеро лучших представителей профильных вузов Северо-Запада. Определить тех, кто будет состязаться на заключительном очном этапе, оказалось непросто: лишь за несколько дней до финала экспертный совет сумел рассмотреть все «домашние задания» конкурсантов и выбрать наиболее достойных.

В их число вошли Екатерина Бевзик (Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики), Евгения Бондарь (Балтийская академия туризма и предпринимательства), Людмила Гритченко (Балтийский федеральный университет имени Иммануила Канта), Алексей Захаров (Санкт-Петербургский государственный университет), Кристина Хромова (Санкт-Петербургский государственный инженерно-экономический университет) и Анна Яковлева (Ленинградский государственный университет имени А. С. Пушкина).

«Изыюминкой» конкурса на этот раз стало то, что конкурсантам было предложено подготовить реально реализуемый (и, следовательно, экономически обоснованный и прибыльный) проект какого-либо тура. Причем не просто тура, а рассчитанного на низкий сезон, обычно характеризующийся малым количеством туристов.

И шестерка лучших с заданием справилась. Екатерина Бевзик и Евгения Бондарь отдали предпочтение организации оригинальных проектов «Свадебный тур «Ледяной дом» (первая) и «Разработка свадебного туристского продукта для низкого сезона в Царском Селе» (вторая). Алексей Захаров пригласил желающих в тур «Меж двух столиц: путешествие из Петербурга в Москву». Людмила Гритченко (она оказалась единственной участницей, представляющей не петербургский вуз) позвала прогуляться по очаровательной Клайпеде. Кристина Хромова – погрузить детей и взрослых в атмосферу мира персонажей детства (проект «Терем Русской Сказки»), а Анна Яковлева – устроить познавательную феерию в «Музейном центре «Невский форум».

Финал конкурса оказался бурным. Были и интересные «домашние заготовки», и яркие представления участников, и шумное «болевание» за «своих», и проекты, которые сразу же заинтересовали профессиональных членов жюри. Не обошлось и без каверзных вопросов с их стороны: «профи» были совсем не прочь проверить «качество» будущих коллег. Особенно сложно пришлось конкурсантам во время «Конкурса ситуаций», когда надо было ответить без предварительной подготовки. Можно ли отправиться отдыхать на Сейшлы с наградным пистолетом? Посетить семью Валаам в Новый год? Сколько стоит «сверхплановый» багаж? В какую реку впадает Иртыш? Согласитесь, что «с лету» ответить на такие вопросы смогут далеко не все, кто уже работает в туризме...

А заключительным аккордом испытаний стало представление страны. И тут творческие способности конкурсантов «расцвели» по-настоящему. Людмила Гритченко из Калининграда выступила в роли страстной испанки. Евгения Бондарь перевоплотилась в древнегреческую богиню. Алексей Захаров и спел, и сплясал во время представления болливуд-

ского шоу «Приключения русского в Индии». Анна Яковлева обернулась сначала селянкой, а потом и средневековой герцогиней, властвующей в Венгрии. Кристина Хромова представила на суд зрителей и жюри собственный взгляд на свадьбу принца Уильяма и Кейт Миддлтон. А «ирландская сказка» Екатерины Бевзик закончилась сладким угощением для жюри... Трудно сказать, насколько повлиял этот факт на его решение, но именно она по итогам всех четырех финальных испытаний и была признана победительницей.

Однако еще до того, как ее имя было названо, генеральный директор туристической компании «Мир» Валерий Фридман, который задал ребятам немало трудных вопросов, посоветовал им всегда быть собранными и честными по отношению к клиентам. «Относитесь к своей работе ответственно: дарить людям отдых и радость – это очень серьезно, и нужно многое уметь и знать», – сказал он. А Сергей Корнеев, сопредседатель жюри и вице-президент РСТ, подчеркнул, что «задача конкурса – не просто выбрать лучших студентов и наградить их, а разжечь в ребятах стремление к совершенству, вкус к здоровой состязательности». Именно такие соревнования, в которых будущие специалисты могут проявить себя с самых разных сторон, как раз и позволяют им показать себя потенциальным работодателям: многие из них оказались среди членов жюри.

Впрочем, посоревноваться ребятам было за что. Спонсоры конкурса и его партнеры не поспешили: старание участников стать лучшими оценили по достоинству. Каждый из них получил ценные призы, а также стажировки в лучших предприятиях сферы туризма и гостеприимства Петербурга и за рубежом.

Каждый участник конкурса получил поощрение. Анна Яковлева – работу в качестве помощника руководителя рекламной группы на туре в Египет от компании «Тез Тур Северо-Запад», отдых в отеле «Гранд Петергоф» и стажировку в «Школе отельеров». Кристина Хромова – аналогичный приз от «Тез Тура» и курс обучения в НОУ «Школа Амбассадор». Евгения Бондарь – путевку на двоих в Эстонию с размещением в гостинице Toila Spa Hotel от «Центрального бюро путешествий и экскурсий Санкт-Петербурга». А финалисты, занявшие четвертое, пятое и шестое места, получили стажировку в ГК «Новый Петергоф» с возможностью использования SPA-комплекса «Гранд Петергоф СПА Отеля».

Однако это не все. Приз зрительских симпатий и право на стажировку в Президентской библиотеке им. Б. Н. Ельцина получила Кристина Хромова. Бюро Советника по туризму Венгрии поддержало Анну Яковлеву за представление страны поощрительным подарком. А представитель Российского государственного гидрометеорологического университета Антон Кралин, не добравшийся до финала, получил в качестве «утешительного приза» погружение в главный аквариум океанариума «Планета Нептун».

Пятый конкурс «Новые лица туризма» показал: в Петербурге и на Северо-Западе подрастает достойная смена людям, которые начинали туристический бизнес в макрорегионе с нуля. А это означает, что скоро в компании придут молодые, инициативные и получившие специальное образование ребята, способные сказать в туризме новое слово. Во всяком случае, в это хочется верить... ❗

Владимир Сергачев

Петербургский международный workshop 2012

24 января 2012 г. в отеле Sokos Hotel Palace Bridge пройдет пятый Петербургский международный workshop, организованный Северо-Западным региональным отделением Российского союза туристической индустрии и АНТОР.

Его цель, как и прежде, – предоставить туристическому бизнесу на Северо-Западе России полезные деловые контакты, открыть новые возможности стран и направлений, познакомить с возникшей за год инфраструктурой, отелями, программами, поспособствовать увеличению туристического потока.

Workshop будет состоять из двух частей: утром – встречи и пленарная работа, после обеда – на выбор мастер-классы членов АНТОР и иных предприятий туристической индустрии в рамках «Академии АНТОР» или же презентации компаний и направлений.

К участию приглашаются все российские и иностранные компании и организации, работающие в сфере туризма.

Более подробная информация – на сайте Северо-Западного регионального отделения Российского союза туристической индустрии (www.rstnw.ru) в разделе «St. Petersburg International Workshop». Задать все интересующие Вас вопросы и отправить заявку на участие в Петербургском международном workshop Вы можете по телефону: (812) 325-11-44 или по адресам: nw@rata.spb.ru, tatiana.gavrilova@rata.spb.ru.

По карьерной лестнице туризма

Индустрия туризма и гостиничного хозяйства создает прекрасные карьерные возможности для молодых и амбициозных специалистов. Однако карьерная лестница в отрасли не аналогична социальному лифту – все ее ступени нужно преодолевать последовательно.



В кризис туристическая отрасль показала себя одним из самых устойчивых секторов экономики, который в период восстановления начал бурно расти. «В мире туризма по общему обороту средств приближается к предприятиям ТЭК и ВПК. В Петербурге рост туристической индустрии не прекращался с 2003 г., и сейчас с отраслью только напрямую связано не менее 5 % работающих петербуржцев», – отмечает вице-президент РСТ Сергей Корнеев.

По мнению эксперта, кризис резко активизировал использование в туризме новых технологий. Внедрять инновации и пользоваться ими могут кадры лишь высокого уровня подготовки, способные к постоянному «апгрейду». Подготовка высококлассных специалистов сферы туризма и гостеприимства – задача учебных заведений Петербурга. Ведь у города богатые традиции: ленинградская школа гидов-переводчиков признавалась лучшей в Советском Союзе.

У Северной столицы действительно есть шанс стать настоящим «хабом» подготовки кадров для предприятий туристической индустрии и гостиничного хозяйства. И не только для Северо-Запада, но и для России в целом. Один из удачных примеров – Санкт-Петербургский университет сервиса и экономики, вставший во главе Национального научно-образовательного инновационно-технологического консорциума вузов сервиса. Это масштабное образование проведет профессиональную переподготовку 44 тыс. сотрудников для различных объектов

Туризм – территория молодежи

Изменить туристический имидж Петербурга помогут новые турпродукты, разработанные молодыми специалистами.



Поддержка администрацией Петербурга молодежного межвузовского конкурса «Новые лица туризма 2011» – один из шагов к тому, чтобы создать в Северной столице совершенно новое туристическое пространство, в котором сочетались бы как классические историко-познавательные, так и инновационные и даже «дерзкие» проекты.

«Санкт-Петербург – это город лофт-проектов, молодежных инициатив, в том числе в туризме. Мы уже встречались с ребятами, которые сразу по окончании университета или еще во время учебы придумывали необычные туристические маршруты или открывали собственные турфирмы», – рассказывает председатель Комитета по молодежной политике и взаимодействию с общественными органи-

зациями Александр Николаев.

В планах администрации города – поддержка таких инициатив в рамках проекта «Неформальный Петербург». Специалисты комитета готовы проводить бесплатные консультации по доведению блестящих идей до состояния бизнес-планов, которые смогут быть воплощены в жизнь и принести прибыль.

Член экспертного совета конкурса «Новые лица туризма 2011», генеральный директор программы «Карта гостя Санкт-Петербурга» Виктор Куртышев, непосредственно работавший с проектами юных участников, отмечает их амбициозность. «Зачастую молодежь предлагает очень масштабные и инвестиционно затратные проекты, рассчитывает на бюджетные вливания, тогда как нужно привлекать крупные холдинговые компании». Но задача консультанта в таком случае – не «зарубить» проект, сообщив автору о его потенциальной неосуществимости. Наоборот, нужно подсказать, в каком направлении двигаться, чтобы идея стала более реалистичной и обрела материальное воплощение, заключает эксперт.

Павел Румянцев

Олимпиады-2014 в г. Сочи.

Студенты профильных вузов Северо-Запада начинают оттачивать свои навыки еще в годы учебы. Споспобствуют этому различные профессиональные конкурсы, в том числе «Новые лица туризма». В этом году в финале масштабного состязания приняли участие представители шести вузов региона, соревновавшиеся как в профессиональных компетенциях, так и в личных качествах. Победительницей конкурса, кстати, стала студентка того же СПбГУСЭ Екатерина Бевзик. «Самое востребованное направление сейчас – это подготовка линейного персонала для конкретных объектов сферы туризма и гостеприимства, – подчеркивает исполнительный директор НОУ «Санкт-Петербургский учебный центр подготовки специалистов сферы гостеприимства и повышения их квалификации» Ольга Якубенко. – А в последнее время пользуется спросом повышение квалификации преподавателей профильных вузов и ссузов».

Несмотря на вдохновляющие перспективы и высокое качество подготовки, студентам нужно понимать, что карьера в туризме или отельном бизнесе начинается не с самых высоких позиций. Чтобы добиться успеха, необходим упорный каждодневный труд, и сразу после окончания вуза топ-менеджером не стать. Туризм – это высокая карьерная лестница, по которой необходимо взбираться, полагают эксперты.

Павел Румянцев

«Музенидис Трэвел» открывает новый остров



В 2012 г. компания «Музенидис Трэвел», ведущий туроператор по Греции, открывает для российских туристов новое направление – остров Тасос.

«Здесь просто идеальные условия для отдыха туристов всех возрастов. Раннее бронирование туров на лето следующего года на этот остров уже началось», – сказал генеральный директор компании Александр Цандекиди.

По его словам, прежде остров Тасос практически не был известен на российском рынке, «между тем здесь современные и колоритные отели, в которых россиянам очень понравится».

Тасос, живописный остров в Эгейском море, отделен от Греции одноименным проливом. Среди достопримечательностей – Археологический музей с уникальными коллекциями экспонатов с VII в. до н. э., Этнографический музей, музей Ваги, музей оливок и оливкового масла. В числе православных святынь Тасоса – монастырь Святого Пантелеймона, монастырь Архангела Михаила, церковь Богородицы в деревне Панагия, храм Святых Константина и Елены, храм Святого Афанасия и другие.

Интерфакс-Туризм

Interhome и TripAdvisor стали партнерами



В ноябре Interhome – ведущий европейский поставщик домов и квартир для отдыха – с целью увеличения каналов и возможностей реализации своих домов и апартаментов подписал соглашение с TripAdvisor – самым крупным и популярным порталом о путешествиях и для путешественников.

Для клиентов это означает, что их ждут дополнительные дивиденды от такого сотрудничества: поклонники компании по аренде апартаментов и домов для отдыха Interhome получают доступ ко всем отзывам туристов, их оценкам и рекомендациям по путешествиям.

Этот контракт – часть продолжающейся мировой экспансии компании Interhome, которая уже давно занимает лидирующее положение в Европе. В ближайшие месяцы огромный портфель качественных вилл, шале и апартаментов будет показан и на TripAdvisor. В качестве приятного бонуса туристы, бронирующие объекты недвижимости Interhome на сайте нового партнера, получат подписку ко всем отзывам клиентов ведущего портала.

Нельзя не замечать тот факт, что впечатления и оценки клиентов все более и более заменяют традиционные системы классификации, такие, как звездность объектов. Это применимо не только к глобальному сектору отельного бизнеса, но также к специализированной и растущей области – аренда домов и апартаментов для отдыха.

Привлечение онлайн-сообщества и включение отзывов и обзоров путешественников на сайты становятся чрезвычайно важными для успеха компаний в сфере туризма и путешествий. Interhome, компания со швейцарскими корнями и головным офисом в Цюрихе, являющаяся ведущим европейским поставщиком домов и апартаментов для отдыха, давно обратила внимание на этот тренд в туризме.

Объединяясь с TripAdvisor, Interhome теперь будет в состоянии извлечь максимальную выгоду от мощного маркетингового инструмента известной американской компании. С поддержкой и помощью TripAdvisor Interhome начнет обрабатывать и публиковать на сайте отзывы клиентов в ближайшие месяцы. В это же время и большой, качественный и многообразный портфель предложений от Interhome появится для бронирования на сайте TripAdvisor.

www.interhome.ru

«РосСтур»: новая модель бизнеса

15 ноября в гостинице Radisson Royal Hotel компания «РосСтур» провела презентацию своих услуг для петербургских турагентств.



Компания, головной офис которой находится в Екатеринбурге, известна на туристическом рынке с 2005 г. В стране успешно работают 60 офисов «РосСтура», собственных и франчайзинговых, и в планах компании – открытие еще 25 офисов в разных городах России. В 2011 г. представительство «РосСтура» стало работать и в Петербурге.

«РосСтур» создал уникальную модель бизнеса, в основе которой – франчайзинг, пока слабо развитый в туризме. В числе конкурентных преимуществ компании – отсутствие вступительного взноса и ежемесячных платежей для франчайзинговых агентств, повышенная комиссия (до 15 %) от ведущих российских туроператоров, различные бонусные программы. Агентствам предлагается пакет услуг, включающий использование известного в стране бренда – «РосСтур», удобный поисковик, современные системы бронирования туров, отелей, авиа- и ж/д билетов. Предусмотрены бесплатные консультации в круглосуточном Call-центре, обучение и повышение квалификации менеджеров, рекламная поддержка, размещение информации об агентстве на сайте www.ross-tur.ru, а также единое оформление офисов и участие клиентов во всех акциях, проводимых компанией.

Кроме того, «РосСтур» предлагает и собственные операторские программы по таким странам, как Чехия, Венгрия, Франция, Нидерланды, Турция, Израиль, Китай, Мексика, и еженедельно по вторникам приглашает агентов на семинары в центральный офис по адресу: Литейный пр., 24.

Екатерина Губанова

«Пегас Туристик» внедряет новые технологии



Туроператор «Пегас Туристик» запускает программу автоматизации постпродажных процессов, которая позволит агентствам избежать лишних шагов при подаче документов на визу.

Благодаря новой программе весь визовый процесс будет упорядочен и расписан пошагово: агентству на почту будут автоматически посылаться письма с уведомлениями – готова ли виза, какого числа она должна выйти из консульства, все ли документы в порядке. Кроме того, эту информацию можно будет легко проверить в онлайн-режиме.

С запуском программы в течение трех месяцев будут проводиться обучающие семинары для агентств, на которых сотрудники фирм узнают, как пользоваться новшеством.

В ближайшее время будет запущена программа автоматизации бухгалтерских процессов, призванная сократить документооборот и облегчить оформление документов для агентств при бронировании туров, а также пилотный проект по бесплатному подключению партнеров к системе IP-телефонии.

Напомним, что в сентябре туроператор «Пегас Туристик» стал аккредитованным агентом Ассоциации международных авиаперевозчиков (IATA) и получил эксклюзивные цены на авиабилеты многих мировых авиакомпаний.

/TOURBUS.RU

Цель – одна. Подход разный...

Большие и маленькие. Богатые и не очень. С мировым именем и известные в узких кругах. Государственные и частные. Все они, музеи, вовсе не прочь сотрудничать с туристическими компаниями. Только не всегда это получается.



По данным Комитета по культуре администрации Петербурга, в городе на Неве насчитывается почти 200 музеев. Однако если спросить у «среднего» жителя города, какие из них он знает, то его ответ вряд ли будет сильно отличаться от аналогичного, полученного у провинциала или иностранца. Петергоф. Эрмитаж. Русский музей. Они войдут в обязательную программу. А остальные – как повезет.

Общие задачи

«Мы кровно заинтересованы друг в друге, – считает Светлана Соболевская, представляющая музей сказок «Алоцвет». – Потому что туризму нужны объекты показа, а музейщикам – постоянный приток посетителей».

Как тут спорить? Ведь если в городе нечего смотреть – туриста туда и калачом не заманишь. В Петербурге посмотреть можно многое, но вопрос взаимодействия музеев и турбизнеса как раз и заключен в том, как организовать процесс показа. И основных проблем несколько.

Первая – ценовая политика музеев, под которой подразумеваются и общая стоимость билетов, и цена для иностранцев, и связанная с этим система договоров. Единой схемы нет – каждый музей ведет свою политику. И чем музей популярнее – тем она жестче. Эрмитаж, к примеру, по цене входного билета до сих пор делит россиян и иностранцев на «своих» и «чужих». А генеральный директор ГМЗ «Петергоф» Елена Кальницкая не скрывает, что в следующем сезоне стоимость входа в Нижний парк, скорее всего, вырастет. «Мы бы и рады сделать ее ниже, но не можем этого по объективным причинам, – говорит она. – Музею надо не только жить, но и развиваться...» Это означает, что конечная цена турпакета в Петербург растет, а желающих поехать в него найти труднее.

Вторая проблема – регулярность потока туристов. Музеи, конечно, заинтересованы в том, чтобы турфирма взяла на себя обязательство регулярно привозить в них определенное число посетителей. Однако сделать это не всегда удается. И если есть «жесткий» договор, можно попасть и под действие штрафных санкций. «Музей должен ориентироваться на интересы посетителя. И неважно, является ли он индивидуалом или находится в составе группы, привезенной турфирмой, – считает заместитель директора Государственного Эрмитажа по выставкам и развитию Владимир Матвеев. – Однако это не умаляет роли турбизнеса: мы работаем на одном поле, должны прислушиваться к мнению друг друга и стараться найти такие решения, которые удовлетворяли бы все стороны».



Третья – окружающая инфраструктура. Сколько в Петербурге сломано копий вокруг вопроса бесплатных музейных стоянок – не счесть. И если у крупных музеев есть весьма весомые аргументы «за», то как быть небольшим частным, размещенным, к примеру, в жилом доме? Валерий Ахунов, заведующий экскурсионно-лекционным отделом Русского музея, уверен, что окружающая музей инфраструктура играет очень большую роль. «Посетитель должен чувствовать себя комфортно не только в его стенах, но и в окружающей действительности, – полагает он. – Удобный подъезд, возможность покушать, приобрести сувенир – все это играет существенную роль, и в этом отношении музеи и турбизнес как раз и могут очень успешно сотрудничать».

Что касается их сотрудничества, то Валерий Ахунов сформулировал его суть просто. «Для музея портить отношения с турфирмами – все равно что рубить сук, на котором сидишь, – считает он. – Ведь во многом именно они наши кормильщики... Суть заключается в том, что если оператор не поставит музей в официальную программу, то турист, возможно, и дойдет до него самостоятельно, но при этом из привезенных в город ста гостей – всего один. Поэтому правильный путь – договариваться так, чтобы это было интересно и музею, и туристической фирме».

А главная проблема для небольших музеев – недостаток информации. Ведь если многие государственные музеи – хорошо известные бренды, то маленькие частные никто не знает. «Для нас основная задача при работе с туристическими компаниями – предоставить им как можно больше информации о себе, – говорит директор Музея кошки Анна Кондратьева. – Причем лучше делать это при личном контакте: взять и привезти в музей директоров фирм, чтобы они собственными глазами увидели то, что мы можем показать их клиентам. Если складываются доверительные отношения, то сотрудничество быстро развивается. А если их нет – не поможет и формальный письменный договор...»

Меняться во времени

Конечно, туристы ходят и будут ходить в Эрмитаж и Русский музей, в Исаакий и Петропавловскую крепость. А как же еще 190 музеев? К тому же надо понимать, что, если мы хотим завлечь в город возвратного туриста, надо ему предложить что-то новенькое.

И проблема эта не только петербургская: итоги работы IX круглого стола «Музеи и проблемы культурного туризма» показали, что российские музейщики стараются делать все, чтобы расширить возможности сотруд-



ничества с туристическим бизнесом и привлечь максимальное число посетителей. Алан Уотсон, лорд-распорядитель Кембриджского университета, являющийся главным хранителем литературного наследия Черчилля, сообщил, что сейчас музеи, стремясь удержать посетителей, стараются активно контактировать друг с другом. «Я очень рад, что музеи обмениваются большими выставками, тем самым приближая к посетителю интересные ему экспонаты, – заявил он. – И выставка из музея Прадо, которая проходила в Эрмитаже, – отличное тому подтверждение...»

Вместе с тем представители музеев, не имеющие возможности распоряжаться большими деньгами, ищут свои формы сотрудничества с турбизнесом и потенциальными посетителями. Кто-то старается удивить интерактивом, делая ставку на технологию, кто-то придумывает «изюминки» в виде праздников или интересных лекций, а некоторые даже организуют при музеях свои туристические фирмы. В Великом Новгороде, например, придумали и уже не раз провели «Музейный бал», который в городе стал заметным событием культурной жизни. В Ленинградском зоопарке осуществили массу программ, в которых принимают участие и посетители зверинца, и его постоянные обитатели. И вообще само понятие «музей» в последнее время заметно расширилось: кроме привычных классических музеев, в которых ничего нельзя трогать и надо говорить вполголоса, уже появились и такие, где, напротив, экспонаты можно и даже нужно изучать и осязать.

В «Галерее» на Лиговском проспекте, к примеру, совсем недавно открылся научно-развлекательный центр «Умникум». В его экспозиции – 60 интерактивных установок, которые как раз можно трогать, запускать и испытывать. С их помощью удивительные и даже непонятные природные явления можно объяснить любому буквально за пять минут. Не случайно этот интерактивный музей интересен не только детям, но и взрослым, которых тоже не оторвать от экспериментов. Ведь где еще можно посмотреть на мир глазами комара, вызвать торнадо или устроить солнечное затмение?

Кроме того, музейщики ничего не имеют против развития современных информационных технологий: подавляющая часть учреждений с Интернетом уже давно на «ты», а некоторые музеи и вовсе существуют только в виртуальном пространстве. А куда пойти, в реальный музей с настоящими экспонатами или в цифровой мир, где находятся только их прообразы, – решает сам посетитель. ☞

Яков Владимиров



«Петергоф» стал музеем года

Церемония вручения премии «Музейный Олимп» прошла 3 ноября в Екатерининском дворце ГМЗ «Царское Село». Лауреатам были вручены статуэтки Мнемозины – богини, олицетворяющей память.

Музеем года стал ГМЗ «Петергоф» – за осуществление нового масштабного этапа комплексного развития музея-заповедника, связанного с созданием новых музеев: «Церковный корпус» и «Императорская телеграфная станция», а также с открытием в Ораниенбауме после первого этапа реставрации Китайского дворца и Большого Меншиковского дворца.

В номинации «Выставка года» победа присуждена Литературно-мемориальному музею Анны Ахматовой в Фонтанном доме – за масштабный выставочный проект «На что похожа война?». Лучшей «Экспозицией года» признан новый раздел постоянной экспозиции «Театральная жизнь Петербурга в XIX веке» – «Театральные легенды Петербурга». Лауреатом в номинации «Музейная книга» стал ГМЗ «Павловск», издавший альбом «Павловск. Художественные коллекции». Статуэтка Мнемозины в номинации «Музей – детям» вручена Государственному музею политической истории России за ролевою игру для старшеклассников и студентов-первокурсников «Мы выбираем, нас выбирают» в пространстве выставки «Государственная Дума. Исторические параллели».

Премии в номинации «Инновация в музее» за применение лазерных технологий в реставрации произведений из драгоценных металлов удостоен Государственный Эрмитаж. Он же стал лауреатом в номинации «Престиж Петербурга» – этой наградой отмечена Эрмитажная школа реставрации в Екатеринбурге. Приз зрительских симпатий вручен государственному музею-заповеднику «Гатчина».

Специальный приз жюри «За межмузейный проект» вручен организаторам выставки «Русская зима», которая прошла в Римском национальном музее народного искусства и традиций в рамках фестиваля «Дягилев. Постскриптум».

По инф. Комитета по культуре Санкт-Петербурга

В Петербурге ищут новые достопримечательности

Комитет по культуре администрации Петербурга стал инициатором проекта, который должен пополнить список достопримечательностей Северной столицы.

Петропавловская крепость, мосты, Эрмитаж и Александрийский столп уже «приелись»: в связи с идеей привлечения «возвратных» туристов городу нужны новые маршруты, на которых было бы возможно удивить гостей чем-то необычным. Поэтому в Петербурге завершилось народное голосование по выбору неформальных достопримечательностей, целью которого стало составление их реестра. Именно на его основе и предполагается в дальнейшем составить путеводители для людей, которые хотят больше знать о городе на Неве. При этом в разряд новых достопримечательностей могли попасть не только какие-то монументальные объекты, но и, например, интересные граффити или необычные постройки.

В список перспективных объектов попало около четырехсот «примечательностей». В их числе, конечно, Чижик-Пыжик у Летнего сада, фигурка зайца у Петропавловской крепости, часы с осколком снаряда времен Великой Отечественной войны из музея «Водоканала», котельная «Камчатка», «Нос майора Ковалева» на Вознесенском проспекте и даже панорама у Никольского собора, где с одной точки видны сразу семь петербургских мостов. Кроме них, в реестр входят интересные брандмауэры, рисунки на стенах и виды, которые редко удается посмотреть ограниченному во времени туристам.

До 14 ноября каждый мог представить на суд зрительских симпатий свою версию «примечательностей»: изображение размещалось на сайте <http://www.etovidel.net>, на котором проходило голосование по объектам, а затем и был сформирован реестр неформальных достопримечательностей Петербурга. Сейчас процесс завершен: в число новых достопримечательностей города на Неве вошли 39 объектов, среди которых как большие комплексы (такие, как Новая Голландия), так и мелкие памятники (Зайцу и т.д.). Познакомиться со списком и понять, что будет с ним дальше, можно по тому же адресу в Интернете.

Сергей Владимиров

5-8
АПРЕЛЯ

**выставка
путевок**

**Санкт-Петербург, ЦВЗ «Манеж»
Исаакиевская площадь, д.1**

выбери свое
неповторимое
лето

**ОТДЫХ
без границ
ЛЕТО 2012**

Организаторы:

Тел.: (812) 320 6134 www.restec.ru/travelexpo

Весь мир.
Одна выставка.

Mitt

19-я Московская международная выставка
ПУТЕШЕСТВИЯ И ТУРИЗМ

21-24 марта 2012

Россия, Москва, ЦВК «Экспоцентр»

Встречи. Контакты. Бизнес.



Для бесплатного входа на выставку
зарегистрируйтесь на сайте:

www.mitt.ru

**mitt
Саммит**

Московский международный
туристический бизнес-саммит

21 марта 2012

Тема года:
Морские круизы

Генеральный партнер:



Спонсоры:

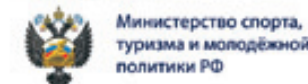


Организатор:



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

При поддержке:



Министерство спорта,
туризма и молодежной
политики РФ



Российский
Союз
Туризма

ИЗ ТОЧКИ RU В ЛЮБУЮ ТОЧКУ МИРА

Остров Тенерифе: туры на 14 дней/13 ночей,
отели от 2 до 5*, от 27000 руб.

Бронирование индивидуальных туров: тел. (812) 380-0559

MTL 000498
**ТУРФИРМА
Нева**



о. Тенерифе

т. (812) 33-555-33

www.nevatravel.ru