

Люблю Сонце!

**ОАСІС**

Оазис середземномор'я

**OASIS**

Travel Ukraine

Люблю Море!

[www.oasis.com.ua](http://www.oasis.com.ua)



RIU Palace Hammamet Thalasso 5\*



Magic Life Monar 5\*



Magic Life Africana 5\*



Hasdrubal Thalassa Yasmine 5\*



Movenpick Sousse Thalasso 5\*



RIU Imperial Marhaba 5\*



Orient Palace 5\*



El Mouradi Palm Marina 5\*



El Mouradi Palace 5\*



Amir Palace 5\*



Mahdia Palace Thalasso 5\*



Vinci Nour Palace 5\*



RIU El Mansour Thalassa 4\*



RIU Marco Polo 4\*



RIU Bellevue Park 4\*



Prima Life Imperial Park Aqua 4\*



Prima Life Skanes Thalasso 4\*



Prima Life Korawan 3\*

Оазис тревел Україна ПЛІ, ДТЛAV АВ № 467654 від 14.08.09



№6 2010

Всеукраинское издание для профессионалов  
туристического бизнеса

**Главный редактор:** Юрий Самойлов  
editor@mw.com.ua

**Руководитель проекта:**  
Владимир Гончаров vlad@bj.kiev.ua

**Обозреватели:** Вячеслав Коновалов,  
Таисия Усенко, Василиан Донечанин,  
Васил Мометов, Дмитрий Федорченко,  
Роман Козловский

**Редактор-корректор:** Галина Нечипоренко

**Арт-директор:** Александр Огородничук

**Дизайн/Верстка:** Максим Васильев

**Адрес редакции, издателя, типографии:**  
04070, г. Киев, ул. Сагайдачного 16-б, оф. 6,  
т/ф: +38(044) 494 1297, +38(044) 494 1298,  
+38(044) 425 5799, +38(050) 462 0959  
info@mw.com.ua

**Сайт журнала:** www.bj.kiev.ua  
**Сайт издательства:** www.mw.com.ua

Журнал зарегистрирован в Госкомитете  
информационной политики, телевидения  
и радиовещания Украины 10.06.2003 г.  
Свидетельство КВН№ 7424

**Подписные агентства:**  
– Все отделения «Укрпочты»  
Подписной индекс-91819  
– ПА «Саммит» тел.: (+38044) 254 5050  
Подписной индекс-15568 www.summit.ua

**Директор по рекламе и PR**  
Юлия Ленская rg@bj.kiev.ua

**Реклама:**  
Ольга Жданова reklama2@mw.com.ua

**Отдел распространения:**  
Владимир Баранов  
reklama1@mw.com.ua

**Учредитель и издатель:**  
ООО «Издательство «Зеркало мира»  
**Директор:** Владимир Гончаров

**Цветоделение и печать:**  
ООО «Издательство «Зеркало мира»  
Тираж 9 000 экз. Цена договорная  
Подписано в печать \_\_\_\_\_

Материалы, опубликованные в «УТ»,  
не могут быть переизданы без письменного  
согласия издателя. Концепция, содержание  
и дизайн «УТ» являются интеллектуальной  
собственностью. Мнение авторов  
не обязательно совпадает с мнением  
издателя. Издатель не несет ответственности  
за содержание рекламы и рекламных  
материалов.



## Прочь от консерватизма!

Кто сказал, что туризм не является основной потребностью для человека? Если кто-то еще так думает, то отечественные туристические компании изо всех сил стараются в этом скептиков разубедить. Шутка ли – еще недавно Греция считалась чуть ли не элитным туристическим направлением, а сегодня, несмотря на необходимость оформления шенгенских виз, популярность этой страны (и цены на туры) могут поспорить с турецким направлением. И все это – благодаря современным туристическим технологиям, которые активно внедряет на украинском рынке туроператор MIBS Travel. На очереди – Карибский бассейн, Доминиканская республика, куда впервые в истории отечественного туризма тот же самый MIBS Travel уже в ноябре запускает авиачартер. И после этого у кого-то хватит совести заявить, что отдых в дальних странах не по карману среднему украинцу? Что наши сограждане вынуждены экономить на полноценном отдыхе? Ведь можем, если захотим!

Впрочем, посмотрим – на осенних туристических выставках будет презентовано много чего, что обещает перевернуть устоявшиеся представления о туризме.

Разумеется, несмотря на бурное посткризисное развитие отечественной туристической отрасли, несмотря на ощутимый рост турпотоков, проблем у участников рынка туристических услуг еще хватает. Это и проблема оформления загранпаспортов для граждан Украины, и необходимость внедрения современных методов страховой защиты участников туристической цепочки, и поиск инвесторов для туристической инфраструктуры... Впрочем, практика показывает, что и проблемы, даже самые «долгоиграющие», в конце концов решаются. Так, в конце лета в Украине были открыты сразу два современных авиатерминала – в Харькове и Киеве, а естественный монополист – Укрзалізниця – наконец-то уступил требованиям современности и дал возможность туристическим компаниям бронировать и продавать билеты на поезда современными методами, с помощью ГДС Amadeus...

Так что сегодня работа есть для каждого. Необходимо лишь соответствовать современным требованиям, которые предъявляет рынок к своим участникам, в том числе избавиться от излишнего консерватизма. Рынок требует от нас разрабатывать и продвигать не какой-нибудь, а востребованный общественностью турпродукт. И будет в таком случае нам счастье – т.е. туристы, клиенты, а значит, и прибыли!

Искренне ваш,  
**Юрий САМОЙЛОВ,**  
Главный редактор



**Ви цінуєте свободу і комфорт під час подорожування?** Будьте сміливими у бажаннях! Від романтичного вік-енду в європейській столиці до сімейної мандрівки на екзотичні острови – скрізь Ви зможете заощадити завдяки нашим спеціальним цінам на готелі, авіаквитки, прокат автомобілів, екскурсії. Кожен Ваш крок гарантовано компетентністю фахівців VIP-туризму. Ідеї для подорожі на сайті [www.telehaus.com.ua](http://www.telehaus.com.ua), консультації за телефоном (044) 492 95 04.

## Телехаус Київ Міжнародний туризм

Бутік індивідуальних подорожей  
[telehaus.com.ua](http://telehaus.com.ua)





## СПЕЦРАЗДЕЛ

Доминиканский гамбит MIBS Travel . . . . . 10

## АВИА

Харьковский терминал:  
оправдаются ли надежды? . . . . . 12

Чартерные взлеты и падения . . . . . 16

Воздушные риски израильского  
направления . . . . . 18

Пожелания клиентов — приоритет LOT . . . . . 20

## КОНСУЛЬСТВО

Виза в Польшу: просто и доступно . . . . . 22

## НАПРАВЛЕНИЯ

Турпродукт «из воздуха» . . . . . 26

Отдых в Польше с «Руадой» . . . . . 30

Восток таинственный, манящий . . . . . 32

Adria Hit Group диверсифицирует  
туристические направления . . . . . 40

Франция осенью:  
возможности тематических туров . . . . . 42

## ПЕРСПЕКТИВЫ СЕЗОНА

Зимние перспективы Украины . . . . . 46

Лыжников манит Европа и не только . . . . . 50

## ОПЫТ

Бизнес, рожденный в СССР . . . . . 54

## АКТУАЛЬНО

О паспорте синем замолвите слово . . . . . 56

Club Med: молоды душой . . . . . 61

Крым подводит итоги сезона . . . . . 62

## ПРАКТИКУМ

Чтоб инвестор пришел . . . . . 66

Подбираем персонал грамотно . . . . . 72

Черный рынок виз . . . . . 76

## СТРАХОВАНИЕ

Рынок созрел для инноваций . . . . . 80

Страховщики и туроператоры -  
присматриваемся друг к другу . . . . . 82

## ТЕХНОЛОГИИ

Amadeus: железнодорожный прорыв . . . . . 84



WWW.FLYUIA.COM

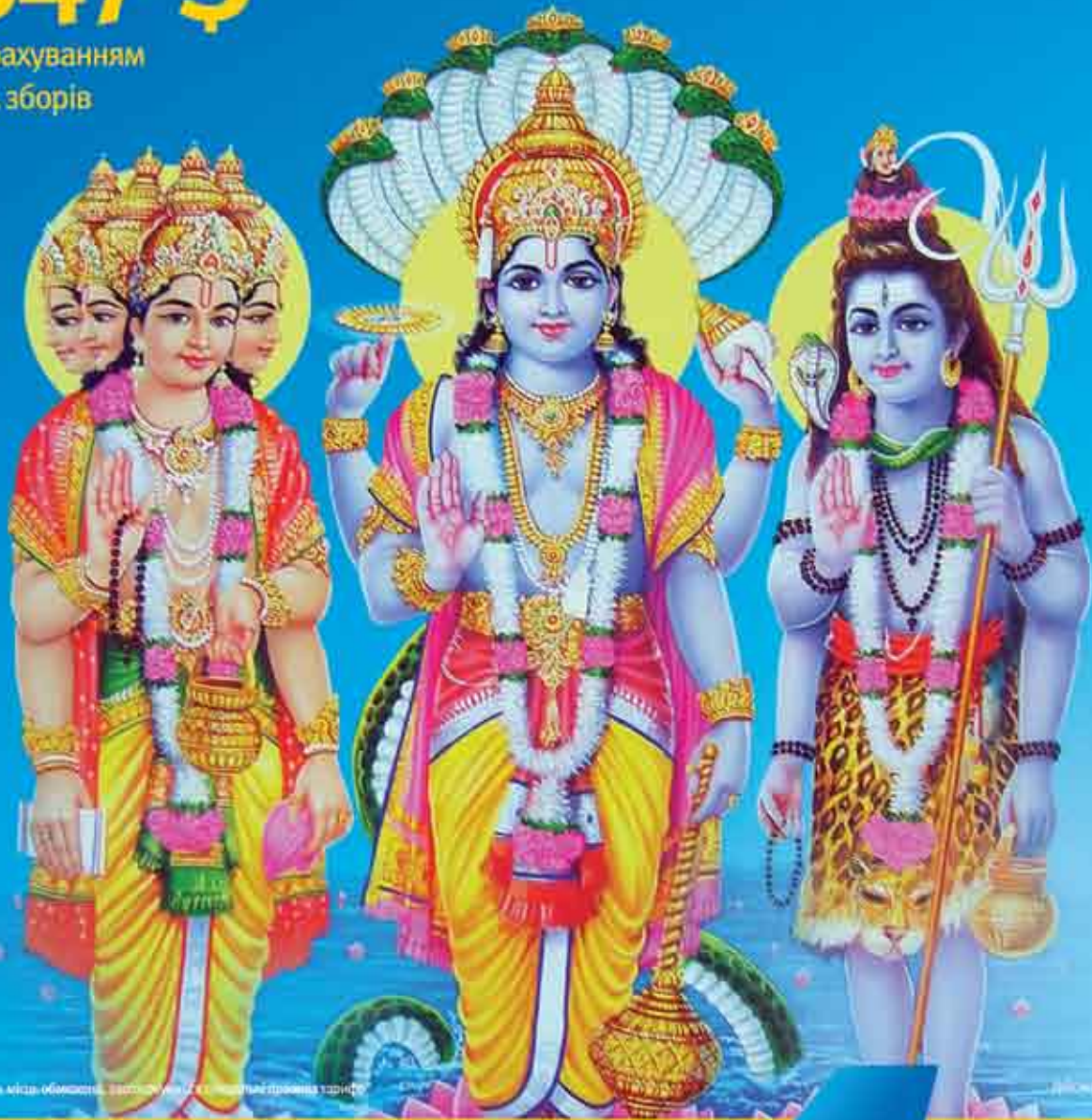
Найкоротший шлях  
39 грудня двічі на тиждень

# Київ — Гоа

від

## 647 \$\*

з урахуванням  
усіх зборів



\* Кількість місць обмежена. Застосування: 2 дні в одну сторону.

Дійсують до 18.09.2019

☎ 0 44 581 50 50 ☎ 566 МІСЬКИЙ ЦЕНТР  
СЛУЖБА КЛІЄНТІВ

МІСЬКИЙ ЦЕНТР СЛУЖБИ КЛІЄНТІВ знаходиться за адресою: Київ, вулиця М. Коцюбинського, 11/13 (1-й поверх)  
Відкрито: 10:00 год. до 18:00 год., Понеділок-П'ятниця 10:00 год. до 18:00 год. Субота-Неділя 10:00 год. до 18:00 год.



# MAY

## Royal Caribbean International будет развивать Ялтинский порт

**М**интрансвязи и Ялтинский морской торговый порт подписали протокол о сотрудничестве с одним из крупнейших мировых круизных операторов – компанией „Royal Caribbean International”. Круизная компания, выступающая в качестве инвестора, выразила намерение реконструировать здание морвокзала, а также увеличить причальный фронт, что позволит принимать в Ялте до 4-х круизных лайнеров одновременно.

Руководство компании также считает возможным в краткий срок оборудовать в Ялте современный многофункциональный причал, а также построить современные гостиничные и ресторанные комплексы, ориентированные не только на пассажиров круизных лайнеров, но и на туристов, посещающих Ялту на протяжении всего года.

Подписание протокола рассматривается как возрастание интереса со стороны иностранных круизных компаний к заходам их лайнеров в Черное море, а реализация масштабных проектов в этом направлении непосредственно повлияет и на развитие самой Ялты, как крупного регионального туристического центра.



Пресс-служба МТЗУ

## Виктор Янукович открыл терминал F



**21** сентября в столичном аэропорту «Борисполь» был открыт первый современный терминальный комплекс, известный под названием «Терминал F». Открыл объект президент Украины Виктор Янукович. В торжественной церемонии принимали участие первый вице-премьер Андрей Клеуев, министр транспорта и связи Константин Ефименко и генеральный директор ГП «Международный аэропорт «Борисполь» Борис Шахсуваров.

По словам Виктора Януковича, терминальным комплексом F реконструкция главных воздушных ворот страны не завершится – в дальнейшем планируется сооружение еще нескольких терминалов, которые сделают «Борисполь» одним из лучших современных аэропортов мира.

Площадь нового терминального комплекса – 20685.6 кв.м., пропускная способность – 900 пассажиров в час на прилет и столько же на вылет, в пиковый период она может быть повышена до 1500 пассажиров в час.

Сооружение терминального комплекса велось за счет собственных средств аэропорта. В соответствии с фактическими затратами, терминал F обошелся в 390 млн. грн.

Министр транспорта и связи Константин Ефименко планирует, что после завершения отладочных работ и полноценного запуска терминального комплекса в эксплуатацию сюда перейдет до 50% рейсов, выполняемых из «Борисполя». В то же время, стало известно, что МАУ планирует перевести в новый терминал все свои рейсы, начиная с 30 октября 2010 г.

По материалам пресс-службы МТЗУ

## Estonian Air расширяет географию полетов

**Э**стонский национальный перевозчик активно осваивает рынки стран Балтии. В начале года был открыт прямой рейс Вильнюс – Амстердам, который с первых дней стал пользоваться популярностью среди пассажиров. Руководствуясь этим успехом, Estonian Air с 31 октября расширяет свою деятельность на литовском рынке и открывает новый прямой рейс из столицы Литвы в Стокгольм.

AVIAREPS AG



## Дубайский аэропорт празднует 50-летний юбилей

**Д**убайский аэропорт достиг важной исторической вехи, отмечая свой 50-летний юбилей с момента образования в 1960 г.

В 1959 году Шейх Рашид бин Саид Аль Мактум дал указание построить аэропорт, который изначально имел взлетно-посадочную полосу из утрамбованного песка протяженностью 1800 м, бетонированную площадку перед терминалом, пожарную станцию и маленькое здание аэровокзала. Официальное открытие аэропорта состоялось 30 сентября 1960г.

По словам шейха Ахмеда бин Рашида Аль Мактума, президента Дубайского управления гражданской авиации, Исполнительного директора Emirates Airline&Group и Президента корпорации Дубайские аэропорты: «50-летний юбилей Дубайского международного аэропорта ознаменовал пять славных декад роста и развития. Это видение, которое было воплощено в жизнь Его Высочеством Шейхом Мохаммедом бин Рашидом Аль Мактумом, Вице-президентом и Премьер-министром ОАЭ и Правителем Дубая, что способствовало превращению Дубая в сердце мировых авиационных перевозок».



За этот длительный период времени аэропорт принял 402 млн. пассажиров, при этом ежегодный рост пассажиропотока составлял 15%. Было обслужено 3,87 млн. воздушных судов, количество которых ежегодно увеличивалось на 12,4%.

*Департамент туризма и коммерческого маркетинга Дубая*



Адвентек, 01133 Україна, м.Київ  
6-р Л.Українки 34, оф.207  
www.adventecgroup.com  
+38 044 537 07 17; 285 1 286  
travel@adventecgroup.com

### ІЗРАЇЛЬ

**Групові та індивідуальні тури від 700 у.о. (з авіа)**

**Мелічне обстеження (чек-іп) в клініках Ізраїлю від 600 у.о**

Усі тури включають: авіа, готель, екскурсії та вечери, візу, екскурсії, трансфери.

**Авіаквитки в Ізраїль від 169 у.о.**

## США КРУЇЗИ

**СПЕЦІАЛЬНА ПРОПОЗИЦІЯ!**



**Майамі + круїз від 2999\$ вкл. авіа**





**- Тури на Ваш смак  
- Виставки  
- Авіаквитки**



Сеть турагентств

Мексика від 1450 у.о.  
Домінікана від 1000 у.о.  
SPA-курорти від 50 у.о.  
Єгипет від 399 у.о.  
б-р. Лесі Українки 34, оф. 207

Туреччина від 399 у.о.  
Таїланд від 599 у.о.  
Європа - від 75 у.о.  
(автобусні тури)  
Тел. (044) 2867369

## Удобные стыковки в Любляну

**А**виакомпания Adria Airways, благодаря сотрудничеству с партнерами по Star Alliance и авиакомпанией МАУ, с 13-го сентября предлагает ежедневные стыковки из Донецка, Харькова, Львова, Днепропетровска и Киева до Любляны. Рейсы будут выполняться через один из наиболее крупных хабов Европы – Франкфурт, Мюнхен и Вену.

Пассажиры, следующие в Словению, могут комбинировать пункты вылета и прилета, транзитные пункты в сочетании с прямым рейсом Киев-Любляна и обратно. Тарифы на эти перелеты уже заведены в системы бронирования Amadeus и Galileo.

AVIAREPS AG

## ГОТЕЛЬ ДЛЯ СОБАК ТА КОТІВ

тел.: 8 (044) 404-76-42

моб.: 8 (067) 917-95-85

пр-т Відрадий, 31  
03061, м. Київ



[www.doghotel.com.ua](http://www.doghotel.com.ua), [ross-husky@ukr.net](mailto:ross-husky@ukr.net)

Показатели страховых компаний в отрасли туристического страхования в период с 01.01.2010 по 31.06.2010 (по данным Украинской федерации страхования)

№	Показатель	Туристы, выехавшие за пределы Украины
<b>ИНГО</b>		
1	Количество застрахованных, чел.	18 255
2	Страховые платежи (премии), грн.	1 837 300,00
3	Страховое возмещение, грн.	1 081 000,00
<b>ОРАНТА</b>		
1	Количество застрахованных, чел.	13 736
2	Страховые платежи (премии), грн.	1 871 100,00
3	Страховое возмещение, грн.	601 900,00
<b>ТАС</b>		
1	Количество застрахованных, чел.	60 791
2	Страховые платежи (премии), грн.	2 511 018,72
3	Страховое возмещение, грн.	391 140,32
<b>Универсальная</b>		
1	Количество застрахованных, чел.	128 164
2	Страховые платежи (премии), грн.	4 925 350,00
3	Страховое возмещение, грн.	1 349 860,00
<b>Европейское Туристическое Страхование</b>		
1	Количество застрахованных, чел.	161 801
2	Страховые платежи (премии), грн.	9 001 000,00
3	Страховое возмещение, грн.	4 473 000,00
<b>АХА</b>		
1	Количество застрахованных, чел.	8 177
2	Страховые платежи (премии), грн.	1 128 000,00
3	Страховое возмещение, грн.	251 000,00
<b>Allianz Украина</b>		
1	Количество застрахованных, чел.	3 522
2	Страховые платежи (премии), грн.	303 484,96
3	Страховое возмещение, грн.	315 709,49
<b>Европейский страховой альянс</b>		
1	Количество застрахованных, чел.	8 591
2	Страховые платежи (премии), грн.	1 203 800,00
3	Страховое возмещение, грн.	473 600,00
<b>ВСЕГО по УФС</b>		
1	Количество застрахованных, чел.	403 037
2	Страховые платежи (премии), грн.	22 781 053,68
3	Страховое возмещение, грн.	8 937 209,81



## Суд отменил аренду «Жулян»

Окружной административный суд Киева отменил решение Киевсовета о передаче аэропорта «Киев» («Жуляны») в аренду компании «Мастер-Авиа» на 49 лет, удовлетворив, таким образом, иск Киевской городской государственной администрации. В резолютивной части решения сказано, что решение Киевсовета об аренде аэропорта несет «очевидную небезопасность невозможности зашити прав, свободи та інтересів територіальної громади Києва».

Основанием для судебного иска и, как результат, отмены решения Киевсовета, стало то, что одному из участников конкурса на аренду аэропорта – компании «Промразвитие», которую связывают с российским бизнесменом Виктором Вексельбергом – не дали возможность выполнить предписание конкурсного комитета и правильно оформить банковскую гарантию. В процессе ее оформления через Киевсовет было проведено решение о передаче «Жулян» в аренду фирме «Мастер-Авиа», которую связывают с бизнесменами Василием Хмельницким и Андреем Ивановым.

В КГА считают результат рассмотрения иска вполне резонным, и прогнозируют новый конкурс на аренду «Жулян». В то же время, не исключается и апелляция со стороны фирмы «Мастер-Авиа».

Тем временем, в аэропорту «Жуляны» приостановлены восстановительные работы. По условиям конкурса арендатор обязан построить в киевском аэропорту современный терминал пропускной способностью 320 пассажиров в час, а также погасить задолженность «Жулян» перед банком «Хрещатик» в размере 22.46 млн. грн.

*По материалам Коммерсантъ-Украина*



# Нужны авиабилеты?

390-88-88  
490-28-88

подбери свои вместе с **БілетівСВІТ®**

Агенція авіаподорожей

авиабилеты  
на любой бюджет

маршруты  
любой сложности

Для Вас всегда самые выгодные условия!

отсрочки  
платежей

схемы  
оплаты

солидные  
комиссионные

возможность  
самостоятельно  
выписывать билеты

ПОЛЕТАЕМ!

он-лайн бронирование

www.BSV.COM.UA

# ДОМИНИКАНСКИЙ



Андрей ПОЛОСЕНКО,  
генеральный директор  
MIBS Travel

— *Насколько, на ваш взгляд, сегодня на туристическом рынке Украины актуально такое направление, как Карибы? В частности, Доминиканская Республика?*

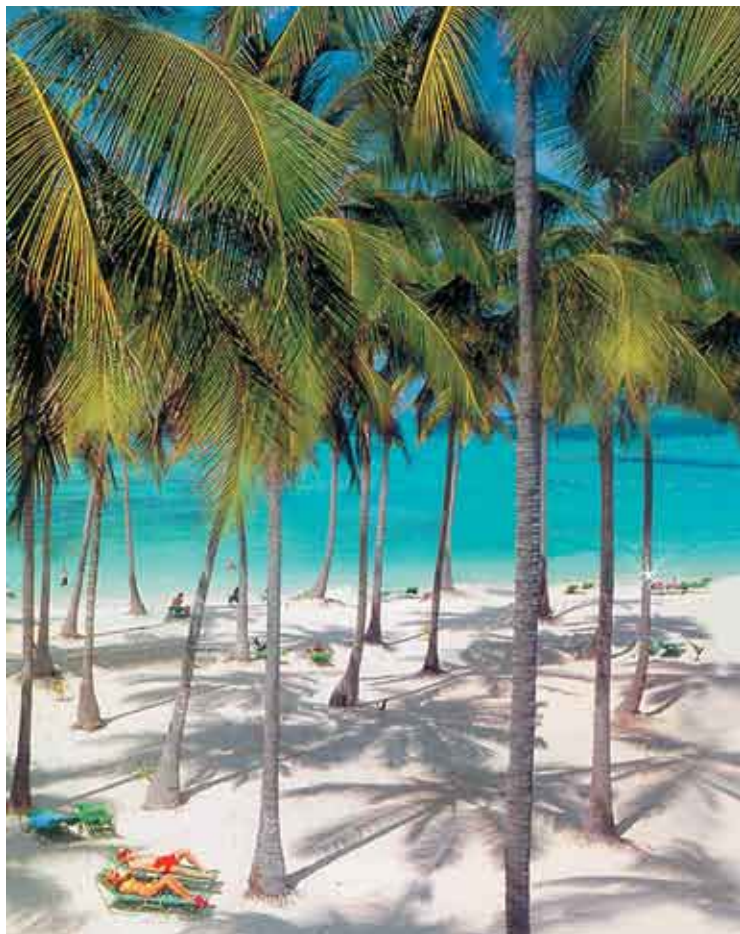
— Карибы всегда были актуальным и привлекательным направлением. Спросите любого туриста: хотел бы он отдохнуть под высокими пальмами на роскошных пляжах лазурного Карибского моря, где снималась реклама шоколадного батончика «Баунти» и рома «Баккарди», где создавались сюжеты культовых фильмов «Голубая Лагуна» и «Пираты Карибского моря»? Гарантирую — вы получите положительный ответ. Но из-за дороговизны и отсутствия прямого перелета для большинства туристов отдых на Карибах был недостижимой мечтой, поэтому зимой они выбирали пляжные направления Ближнего Востока и Юго-Восточной Азии, прежде всего Египет, ОАЭ, Израиль, Иорданию, Таиланд, Вьетнам, Бали, Мальдивы и Гоа.

Но за последние десять лет многие туристы изъездили эти страны вдоль и поперек, некоторые даже были там неоднократно. Кто-то в них души не чаёт и больше ни о чем думать не желает, а кто-то откровенно от них устал и находится в поиске чего-то нового. Для них, а также для тех, кто мало куда ездил, но хочет сразу отдохнуть по-королевски, мы и разработали предложение, перед которым невозможно устоять — отдых в лучшей карибской жемчужине Доминикане на базе «ультра все включено» с прямым авиаперелетом. Причем по цене, сравнимой с отдыхом в Таиланде или ОАЭ на базе завтраков или полупансиона.

— *Какие именно курорты и отели Доминиканской Республики предпочитают ваши клиенты?*

— Наши клиенты традиционно предпочитают самый развитый по инфраструктуре курорт Пунта Кана. Именно сюда прилетает наш прямой рейс из Киева, именно здесь находится лучшее побережье Плайя Баваро с самыми популярными клубными отелями сетей Sol Melia, Barcelo, Bahia Principe, Occidental, Palladium, Iberostar, Majestic, Catalonia, Riu, Princess, Be Live, Ocean и пр. Со всеми отелями Пунта Каны мы имеем прямые контракты и собственные гарантированные номера.

Вторым по популярности можно отметить п-ов Самана — девственный заповедник с несколькими отелями сети Bahia Principe, где можно поплавать с тропическими рыбами и морскими звездами, наблюдать брачные игры горбатых китов и прогуляться по девственным джунглям,



где снимался фильм «Парк Юрского Периода». Саману обычно выбирают на несколько дней, как дополнение к основному отдыху в Пунта Кане.

Третьим по популярности курортом можно назвать Ла Роману.

— *Кто выступает вашей принимающей компанией в Доминиканской Республике? Будут ли там работать представители MIBS Travel?*

— Принимающей стороной в Доминикане являемся мы сами, точнее наша «сестринская» компания «Южный Крест» со своими гидами и автобусами. Часть из них теперь будет обслуживать наших туристов под брендом MIBS Travel. Собственный прием и обслуживание в Доминикане — еще один весомый козырь в нашу колоду. Наши туристы в надежных руках — с момента бронирования и до момента возврата в родную Украину.

— *MIBS Travel впервые в истории украинского туризма открывает чартерный перелет в Доминиканскую*



# гамбит MIBS Travel



*республику. Станет ли это поводом для радикального удешевления турпродукта?*

— Туры в Доминикану, благодаря нашему прямому авиаперелету, стали доступнее на 20% и более. Для направления такого уровня это не просто радикальное, а революционное снижение цен. Еще один аргумент в пользу нашего прямого авиаперелета — возможность перенестись в эту страну с невиданной ранее быстротой и удобством. Прежде было необходимо лететь несколько часов до Европы, делать пересадку (длительностью от 3-х до 8 часов), и затем снова садиться в самолет и лететь около 10-ти часов через Атлантику. В нашем случае подобное издевательство над собою туристу не грозит.

*— Насколько популярными и перспективными являются комбинированные туры Доминиканской Республики с группами Карибскими странами?*

— Потребности в исключительном пляжном отдыхе на Карибах, за которым летят 99% туристов, Доминикана покрывает на все 100%. Комбинированные туры с другими

странами пока востребованы всего на 1%. Чаще всего это Куба, Мексика, Коста-Рика, Бразилия и Ямайка.

*— Какие советы вы бы дали тем туристическим компаниям, которые хотят успешно продовать Доминиканскую республику?*

— Совет один — информируйте всех своих клиентов, особенно тех, кто присматривает для отдыха какое-то экзотическое пляжное направление, о прямом рейсе MIBS Travel в Доминикану и связанных в связи с этим сказочных возможностях отдыха в этой сказочной стране по нереальным, просто сказочным ценам! Вам останется только показать наш каталог, сказать пару слов о роскошных пляжах, бирюзовом море и фантастической системе «ультра все включено».

*— В результате кардинального реформирования и применения новейших технологий компания MIBS Travel совершила своеобразный переворот в туризме в регионе Средиземного моря. В результате Греция, а также Кипр, стали приобретать черты массовых направлений, составив конкуренцию Турции. Теперь вы замаяхнулись на Доминикану и Карибы. Пожалуйста, поделитесь с читателями секретом вашего успеха. Чего ждате вашим клиентам и партнерам в зимнем сезоне? А в сезоне-2011?*

— Секрет нашего успеха — не только в технологиях. Секрет в профессионализме команды и в возможностях компании. В текущем зимнем сезоне, кроме собственного рейса в Доминикану, компания MIBS Travel увеличит свой объем в традиционных Таиланде и ОАЭ, а также расширит свое присутствие в Индонезии, Шри Ланке и Мальдивах. Будет ли добавлено что-то еще зимой и летом 2011 г.? Вполне возможно. Но прежде мы изучим текущие потребности туристического рынка и найдем оптимальный способ вписать их в динамику собственного развития. Мы выходим на новые направления не ради забавы. Наш принцип работы основан на законе игры в шахматы — каждым своим ходом усиливать свою позицию. Так что впереди у нас не один еще ход конем. ■



**MIBS TRAVEL**

**Адрес:**

01004, г. Киев,

ул. Б. Васильковская (Красноармейская) 9/2, оф. 3, 5

Тел.: +38 (044) 235-53-53, 289-03-83

[www.mibstravel.ua](http://www.mibstravel.ua)

# Харьковский аэровокзал —



## Рывок вперед или бесполезная игрушка?

**В** Украине началась аэропортовая лихорадка. Каждый из городов, принимающих матчи Евро-2012, рапортует о строительстве новых терминалов. Одним из первых представил такой терминал Харьков. На церемонию открытия пригласили президента Украины, звезд эстрады и достаточно большую делегацию высокопоставленных чиновников и бизнесменов.

### Сравним терминалы двух столиц

Харьковчане любят называть свой город «первой столицей», имея в виду то, что на протя-

жении 1919-1934 гг. Харьков исполнял функции столицы УССР. Исходя из этого, а также того, что в Харькове и Киеве 2 новых авиационных терминала первые лица государства открывали чуть ли не одновременно, «Украинский туризм» провел «полевые» испытания двух новопостроенных терминалов. Ниже приведены их результаты.

Итак, терминал представляет собой классическое сооружение для такого типа зданий — два этажа общей площадью 20 тыс. кв.м. Пассажиропотоки (вылет/прилет) разведены на два уровня. На первом этаже регистрация вылетающих

Вячеслав КОНОВАЛОВ

пассажиров, и зона прилета, второй этаж посвящен вылету и транзитным пассажирам. Если же сравнивать харьковский терминал с бориспольским терминалом F, первый выглядит, с одной стороны, больше, с другой — более светлый, хотя площади терминалов одинаковы. Между тем, пропускная способность харьковского терминала 650 пассажиров в час, против 1,5 тыс. человек бориспольского. Количество стоек регистрации также отличается: 20 против 31 в пользу столицы. В администрации аэропорта такой парадокс объясняют желанием создать больше



комфорта для пассажиров. Хотя, на самом деле, проблема в банальном отсутствии пассажиропотока в аэропорту, чем и вызвано размещение большего количества различных кафе, магазинов и других сервисных служб, чем в «Борисполе».

Стоит отметить, что и стоимость строительства терминалов отличается. Если бориспольский терминал обошелся в 365 млн. грн., то, по данным инвестора харьковского аэропорта — группы DCH, подконтрольной украинскому бизнесмену Александру Ярославскому — сметная стоимость проекта оценивается в 508,8 млн. грн. Из которых уже освоена приблизительно половина средств. Полностью же реконструкция должна завершиться в следующем году. Предполагается, что в терминале появятся 3 выхода к самолетам через телескопические трапы. Вокруг терминала обустроят территорию, завершат работы по созданию паркинга и других объектов.

### Первые впечатления и планы терминала в «первой столице»

Первые же впечатления от нового терминала положительные. В нем уже работают два кафе, в которых относительно либеральные цены — кофе/чай по 8 грн., сэндвичи от 10 до 30 грн., пиво по 8-20 грн. Как говорится, никакого сравнения с «Борисполем».

Что же касается заполняемости терминала, то с этим пока проблемы. На первом этапе он пока обслуживает только внутренние рейсы — на Киев и Симферополь, в дальнейшем же ожидается открытие целого набора маршрутов. К существующим 12 авиаперевозчикам,

выполняющим рейсы в Харьков (кроме украинских перевозчиков, это авиакомпании, совершающие полеты в Грузию, Турцию и Россию), добавятся, по крайней мере, еще десяток.

Так, с 21 октября турецкая low-cost компания Pegasus Airlines намерена начать полеты из аэропорта Стамбула им.



Сабихи Гекчен в Харьков от 3 до 7 раз в неделю в зависимости от спроса (вылет из Харькова в 3:15 утра, вылет из Стамбула в Харьков в 23:40, самолет будет ночевать в Харькове). По словам президента группы DCH Александра Ярославского, недавно также были подписаны соглашения об открытии маршрутов из Харькова в Европу — Париж, Варшаву, аэропорты Италии и Германии.

Кроме того, в ближайшее время планируется расширить также и количество внутренних рейсов: в текущем году заплани-

ровано открытие рейсов во Львов и Одессу, а в следующем году - в Севастополь.

Для привлечения перевозчиков в DCH даже разработали целую программу поощрения авиакомпаний. Она заключается в предоставлении скидок в случае открытия новых регулярных маршрутов из Харькова. В частности, в первый год действия нового маршрута авиаперевозчик получает 70% скидку на оплату сбора за взлет/посадку и пассажирского сбора, на 2 год скидка составляет 50%, на третий — 30%. Нечто подобное ранее действовало в «Борисполе», только там градация была в зависимости от пассажиропотока.

### Стоит ли овчинка выделки?

Что же касается окупаемости проекта, то тут возникает достаточно много вопросов. Александр Ярославский, к примеру, считает, что пассажиропоток в ближайшее время увеличится до 5 млн. человек. «Мы провели скрупулезный анализ при помощи австрийской и немецкой компаний, и они признали, что потенциальный перспективный авиационный пассажиропоток через Харьков составляет — 4,8 млн. человек. Например, сейчас около 600 тысяч харьковчан улетают за рубеж через Киев. Кроме того, харьковский аэропорт сможет обслуживать пассажиров Сумской, Белгородской, Полтавской областей, которые могут не ехать лишние 300 км до столицы, а воспользоваться нашим аэропортом», — говорит А.Ярославский. Правда, эксперты не столь оптимистичны в расчетах. Опрошенные «УТ» специалисты авиационной отрасли отмечают, что в ближайшее время увеличить в разы объемы нереально, реальные цифры — 30-40% роста. К тому ➔

→ же из-за несговорчивости администрации аэропорта совсем недавно Харьков потерял целую маршрутную сеть авиакомпании «Роза ветров», которая предлагала выполнять из Харькова до 40 рейсов в неделю.

Еще один сдерживающий фактор — короткая ВПП аэропорта. Она рассчитана на прием только среднемагистральных лайнеров. Логично было бы при реконструк-

то следующим шагом станет реконструкция существующего здания аэровокзала, который является памятником архитектуры. По словам А.Ярославского, приблизительно через 1,5-2 месяца начнутся работы по проектированию реконструкции здания. При этом особое внимание будет уделено реставрации картин и фресок терминала. После завершения работ при-

дают представители группы DCH, пропускная способность терминала составит около 250 пассажиров в час, хотя следует отметить, что для VIP-терминалов оценивать пропускную способность сотнями пассажиров в час не совсем корректно.

В аэропорту также готовят и еще один проект под Евро-2012. В ближайшее время начнется строительство временного терминала для обслуживания чартеров с болейщиками, пропускной способностью до 2 тыс. пассажиров в час. Как говорит руководитель дирекции по строительству аэропорта Харьков Александр Сивальнев, данный терминал проектируется как раз для обслуживания пассажиров во время максимального наплыва болельщиков. В этом здании будет минимум удобств и в дальнейшем... оно будет переоборудовано в ангар для обслуживания VIP-самолетов. Размеры здания 50 на 60 метров. Стоимость работ оценивают в \$5-7 млн., однако в аэропорту оговариваются — все будет зависеть от оборудования, которое установят в терминале. В украинских реалиях это, как правило, означает, что конечная цена может существенно превысить озвученную цифру.

Если же в целом оценивать перспективы аэропорта в Харькове, то, по большому счету, город получил дорогую игрушку. Инвестор согласился вкладывать средства в аэропорт исключительно в обмен на льготы под другие свои проекты, а об окупаемости сейчас нет и речи. Главное — провести Евро-2012, а там уже будем разбираться, что делать со стадионами и новыми терминалами, может быть экономическая ситуация поменяется и у людей появятся деньги чаще летать. Но это из разряда предположений.

УТ



ции аэропорта удлинить полосу, но в проекте почему-то предусмотрено строительство новой ВПП с такой же длиной (!) общей стоимостью 1,086 525 млрд. грн. Впрочем, проект на то таковым и является, чтобы его всегда можно было доработать.

### Терминал — еще не весь аэропорт

Что касается других проектов DCH в Харьковском аэропорту,

приблизительно половина здания будет отведена под терминал для обслуживания VIP пассажиров, а в другой его части откроют роскошный ресторан в советском стиле. Стоимость работ пока не оглашается, но по оценкам экспертов она составит порядка \$5-6 млн. На время проведения матчей Евро-2012 терминал предполагают отдать для обслуживания официальных делегаций УЕФА. Как утверж-





# Чартерные взлеты и падения

Роман КОЗЛОВСКИЙ

## Вкратце о чартерах

То, что на массовых туристических направлениях используются авиачартеры, является прописной истиной туристической деятельности: арендуя (а точнее, фрахтуя) самолет целиком, можно существенно снизить себестоимость пассажиро-кресла по сравнению с перевозкой регулярными линиями. Поэтому, заказывая чартер, туроператоры часто продают друг другу блоки мест на нем — чтобы максимально заполнить рейс.

Изредка места на чартерных авиарейсах появляются в свободной продаже. Так произошло в этом сезоне, например, на Адриатическом направлении: из-за хронической недозагрузки туристами туроператоры открыли продажу билетов на чартера как на своих сайтах, так и в своих агентских сетях.

Во всем мире чартерные рейсы по категоричности ниже регулярных. Впрочем, данное утверждение применимо исключительно к организационным моментам. Всегда при возникновении какой-то сбойной ситуации в аэропорту, когда встает вопрос, кого в первую очередь выпускать, преимущество будет у регулярного рейса. Именно этим фактором объясняются не такие уж и редкие задержки туристических групп как в отечественных, так и зарубежных аэропортах.



## Немного статистики

Согласно отчету Государственной авиационной администрации Украины, за первое полугодие 2010 года украинскими авиакомпаниями было выполнено около 12 тыс. чартерных авиарейсов, в то время как за аналогичный период прошлого года было выполнено 11 тыс. таких рейсов. Также наблюдается рост пассажиропотока на чартерных рейсах. Так, за 6 месяцев 2010 года такими авиарейсами было перевезено 864,4 тыс. человек, в то время как за первое полугодие 2009 года было перевезено 697,2 тыс. пассажиров. Таким образом, только за полгода чартерный прирост пассажиров составил почти 20%.

Хочется подчеркнуть, что совсем иная картина наблюдалась при сравнении итогов 2009

и 2008 годов. Так, в прошлом году было осуществлено около 25 тыс. чартерных рейсов, в то время как в 2008 году эта цифра составляла 34,6 тыс. рейсов. При этом за весь прошлый год чартерами было перевезено около 1 млн 750 тыс. пассажиров, в то время как за 2008 год было перевезено порядка 2 млн 408 тыс. пассажиров. Таким образом видно, что 2009 год оказался действительно кризисным для авиаперевозчиков и туроператоров.

## Куда летим?

Теперь о наиболее популярных чартерных направлениях. Здесь пальму первенства стабильно удерживает Турция. Так, по данным туроператоров, в 2009 году эту страну посетило не менее 600 тыс. украинцев, при чем всего за рубеж выехало около 12 млн. украинских туристов.



«Украинцы облюбовали курорты южной провинции Анталия, нравится им также Мугла — за последние пару лет турпоток сюда увеличился на 60 процентов, тогда как ранее Эгейский регион в основном предпочитали граждане ЕС», — говорит генеральный директор отеля Amara Dolce Vita Реджеп Джошкун.

Второе место по посещаемости украинцами принадлежит Египту (в 2009-м его посетило около 300 тыс. человек). Также, если судить по статистике, предоставляемой Госслужбой по туризму и курортам, то увеличение чартеров наблюдалось на ОАЭ. Именно туда за первый квартал 2010 года отправилось на 64% больше организованных групп украинских туристов по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Кроме этого, выросло количество организованных туристов в Израиль (на 38%) и Таиланд (на 32%). Впрочем, по двум последним направлениям чартерные авиарейсы не организовываются: в Израиль — по формальным признакам (отсутствие в двустороннем соглашении об авиационном сообщении упоминания о чартерах), в Таиланд — из-за дальности этой страны и недостаточности турпотоков для полной загрузки борта. Правда, заметим, что рейс израильской авиакомпании «Аркия» в Киев хотя и выполня-

ется как регулярный, но по всем признакам является чартерным, организованным туроператором TURTESS.

### Капля дегтя

Летний период принес туристическому рынку череду банкротств. Первым о своей неплатежеспособности заявил туроператор «Карья Тур Украина». Тогда, по данным Ассоциации лидеров турбизнеса Украины (АЛТУ), проблемы с возвратом из Турции на родину



возникли примерно у 1650 туристов. Следующим на очереди оказался туроператор «Zeta», специализирующийся по Черногории и Хорватии.

По мнению экспертов, руководство «Zeta» подвела излишняя эйфория, царившая на украинском туррынке вокруг хорватского направления, где для украинских туристов отменили на летний сезон визы. В результате весной на Хорва-

тию из Украины было заявлено 20 авиарейсов в неделю, что в 2 раза больше, чем в 2009 году.

Разумеется, все они выполнены не были: так, в распоряжении автора оказалась информация, что туроператор «Адрия Хит» вдвое сократил число зафрахтованных авиарейсов в регион, объединив 2 направления в одно кольцевое. Вместо двух бортов, которые должны были летать по маршрутам Киев — Пула и Киев — Сплит, в сезоне-2010 в воздух поднялся лишь один, совершавший комбинированный рейс по маршруту Киев — Пула — Сплит.

Естественно, банкротство туроператора, как правило, сопровождается отказом от чартерных рейсов, которые заказываются и оплачиваются заблаговременно. Однако при попытке выяснить статистику отказов туроператоров и авиакомпаний от чартерных рейсов, везде следует вежливый ответ о коммерческой тайне. Впрочем, такая позиция туроператоров и авиакомпаний очевидна — никто не желает рассказывать о финансовых потерях в бизнесе. Поэтому количество запланированных, но неосуществленных чартерных рейсов можно только оценить.

Но при этом всем, глядя на статистику чартерных полетов в 2010 году, можно смело сказать, что если и случались отказы от чартеров, то их число явно невелико, и вряд ли сможет перекрыть показатели, демонстрирующие посткризисное оздоровление рынка туристических услуг. УТ

Год	2008	2009	2009 1 полугодие	2010 1 полугодие	2009/2008	½ 2010/ ½ 2009
К-во выполненных авиарейсов, тыс. вылетов	36.4	25	11	12	-31%	+9%
К-во перевезенных пассажиров, тыс. чел.	2408	1750	697.2	864.4	-27%	+19%

Данные Госавиаслужбы Украины

# Воздушные риски израильского направления

Вячеслав КОНОВАЛОВ

**М**еры безопасности в Израиле стали в последнее время чуть ли не религией. Попасты в самолет израильского перевозчика без утомительного допроса перед регистрацией просто невозможно. Аналогичная процедура ожидает в Тель-Авиве пассажиров, прибывших рейсами других, не израильских авиакомпаний. Хотя служба авиационной безопасности «Шин Бет» может устроить «шмон» и прибывшим рейсами компаний «Эль Аль», «Аркия» и «Исрэйр», если шинбетовцам что-то не понравится...

Конечно, меры безопасности необходимы, но многие эксперты в последнее время все более раздражительно комментируют очередные инициативы Израиля в этой сфере. Последней каплей стала инициатива введения Израилем идентификационной системы Code Positive, которой должны будут пользоваться все самолеты, приближающиеся к аэропорту Бен-Гурион. Целью внедрения данной системы опознания является предотвращение захода в израильское воздушное пространство самолета, похищенного террористами. По новой процедуре пилоты всех пассажирских рейсов, направляющихся в Израиль, должны будут пользоваться специальной смарт-картой, с помощью



УЖЕСТОЧИВШИЕСЯ В ПОСЛЕДНЕЕ ВРЕМЯ ТРЕБОВАНИЯ К БЕЗОПАСНОСТИ В ИЗРАИЛЕ УЖЕ ВЫЗВАЛИ РЯД СКАНДАЛОВ С ЕС И РОССИЕЙ. ЭТИ ЖЕ МЕРЫ МОГУТ УДАРИТЬ И ПО УКРАИНЕ, ОМРАЧИВ, ТАКИМ ОБРАЗОМ, ОЖИДАЕМУЮ ОТМЕНУ ВИЗОВОГО РЕЖИМА МЕЖДУ НАШИМИ СТРАНАМИ

которой система активируется и передает подтверждение диспетчерам аэропорта «Бен-Гурион». Таким образом, диспетчеры получают подтверждение, что за штурвалом находится именно тот пилот, который был заявлен при вылете, а не террорист.

В принципе, в такой системе нет ничего нового: распознавание по принципу «свой — чужой», или, в английской версии,

Friend or Foe, активно используется военными, в том числе и израильскими, начиная с 60-х годов прошлого века. Но то, что хорошо для военных, не всегда подходит для гражданской сферы. Так, с технической точки зрения установка идентификационной системы Code Positive предполагает переоборудование как минимум 15 тыс. самолетов, которые выполняют полеты в Израиль. Или, как вариант,



введение режима, когда рейсы в Тель-Авив будут выполнять только определенные, специально выделенные (и соответствующим образом оборудованные) борта. Кроме финансовых затрат по установке оборудования, это несет перевозчикам и серьезные организационные неудобства.

Но есть в этом вопросе и еще одна проблема. Как и можно было предположить, система время от времени дает сбой. В экспериментальном режиме ее уже начали эксплуатировать пять авиакомпаний - Continental Airlines, Air Canada, Delta Airlines, U.S. Air и Ethiopian Airlines, но сразу же столкнулись с проблемами. Система в начале «не узнала» пилота Delta, и истребители ВВС ЦАХАЛа были подняты в воздух. Через неделю пилот Ethiopian Airlines «неправильно воспользовался» системой, и вновь истребители поднялись на перехват «террориста».

После серии обращений к главе израильского управления гражданской авиации Гиоре Рому, которые ни к чему не привели, авиационные власти Европейского Союза объявили о возможной отмене всех пассажирских рейсов в Израиль. Пока ситуация патовая — Израиль взял тайм-аут на изуче-



ние проблемы, а ЕС пока не отменяет рейсы. Но, вероятнее всего, переоборудовать самолеты все-таки придется. В связи с отменой визового режима с Украиной, количество рейсов между странами увеличится. А следовательно, у «Аэросвита» и других перевозчиков, изъявивших желание летать в Израиль, расходы ощутимо увеличатся.

Следующая проблема — наличие израильских вооруженных охранников в украинских аэропортах. Пока рейсы выполняются из Киева и Одессы, проблем

не возникает. Но, скорее всего, после либерализации отношений между нашими странами израильтяне захотят более активного присутствия в украинских регионах. Аналогичная ситуация была в России. Пока рейсы выполнялись в Москву и Санкт-Петербург, вооруженную охрану терпели. Когда же израильтяне появились в регионах, начались проблемы, которые вылились в конфликты, а впоследствии и в запрет полетов из Израйля в Ростов-на-Дону, Краснодар и Сочи.

Аналогичные сценарии возможны в Украине. Ведь нет никакой гарантии, что через месяц или год в Израйле не начнется очередная антитеррорестическая истерия и украинские аэропорты не обяжут закупать очередные суперсканеры или устанавливать специальные системы слежения за пассажирами. Зная нерасторопность украинских чиновников, вполне реальной может оказаться ситуация, когда деньги вовремя не найдутся, и израильские чиновники от авиации заблокируют полеты в Украину... УТ



# LOT: ПОЖЕЛАНИЯ КЛИЕНТОВ — НАШ ПРИОРИТЕТ

**В** последние годы все более популярными становятся авиAPERелеты в Азию, а именно во Вьетнам. Эта экзотическая страна мало кого может оставить равнодушным. Исторические и социально-политические аспекты вьетнамской жизни делают путешествие по Вьетнаму незабываемым и оставляют у посетивших его очень глубокие впечатления.

Сказочная природа Вьетнама привлекает туристов со всего мира. Именно здесь находится бухта Халонг, название которой переводится с вьетнамского как «дракон, который спускается», с более чем 3000 островами, взмывающими резко вверх из изумрудных вод Тонкинского залива.

Столица незабываемого Вьетнама — Ханой, ее визитной карточкой являются великолепные озера, ове-

янные легендами, и древние кварталы с узкими и шумными улицами, где постоянно что-то происходит, изысканные виллы в колониальном стиле, широкие бульвары, экзотические и яркие пагоды и храмы.

Об этой стране, полной экзотики и оставляющей яркие впечатления, можно говорить часами, но, как говорится, лучше хотя бы один раз ее посетить.

Мы рады сообщить, что в ответ на неуклонно возрастающий спрос, начиная с ноября 2010 г. авиакомпания LOT открывает новое направление — Ханой. И не только...

Не остались без нашего внимания и другие востребованные направления. Клиентов все больше влечет Восток, манящий к себе легким ветром, наполненным прогретым ярким солнцем воздухом и экзотическими ароматами специй.

LOT уже сделал первый шаг навстречу пожеланиям клиентов. Культурная и торговая столица Ливана — Бейрут, стала открытой для многих уже сейчас. Уже сейчас ваши клиенты могут насладиться путешествием в центр Ближнего Востока вместе с нами.

Но LOT не собирается останавливаться на достигнутом. Новые горизонты авиакомпании раскрывают сказочные красоты древних городов, таких, как Дамаск и Каир.

Дамаск... Один из старейших городов мира, который сберег в себе все его секреты. Немало тайн хранит Каир — столица Египта, страны, которая славится загадочными и



опасными сокровищами фараонов. Вскоре ваши клиенты смогут прикоснуться к ним вместе с Польскими авиалиниями.

Также новинками авиакомпании LOT становятся направления в Тбилиси и Ереван — города, происхождение которых пронизано древней историей и легендами, чей дух пропитан ароматами неповторимых блюд и необычайно теплым гостеприимством.

Восток соблазняет своей историей и легендами, LOT — высоким качеством удовлетворения желаний клиента. Главное преимущество рейсов авиакомпании — очень удобные стыковки. Ведь в нашу эпоху время бесценно. Мы понимаем это и стараемся сохранить ваше богатство.

**Открывайте новые горизонты  
вместе с LOT!**







# Экзотический Восток ... Прикоснись к тайне вместе с LOT



*Ханой, Дамаск, Каир, Бейрут, Тбилиси, Ереван*



**Наш адрес:**

36, ул. Ивана Франко, 01030, Киев

тел.: **+38 044 288 1054**

**+38 044 288 1055**

**[www.lot.com](http://www.lot.com)**

# Виза в Польшу: просто и доступно



*Рафал ВОЛЬСКИ, Заведующий  
Консульским отделом Посольства  
Республики Польша в Украине, 1-й  
советник*



*Гжегож СТЫКОВСКИ, начальник  
визового департамента  
Консульского отдела Посольства  
Республики Польша  
в Украине, советник*

**П**ольша и Украина — это близкие соседи, нас объединяет общая история на протяжении нескольких веков, несколько сотен километров общей границы, схожий менталитет наших народов, похожая культура, родственные языки и, наконец, наличие в Польше и Украине многочисленной диаспоры. Неудивительно поэтому, что многие украинцы стремятся посетить Польшу в качестве туристов: Украина занимает для нашей страны второе место по индексу значимости стран, формирующих турпоток в Польшу. Поэтому и мы — руководители и сотрудники польского консульства — никоим образом не заинтересованы в ограничении потока граждан Украины, желающих посетить

Польшу. Это касается и организованных туристов, планирующих свои поездки с помощью туристических компаний. Поэтому мы стремимся создать для украинских турфирм режим максимального благоприятствования их деятельности по формированию турпотока украинских граждан в Польшу.

Однако Польша является членом Евросоюза, входит в Шенгенское соглашение, поэтому граждане Украины для посещения нашей страны должны оформлять в польских консульствах шенгенские визы.

## **Визы: оформляем без очередей**

В Украине почему-то сформировалось мнение, что шенгенскую визу получить очень

сложно, практически невозможно, что необходимо для ее оформления собирать огромное количество документов, часами выстаивать в очередях перед консульствами, платить большие деньги посредникам... Ничего более далекого от истины нет — действительно, было время, когда под дверями нашего консульского отдела стояли длинные очереди. Но все это уже в прошлом, и сегодня каждый желающий может свободно зайти и подать документы на визу. Многие украинцы еще не привыкли к тому, что в консульский отдел можно зайти просто так, и становятся по привычке в одну из очередей, которые выстаиваются в соседние консульства. Иногда нам звонят: «Мы уже здесь, стоим в оче-



реди...» Мы переспрашиваем: в какой еще очереди? И объясняем, что к нам можно зайти свободно...

Другое дело, что для получения визы необходимо предоставить определенные документы, которые подтверждают, в частности, цель поездки иностранного гражданина в страны Шенгенского соглашения, указывают, где он/она будет жить, наличие у заявителя финансовых средств для поездки и т.п. Консульский сбор, взимаемый за рассмотрение заявок для оформления шенгенской визы, составляет 35 евро, что, на наш взгляд, никоим образом нельзя назвать большими деньгами.

### Аккредитация как формальность

Как мы уже говорили, консульство Польши приветствует туризм, в том числе и из Украины — ведь он напрямую влияет на состояние польской экономики, улучшая ее показатели. Поэтому для туристических компаний, которые имеют намерение формировать турпоток в нашу страну, мы предусмотрели максимально простой режим аккредитации. Список документов, необходимых для аккредитации туркомпании в нашем консульстве, вывешен на нашем сайте (<http://www.kijowkg.polemb.net/index.php?document=195>) и, в соответствии с требованием Визового кодекса Евросоюза, является одинаковым для всех ➔



### Динамика выдачи виз польскими консульствами для граждан Украины

Год	К-во заявок на визы	Общее к-во выданных виз	В т.ч. категории С (шенгенских)	К-во отказов в визах	%% отказов
2009	451526	439261	277869	12264	2,72%
2010 (январь - август)	306533	299235	187244	7211	2,38%

→ членов ЕС. По сути, аккредитация является формальной процедурой, подтверждающей легальную работу турфирмы на рынке. Делается это по вполне очевидной причине: как государственные служащие, мы хотим быть уверены, что туристы, прибывшие в Польшу или в другие страны Шенгенского соглашения через Польшу, не останутся в один прекрасный момент на улице, или у них не возникнут проблемы с возвращением домой, например, из-за непоплаты авиационного или автобусного чартера. Поэтому каждый год мы просим наших партнеров — а именно в таком качестве мы рассматриваем аккредитованные у нас туристические компании — предоставить свидетельство их легальной работы на рынке и урегулированности отношений с соответствующими государственными органами.

Сегодня в нашем консульстве аккредитовано больше 140 турфирм. Аккредитация у нас открыта всегда, нет никаких «окон» или «закрытых» периодов. Ведь у нас нет задачи ограничивать туристический бизнес украинских турфирм!



*В отличие от многих консульств шенгенских стран, в киевское консульство Польши можно зайти свободно*

**Территориальные ограничения: отсутствуют**

Кроме Киева, сегодня польские Генеральные консульства в Украине работают в таких городах: Винница, Луцк, Львов, Одесса, Севастополь, Харьков. Их адреса и контакты расположены здесь: <http://www.kijowkg.polemb.net/index.php?document=62>. Не исключаем, что в будущем в Украине от-

кроется еще нескольких польских консульств. Но и сегодня житель каждого региона может выбирать наиболее удобное для него место подачи документов на визу — какие-либо территориальные ограничения, связанные с местом проживания визовых аппликантов, у нас отсутствуют. То же самое можем сказать и о туристических компаниях: если в наше консульство аккредитованная фирма

**Количество виз типа С (шенгенских), выданных польскими консульствами в Украине за 8 месяцев 2010 г.:**

Консульство Месяц	Харьков	Киев	Луцк	Львов	Винница	Одесса	Всего	Отказано	%% отказов
Январь	н/д	2431	2802	6794	0	н/д	12027	316	2,63
Февраль	н/д	2813	3490	10475	286	н/д	17064	599	3,51
Март	н/д	3922	3815	14640	652	н/д	23029	1016	4,41
Апрель	н/д	4075	3953	11020	1229	н/д	20277	507	2,50
Май	н/д	4091	4586	11765	1162	н/д	21604	406	1,88
Июнь	1296	5451	6916	14150	2026	1253	31092	576	1,85
Июль	1628	4600	8040	15 453	2065	1741	33527	735	2,19
Август	1071	4731	6649	13702	1302	1169	28624	1125	3,93
<b>Итого</b>							187244	5280	2,82



принесет документы от группы туристов, среди которых окажется несколько жителей Винницы или Мариуполя, мы не откажем им в оформлении документов. С другой стороны, туристической компании, зарегистрированной, например, в Донецке, и регулярно отправляющей в Польшу туристические группы, состоящие из жителей Донбасса, будет гораздо удобнее аккредитоваться в нашем Генконсульстве в Харькове, а не у нас или, к примеру, в Луцке. Уже хотя бы потому, что пропускная способность любого консульства ограничена, да и расстояния в Украине совсем немаленькие. Однако мы прекрасно понимаем, что ситуации бывают разные, всегда готовы выслушать нашего партнера, и, если необходимо, сделать исключение из территориальных правил.



пакет включать копию трудовой книжки. Однако для наших аппликантов предоставление копий этого документа не является обязательным.

Вообще, о количестве отказов в шенгенских консульствах, в том числе в нашем, ходят легенды, многие считают, что показатель отказов — это чуть ли не засекреченная информация. На самом деле ничего подобного нет и близко — количество отказов

по нашему консульству составляет около 2.5%. Основная причина отказов — несоответствие цели поездки, или же представление неправдивых данных.

То же самое можно сказать и о лишении турфирм аккредитации. Такие случаи, конечно же, бывают, однако крайне редко — за последние 2 года мы лишили аккредитации 2 или 3 фирмы. К такой процедуре мы вынуждены прибегать в случае серьезных нарушений (например, фальсификация документов), однако замечу, что нашим приоритетом является плодотворное сотрудничество, а не полицейские функции. К тому же, сотрудничающие с нами турфирмы являются настоящими профессионалами отрасли, и практически не допускают нарушений аккредитационных правил и шенгенских требований. **УТ**

### Сотрудничество как приоритет

Каждый год мы организуем встречи с нашими партнерами — украинскими туристическими компаниями, где, в частности, отвечаем на наиболее актуальные вопросы сотрудничества. Например, на последней такой встрече представитель одной из туркомпаний задала вопрос, что нужно писать в визовой анкете, если человек нигде не работает. Ответ здесь однозначный: писать нужно правду! Если человек по каким-то причинам временно не работает, но у него есть деньги на то, чтобы отправиться в тур — почему мы должны отказывать ему в визе? Более того, мы самостоятельно пошли на упрощение шенгенских требований к пакету визовых документов — Брюссель рекомендует в этот

Ирина КУДИНА, директор туристического агентства ООО «Миклухо-Маклай»:



Польша круглый год может предложить туристам на выбор множество вариантов проведения долгожданного отпуска. Это и экскурсионные культурно-познавательные маршруты, и хорошие условия для отдыха и лечения, а также посещение фестивалей и выставок. Стоит заметить, что многочисленные украинские туристы уже успели познакомиться с Польшей. Поэтому, безусловно, польское направление продолжает представлять интерес для туристов нашей страны, хотя и какой-то узконаправленный. Это или экскурсионный тур, который включает посещение Кракова и соляных копей Велички, или отдых на горнолыжном курорте Закопане. А ведь Польша — это еще и Балтийское побережье протяженностью 500 км с широкими пляжами и хорошо развитой туристической инфраструктурой.

Кроме традиционного отдыха на море, туристическая Польша предлагает ознакомиться с архитектурно-историческими достопримечательностями таких старинных городов, как Вроцлав, Познань, Лодзь, Торунь, Гданьск. Лечение и оздоровление на климатических курортах, отдых на мазурских озерах с пляжами, активный туризм, а также и детский туризм — все это перспективы развития польского направления. И тогда туристы, в очередной раз посещая новый уголок Польши, будут заново открывать ее для себя, испытывая желание вновь вернуться в эту страну с богатой историей и культурой.

# СВЕНТОКШИСКИЙ ТУРПРОДУКТ «ИЗ ВОЗДУХА»



*Влодзимеж ЩУРЕК, директор  
представительства Польской Туристической  
организации в Украине*

**П**ольша — это страна с богатой историей. На территории нашей страны сохранилось много исторических и архитектурных памятников, связанных с прошлым не только Польши, но и всей Европы, что автоматически делает их туристическими аттракциями для представителей большинства европейских, да и не только, стран. Кроме того, разнообразие природных

условий (от морских курортов на севере до горнолыжных — на юге страны), неплохо развитая инфраструктура и транспорт, а также членство Польши в Европейском Союзе и Шенгенском соглашении сделали ее достаточно привлекательной страной с точки зрения въездного туризма.

Однако в Польше существуют территории, где до недавнего времени туризм не был приоритетным направлением. Но в последние годы здесь стал интенсивно формироваться весьма популярный и успешный с точки зрения коммерции туристиче-

ский продукт. Интересно, что во многих случаях ставку в развитии региона сделали именно на туризм. И это себя полностью оправдывает.

Ярким примером такой «территории приоритетного развития туризма» является Свентокшиское воеводство, в частности, его столица Кельце. Этот город, расположенный на полпути между исторической и туристической столицей — Краковом и фактической — Варшавой, как-то терялся для туристов. Парадоксально, но строительство современной окружной дороги, которую Кельце получили одними из первых в Польше, только усугубило ситуацию — город превратился просто в транзитную точку в атласе автомобильных дорог. Однако в результате проведения административной реформы, состоявшейся в Польше



в середине 90-х годов прошлого столетия, во главе региона встали молодые, грамотные специалисты-управленцы, которые пришли к выводу, что наилучшие шансы обновления, развития и повышения уровня жизни в регионе дает туризм. Эта отрасль экономики характеризуется наиболее низкими затратами на создание новых рабочих мест, а ее развитие, в первую очередь, определяется грамотным применением PR и маркетинговых технологий.

### Балтов: Парк Юрского периода

Пару десятков лет тому назад неподалеку от этого городка в результате раскопок были обнаружены окаменелые остатки динозавров. Некоторые наиболее инициативные члены местной общины увидели здесь свой шанс и решили реализовать на основе палеонтологических исследований весьма необычный проект — открыть в Балтове Парк динозавров. Причем сделано это было довольно грамотно: современная туристическая инфраструктура, серия массивных PR-кампаний как на территории Польши, так и за ее пределами, привели к тому, что Балтовский Юрский парк представляет собой стабильно работающее, коммерчески выгодное предприятие.

Дополнительную привлекательность создают Балтову и сочетание «путешествий в прошлое» с более традиционными видами туризма и отдыха: так, на территории города действует зоопарк, а точнее, сафари-парк, созданный по образцу национальных парков Африки. Размеры у него, конечно, не африканские — 40 га — однако

дикие животные, среди которых — верблюды, ламы, дикие кабаны, муфлоны, страусы и кенгуру, — здесь не заключены в клетки или вольеры, а свободно гуляют по территории парка. Посетители же могут наблюдать за ними из окон специальных автобусов. Если же учесть, что в Балтове посетителям предлагают совершить верховые прогулки, а Свентокшиские горы предостав-



ляют прекрасные возможности для зимних видов отдыха, в том числе для горных лыж, становится понятно, что по инициативе местной общины создан вполне конкурентоспособный, всепогодный и весьма разносторонний туристический продукт.

### Релаксационный центр в Рытвянах

В первые десятилетия после окончательного раздела Польши между Россией, Пруссией и Австрией Российская империя проводила на захваченных землях политику т.наз. «обрусения»,

которая включала, в том числе, и принудительное навязывание полякам православия. Для этого, в частности, ликвидировали многочисленные монастыри различных католических орденов. Такая судьба постигла и монастырь в Рытвянах — последние монахи были отсюда изгнаны в 1825 г. Много десятилетий брошенный монастырь потихоньку разрушался, однако по инициативе церков-

ных властей уже в наше время там был обустроен релаксационно-терапевтический центр для жителей крупных городов, уставших от сутолоки, шума и напряженного ритма жизни — трудоголиков... Здесь проводятся психологические консультации, групповые и индивидуальные занятия по психологической разгрузке. Релаксационно-терапевтический центр практикует целый ряд методик «искусствотерапии», таких, как роспись по стеклу, витражная роспись, скульптура, а также традиционные спа- и курортные методики, например, массаж горячими камнями, →

→ занятия в тренажерном зале, прогулки по лесу, в частности, по оборудованным в лесу информационным тропинкам, занятия физкультурой. Клиентам центра предлагают обширную культурную и экскурсионную программу по достопримечательностям региона, в частности, по храмам и монастырям Рывянского епископства.

становившая из руин, а то, что осталось — практически полностью перестроить, но сегодня в нем оборудован элитный отель.

Однако отелем пан Попель не ограничился — для своих гостей он организует всевозможные развлечения. Например, каждый год здесь выращивается лабиринт из кукурузы площадью около 4 га, в котором нужно

лов. Бизоны, а также дикие кабаны, с удовольствием съедают кукурузный лабиринт после окончания сезона. А в ресторане гостиничного комплекса гости могут полакомиться блюдами из бизоньего и кабаньего мяса... Бизоны — довольно мирные животные, поэтому для гостей отеля организуют пешие экскурсии к стаду. Впрочем, желающие могут познакомиться с обитателями американских прерий, катаясь на бричке, а также на специальном «бизонсафаримобиле».



### Почувствовать себя дворянином

После восстановления в Польше демократического строя был принят закон о реституции, и владельцам (или их потомкам), у которых коммунистическая власть отняла собственность, стали ее возвращать. Таким образом, в свое родовое имение Курозвенки вернулся Ян Марчин Попель — потомок старинного дворянского рода. Замок XIV века пришлось вос-

отыскать спрятанные вопросы, разгадать их и заполнить специальный кроссворд. В этом году кроссворд был посвящен жизни и деятельности великого польского композитора Фредерика Шопена, 200-летие со дня рождения которого широко отмечается во всем мире.

А еще в окрестностях отеля построен питомник для... американских бизонов. Численность стада увеличивается с каждым годом, сегодня она достигла 80 го-

### Спортцентр «Афор»: прогулки по канатам

А что делать в случае, когда история не столь благосклонна, и не оставила импозантных следов? Поставить на моду и современность! В 11-ти километрах от Кельце находится центр спорта и отдыха «Афор» (в Боркове), расположенный в еловом лесу, в долине реки Белянки, у подножия Свентокшиских гор — в интереснейшем ландшафте региона. Здесь нет чрезвычайных удобств, потому что не они являются целью гостей «Афора». Сюда приезжают за адреналином и отдыхом одновременно. Вокруг в лесу — море грибов, рядом — на озере — гарантирован удачный улов. А между деревьев — канатный парк с разными уровнями сложности, множество прогулочных и велосипедных дорожек, спортивные площадки, пейнтбол. Сам объект, наверное, помнит семидесятые годы, но благодаря созданию современного и модного в Польше предложения активного проведения уик-энда для жителей Кельце, здесь могут позволить себе отложить постройку новой звездочной гостиницы еще на некоторое время. А вот конференц-залы «Афора» оборудовали по последнему слову техники — они-то и



помогают расположенному в спокойном пригороде крупного города спортцентру держаться на плаву в те сезоны, когда мало активных туристов.

### Успех достигается сообща

Подобные необычные турпродукты не могут быть успешными без грамотного предложения на рынке. Лишь оно сможет обеспечить достаточное для получения стабильной прибыли количество посетителей подобных объектов. Такой подход себя оправдывает: к примеру, в Балтове даже работает школа подготовки персонала для обслуживания туристов.

Грамотное предложение такого туристического продукта разрабатывают и внедряют в жизнь представители региональной туристической общестственности, местной власти и торговых палат, владельцы туристических компаний и инфраструктурных объектов, объединенные в региональные туристические организации. Такая структура является характерной для всей Польши и действует в каждом воеводстве. Финансируются региональные туристические организации с помощью взносов их участников. Как правило, наибольшие взносы платит местная власть (администрация маршалка воеводства).

В Свентокшиском воеводстве с 2008 года идет информационная кампания, ставящая целью всестороннюю промоцию комплексного туристического продукта региона. Бюджет кампании, рассчитанный до 2013 г., составил \$2.5 млн, из них 80% — по линии Евросоюза, остальные расходы несут 34 участника программы — члены

региональной туристической организации.

В рамках программы предусмотрены такие мероприятия:

- Создание аналоговой и цифровой информационных туристических систем, их продвижение в Интернете;



- Рекламно-презентационные акции как в регионе, так и за его пределами, в том числе участие в туристических выставках, семинарах, воркшопах, а также проведение таких мероприятий;
- Публикация информационно-рекламных буклетов и презентационных материалов;
- Реклама регионального турпродукта в СМИ, внутренняя реклама, а также маркетинговые исследования.

Программа позволяет представить региональный турпродукт в комплексной форме, во всех его аспектах. Так, реализована инновационная Интегрированная программа туристической информации, включающая в себя туристический Интернет-портал с, как минимум, 10 локальными программами. В основном программа ориентирована на национальный рынок, хотя определенные движения будут производиться и на рынках России, Украины, Германии и Бенилюкса. В частности, символ регионального туристического продукта — Свентокшицкую волшебницу — можно будет встретить на туристическом салоне «Украина-2010». Разумеется, не будут обойдены вниманием и визиты в регион иностранных журналистов, предполагается создание многоязычного Интернет-портала, участие Свентокшицкого воеводства в иностранных турвыставках, проведение семинаров и воркшопов.

\*\*\*

Перечисленные в этой статье объекты — это лишь малая часть туристических аттракций, которые, грамотно представляя себя на рынке туристических услуг, добились на нем успехов. Так, музей басни в Пацанове, музей игр и игрушек в Кельце, исторический Сандомеж презентуют себя в популярном телесериале. Впрочем, можно долго перечислять туристические объекты как Свентокшицкого воеводства, так и всей Польши, которые достигают успеха на рынке, однако не это является целью статьи. Практика показывает, что успешный, пользующийся спросом турпродукт можно создать из малого — необходимо лишь грамотно подойти к его разработке и представлению на рынке. УТ





# ОТДЫХ В ПОЛЬШЕ

Турфирма «Руада» - представитель

ТУРИСТИЧЕСКАЯ ФИРМА «РУАДА» – ТУРОПЕРАТОР ПО ПОЛЬШЕ С 1998 ГОДА -  
ПРИГЛАШАЕТ В ЗАКОПАНЕ – ИЗВЕСТНЫЙ ПОЛЬСКИЙ ГОРНОЛЫЖНЫЙ КУРОРТ  
НА НОВОГОДНИЕ И РОЖДЕСТВЕНСКИЕ КАНИКУЛЫ

**Предлагаем Вашему вниманию перечень отелей с гарантией мест**

**Hotel Litwor ★★★★★**



**Grand Nosalowy Dwor ★★★★★**



**Hotel Belvedere ★★★★**



**Nosalowy Dwor ★★★+**



**Hotel Crocus ★★★★**



**Mini hotel Fian ★★★**



**Hotel Kasprowy Mercure ★★★**



**Hotel Sosnica ★★★**





# – с «Руадой»!



Hotel SPA Dr.Irena Eris в Украине

о у 020060 ге 03 я д 2006 л

## КРИНИЦА-ЗДРУЙ – HOTEL SPA DR.IRENA ERIS

Эта суперсовременная гостиница приютилась в 2-х километрах от центра Криницы в тихом уединенном месте в окружении хвойных лесов. Это идеальное место для тех, кто, устав от городской суеты и стрессов, мечтает окунуться в мир спокойствия и неги.



А еще гостиница привлекает внимание любителей горнолыжного катания, так как находится у подножья горы Явожина, где функционирует самая современная в Польше канатная дорога.

Все номера гостиницы с видом на Явожину.

Гостиница привлекает еще и тем, что те, кто не увлекаются горными лыжами, могут прекрасно провести время в СПА центре или в Институте Dr.Irena, который расположился на втором этаже гостиницы.

Здесь Вам предложат 60 авторских косметических процедур базирующихся на профессиональных программах «Dr.Irena», которая первой в Европе применила в косметологии витамин К.



**Здесь очень  
хорошо,  
поверьте!**



Цены на сайте [www.ruada-tour.com.ua](http://www.ruada-tour.com.ua)

Звоните нам по телефонам: **+38 044 461-90-11, 279-41-57**

Заявки на бронирование отправляйте на –

[olga@ruada-tour.com.ua](mailto:olga@ruada-tour.com.ua)

# Восток таинственный, манящий...



ВОЗРОСШАЯ КОНКУРЕНЦИЯ ВМЕСТЕ С МЕРАМИ ПО РАЗВИТИЮ ТУРИЗМА И ПОВЫШЕНИЮ СТАБИЛЬНОСТИ В РЕГИОНЕ ПРИВЕЛИ К ПОВЫШЕНИЮ ДОСТУПНОСТИ РЕГИОНА ЮГО-ВОСТОЧНОЙ АЗИИ КАК ТУРИСТИЧЕСКОГО НАПРАВЛЕНИЯ НА УКРАИНСКОМ РЫНКЕ

*Васил МАМЕТОВ*

**В**ысокий сезон на традиционный летний отдых закончен, однако клиентов, желающих продлить лето, не так уж мало. А значит, для туристических компаний пришло время экзотических направлений. Сейчас самое время подумать об открытии новых и восстановлении старых маршрутов в ту же Юго-Восточную Азию.

Это регион неисчерпаемых туристических возможностей. Можно развивать бизнес-туризм в Китай и Гонконг, экскурсионно-познавательные туры по храмам Камбоджи и Лаоса, великолепные СПА во Вьетнаме или такой притягательный Таиланд. Каждая из стран хороша и может предложить целый спектр услуг и развлечений самому притязательному туристу. Но...

Традиционно сложилось, что экзотические направления были выбором богатых людей. При самых либеральных ценах на отели, перелет — дорогостоящее удовольствие. А события прошедшего лета еще раз утвердили нас в мысли — украинцы экономят на отдыхе и отдают предпочтение недорогим турам. Последние годы лидерами продаж были Турция и Египет. И не из-за того, что украинцы так влюблены в эти страны — из-за цен. Стоило в этом году на 20-30% снизить цены на Грецию, и основные потоки устремились туда. Спрос на эту страну почти сравним с Турцией.

Так есть ли шанс у Юго-Восточной Азии стать массовым направлением?



## Мифы об Азии

Среди туристов бытует несколько предубеждений, относительно Юго-Восточного направления:

- Дорого;
- Далеко лететь;
- Нестабильный регион, опасно;
- Грязь, нищета;
- Неблагоприятный климат.

Каждый из этих мифов имеет под собой основания. Однако сейчас, когда конкуренция на рынке туристических услуг достигла невероятного размаха, многие компании развивают именно юго-восточное направление. Пока в этом направлении еще не так тесно, меньше конкуренция, а, значит, и больше возможностей для новых идей. К тому же в последнее время правительства стран Юго-Восточной Азии (прежде всего Вьетнама и Китая) стало привлекать серьезные инвестиции в туристический бизнес. Это позволило развивать туристическую инфраструктуру, строить отели и гостиницы, оплачивать услуги специалистов по лечебной медицине и пр. Немаловажную роль в увеличении популярности этого направления сыграла стабилизация политической ситуации в странах юго-восточного региона.

## Цена вопроса

Для рядового туриста, стоимость тура всегда была основой планирования своего отдыха. А стоимость туров в Юго-Восточную Азию в любом случае будет выше, чем в страны массового туризма из-за стоимости перелета. ➔

Ольга ДЯЧЕНКО, генеральный директор туроператора Siesta:

Наша компания специализируется на Юго-Восточной Азии и Японии уже многие годы. Поэтому я имею основания утверждать, что интерес к этим направлениям вырос почти в два раза. Что касается кризиса, то не могу сказать, что он каким-то образом отразился на туристе, который, например, выбирает тур в Японию. Ведь стоимость такого тура не менее \$6000 на двоих. Люди, которые имели такие деньги раньше, имеют их и сейчас.

Но, конечно же, наибольшей популярностью среди наших направлений пользуются Китай, Вьетнам, Индонезия (о.Бали). Главным образом потому, что поездка в эти страны позволяет совместить два вида отдыха — экскурсионные программы и отдых на море. К тому же, отправляясь в поездку на о.Бали, турист может по пути остановиться в Сингапуре — стране с большим потенциалом и возможностями. Такие же «путешествия два в одном» возможны при комбинировании «Мальдивы + Шри Ланка». Таким образом, путешественники посещают сразу две страны по цене одного международного перелета.

А вот наиболее перспективным для украинского рынка направлением я считаю Японию. Это страна невероятных возможностей. Не говоря уже о ее красоте, истории, традициях и мировых новаторствах, которые очень интересны нашему клиенту. В Японии есть все: экскурсионные туры на любой вкус, горнолыжный отдых, СПА — курорты, термальные курорты, Диснейленд, города будущего...

Я с большим удовлетворением встретила новость о том, что польская авиакомпания LOT открывает рейсы в Ханой. Ведь с открытием этого рейса направление станет более доступным, а значит, наши люди станут больше путешествовать в страны, достойные того, чтобы их посетить. И в альбомах украинских граждан появятся фото не только с турецкого и египетского побережья.

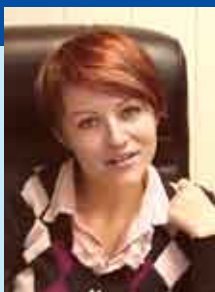




➔ Однако возможность расширить турпоток есть. Технологии раннего бронирования мест на авиалиниях и номеров в отелях, а также широкий ценовой диапазон предложений туристической инфраструктуры может

сделать направление более доступным. Уже прослеживаются некоторые позитивные тенденции в этом направлении. Сейчас, когда конкуренция среди авиакомпаний, специализирующихся на этом направлении,

возросла многократно, билеты сильно подешевели. Это позволило туроператорам снизить цены на свои туры, поэтому сейчас поездка во Вьетнам, например, обойдется лишь на 10-15% дороже, чем в ставшие уже привычными Турцию или Черногорию. Для агента такой аргумент в разговоре с клиентом является самой настоящей палочкой-выручалочкой! А если учесть, что направления Юго-Восточной Азии все еще считаются очень экзотическими, нетрудно понять, почему они все более и более востребованы среди туристов.



Ольга ТАН, генеральный директор туристической компании «Вест Тревел»:

Нельзя сказать, что Юго-Восточная Азия как направление никогда не пользовалась спросом. Оно всегда было востребовано определенной категорией украинцев. Это те туристы, которым приелась массовость, которым хочется отдохнуть не только от бешеной

рабочей гонки, но и от русского говора, которые желают тишины и спокойствия.

Также большую роль на объемы продаж в ЮВА влияют несколько факторов:

- дороговизна авиабилетов;
- дальние расстояния при полете;
- нераскрученность для среднего украинского туриста этого направления. Здесь значительную роль играет сарафанное радио, т.е.: «Вот я был в Малайзии, очень красиво и потрясающе. Рекомендую».

Запросов от туристических агентств на это направление поступает достаточно много, менеджеры не успевают

справляться с таким потоком. Но при получении окончательной цены многие туристы отказываются лететь. И все из-за увеличения цены на авиабилеты, что тянет за собой увеличение стоимости пакета. Хотя стоимость на наземное обслуживание осталась почти на том же уровне (1%). Получается в своем роде замкнутый круг. Люди лететь желают, так как уже познакомились с ЮВА, и она стала для них привлекательной. Но не могут себе позволить из-за стоимости пакета. В связи с этим поток путешествующих сократился на 20-40% в зависимости от страны назначения.

Хотя есть и исключения: например, спрос на отдых в Шри-Ланке, Гоа, ОАЭ постоянно растет благодаря доступной цене на наземное обслуживание, отличному сервису и, конечно же, приемлемой стоимости авиабилетов. Очень надеемся, что и на других направлениях региона, например, вьетнамском, ситуация изменится. Если авиакомпания LOT выставит цену по маршруту Киев — Ханой в районе \$500-600 — доступность такого турпродукта для украинских туристов существенно повысится.



Позитивно повлиял на развитие юго-восточного направления выход на украинский рынок авиакомпании Air Arabia. Бюджетные предложения этой авиакомпании позволили туроператорам снизить цены на

туры за счет перелета. Среди авиакомпаний выделится польская LOT открытием нового рейса Варшава-Ханой. Ожидается, что этот недорогой рейс также повлияет на стоимость туров, сделав их еще доступней.

Как уже отмечалось, принятие новых, стратегически важных решений (и не только в области туризма) привело к увеличению стабильности региона. Это позволило открыть новые направления, которые совсем недавно ➔

ТУРОПЕРАТОР  
**Kvim**

**Kvim Travel** ОКУНИТЕСЬ В МИР ЭКЗОТИКИ С Kvim Travel.  
Мы воплотим Ваши мечты в реальность!!!

КИТАЙ (О.ХАЙНАНЬ), ВЬЕТНАМ, КАМБОДЖА,  
ЛАОС, ТАИЛАНД, ШРИ-ЛАНКА,  
ИНДОНЕЗИЯ (О.БАЛИ)

ООО «КВИМ ТРЕВЕЛ»  
г. Киев, ул. Декабристов, 3  
тел. (044) 499-21-25, 592-00-37  
E-mail: info@kvimtravel.kiev.ua

ОДОБРЕНО

Лицензия (туроператора) ГСТКУ АВ № 428757 от 05.11.2008 г.

Максим КАРАНДА, директор компании Kvim Travel Co., LTD:



Направления Юго-Восточной Азии оставались и остаются очень востребованными, так как они включают в себя шикарный отдых на белоснежных пляжах Вьетнама, Китая, Таиланда, весьма насыщенную экскурсионную программу за относительно небольшие деньги. Единственный минус этих направлений — это не совсем профессиональные гиды. В большей степени это касается Китая и Вьетнама, но на фоне тамошних красот и ощущений от них, промахи гидов забываются. Конечно, кризис отразился на продажах не в лучшую сторону, в большей степени на экскурсионных турах. Спрос на туры в Юго-Восточную Азию упал приблизительно на 40%. Но мы настроены оптимистично и уверены, что все вернется на свои места.

Потенциал Юго-Восточной Азии в Украине очень велик, но все зависит от правильного принятия решения руководством наших авиакомпаний и, конечно же, нашего правительства. ЮВА в большей степени интересна Украине с точки зрения делового партнерства (Китай, Вьетнам, Индонезия, Таиланд в меньшей степени), чем в отношении туризма. Например, по Китаю 40% потока — туризм, 55% — бизнес, 5% — обучение, по Вьетнаму: 35% — туризм, 65% — бизнес, по Таиланду: 70% — туризм, 30% — бизнес.

Как видим, бизнес позволяет загружать международные рейсы и, соответственно, есть возможность для осуществления дополнительных рейсов или же чартеров.

Однозначно выделить лидеров среди направлений региона ЮВА среди наших клиентов достаточно сложно. С моей точки зрения, это Китай, Вьетнам, Таиланд. Китай в большей степени является насыщенным экскурсионным направлением с возможностью отдыха на о.Хайнань. Таиланд — это хорошие пляжи, более организованная работа гидов, но, по моему мнению, в Таиланде нет насыщенности экскурсионной программы, которая присутствует в Китае и во Вьетнаме. Поэтому многие принимающие стороны, чтобы как то возместить это, отправляют экскурсии в соседние страны: Камбоджу, Лаос...

Вьетнам — вот в этом направлении все уравновешено: и экскурсионная программа, и чудесные пляжи. Но из Киева нет удобного международного перелета — как по цене, так и по стыковкам. Сейчас польская авиакомпания LOT ввела новый рейс в Ханой — это очень полезно для продвижения вьетнамского направления. Но если бы еще был рейс в Сайгон, то он бы точно загружался на 100%. Ведь все пляжи сосредоточены на юге Вьетнама, и не все туристы хотят экскурсионную программу, а потом отдых на море. Но думаю, что руководство LOT еще к этому придет. Хотелось бы, чтобы и наши а/к тоже стремились открывать новые рейсы в регион ЮВА, а мы, как туроператоры, постарались бы загрузить эти рейсы.

→ были еще недоступны для туристов. Например, «военный режим» в Мьянме долгое время отпугивал рядовых путешественников, однако уже в прошлом сезоне можно было говорить о групповых турах в эту экзотическую страну.

### Нестабильный регион

В связи с политической нестабильностью резко сократился турпоток из Европы в Таиланд. В связи с этим упали цены на туры. Украинцев же подобными вещами испугать трудно, если нашим соотечественникам предлагают более низкие цены — едут с удовольствием.

Что касается условий проживания, то они, местами, даже на более высоком уровне, чем, скажем, в Турции. Отели «пять звезд» нередкое явление для всех стран юго-восточного региона. А стоимость номера в такой гостинице несколько ниже, чем стоимость аналогичного номера в Европе. Кроме того, чтобы привлечь туристов, отельеры предлагают беспрецедентные по выгоды акции — две недели по стоимости одной, два номера по стоимости одного и пр.

### Опять дожди...

Единственным действительно серьезным препятствием,

влияющим на решение туриста выбрать тур в Юго-Восточную Азию, являются климатические условия региона. Например, погода Индии и Таиланда сильно зависит от влияния муссонов и сезона дождей. В этот период курорты этих стран действительно практически недееспособны. Хайнань традиционно считается местом с повышенной опасностью тайфунов. Также следует иметь в виду, что тропическая жара может сильно повлиять на здоровье туриста. В таких условиях важно понимать, что прогноз погоды в Азии делать бесполезно. Так, во время «сезона дождей» осадки могут резко прекратиться, или наоборот, может





неделю беспрестанно идти дождь во время «сухого сезона».

Но с такой же степенью риска может не выпасть снег в Карпатах или пойти дождь в Крыму. Поэтому, вряд ли погодные условия являются серьезным аргументом в пользу отказа от экзотического направления. Кроме того, в сезон дождей Индия предлагает аюрведические туры, а Вьетнам — прекрасные СПА-программы. И цены в этот период довольно доступны.

### Когда лучше ехать в Юго-Восточную Азию?

Как уже отмечалось, главным критерием выбора времени для поездки остаются два фактора: это стоимость путевки и климатические условия.

«Высокий сезон» для стран Юго-Восточной Азии открывается тогда, когда большинство путевок на традиционные летние направления уже закрыты. В это время происходит традиционный скачок цен на туры в этот регион. Однако и туристическая индустрия этих стран работает на 100% именно в это время.

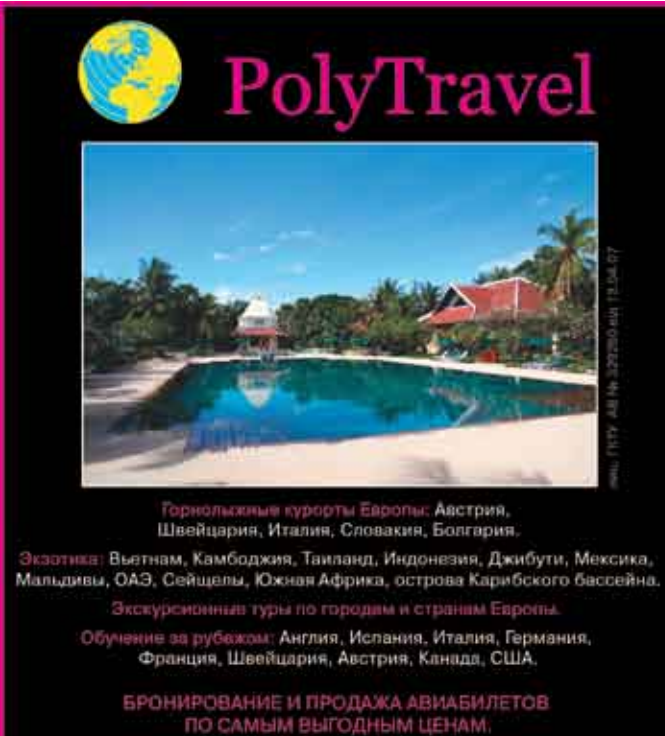
Весной высокий сезон заканчивается, поэтому летне-осенний период — это сезон скидок на туры во Вьетнам, на отдых в Мьянме и в некоторых других странах Азии. Нельзя не отметить, что с марта Вьетнамские авиалинии открывают прямой сезонный маршрут Ханой-Янгон, что позволяет совместить экскурсионный тур по интереснейшим местам Бирмы и пляжный отдых в Центральном Вьетнаме.

Однако дело близится к зиме и цены на билеты снова подскочат.

### Изменения к лучшему

Туроператоры говорят о повсеместном улучшении ситуации с турами в Юго-Восточную Азию. Причем улучшения не только по сравнению с «кризисным» 2008-2009 годами, а об улучшении в целом.

В 2009 году наблюдалось снижение спроса на туристические услуги почти на 30%. В силу не массового характера, экзотическое направление пострадало не так сильно, а возможно, что и выиграло. Кризис заставил многие компании пересмотреть →



**PolyTravel**

Горнолыжные курорты Европы: Австрия, Швейцария, Италия, Словакия, Болгария.

Экзотика: Вьетнам, Камбоджа, Таиланд, Индонезия, Джибути, Мексика, Мальдивы, ОАЭ, Сейшлы, Южная Африка, острова Карибского бассейна.

Экскурсионные туры по городам и странам Европы.

Обучение за рубежом: Англия, Испания, Италия, Германия, Франция, Швейцария, Австрия, Канада, США.

**БРОНИРОВАНИЕ И ПРОДАЖА АВИАБИЛЕТОВ ПО САМЫМ ВЫГОДНЫМ ЦЕНАМ.**

ООО "ПолиТревел", Туроператор  
 IATA 72321516, 01033 Киев, ул. Тарасовская, 14  
 тел, факс: (044) 234 7578, 501 3917; 246 5739  
 e-mail: polytravel@polytravel.com.ua

### Любовь БУРИНСКАЯ, генеральный директор туристической компании «Политревел»:



Отдых в Таиланде до сих пор остается популярным для туристов, просто расширилась его география. Туристы стали отдавать предпочтение не только пляжному отдыху, а и экскурсионным маршрутам. Кроме того, увеличился и спрос на комбинацию стран, например Камбоджа + Вьетнам или Таиланд + Камбоджа. Наибольшим спросом среди наших клиентов пользуется Камбоджа, Вьетнам, о.Хайнань в Китае, о.Кох Самуи в Таиланде.

Вообще, спрос на отдых в регионе ЮВА постоянен в течении 4 лет. Турпоток туда не очень большой, а если сравнить с отдыхом в Турции и Египте, то даже маленький. Я думаю, что туристов останавливает дальность перелета и, соответственно, цена

тура, определяющаяся в основном стоимостью авиабилетов.

Новое направление Варшава — Ханой, которое открывает авиакомпания LOT с 13 ноября, создает неплохую альтернативу для туроператоров. Особенно это хорошо для периода весна — осень, т.к. туристы, прилетая во Вьетнам, с удовольствием путешествуют от Ханоя до Сайгона на машине, с отдыхом на курорте Ня Чанг. В зимний период для туристов это составит некоторый дискомфорт, так как после долгого трансконтинентального перелета им придется лететь в Сайгон внутренними авиалиниями.



Ирма СТЕЦЬКО, заместитель директора компании «Дельта Тревел»:



С каждым годом интерес к странам Юго-Восточной Азии неизменно растет. На это не может повлиять ни один кризис. Наоборот, сегодняшний турист хочет получить более качественный продукт, для чего сравнивает предложения разных операторов, внимательно

изучает, что он получает в качестве бонусов и подарков, какие экскурсии уже входят в стоимость... Я считаю, что кризис научил нас ценить качество. Это касается и путешествий

Разумеется, турпоток в страны Юго-Восточной Азии, конечно, отличается от турецкого и египетского. Но за этими направлениями будущее. Так как в эти страны летят на только ради отдыха на море. Их посещение может дать мощный толчок для духовного развития. В большинстве стран ЮВА есть сильная медицинская база. Наши соотечественники летают туда для диагностики, лечения, СПА процедур. Развивается деловой

туризм. Все больше людей ездит за свежими идеями и новыми технологиями. Хотела бы отметить, что ворота в Юго-Восточную Азию — это Таиланд. Самые популярные и доступные по цене курорты находятся именно в этой стране. Наши туристы отдыхают здесь круглый год, тем более, что эту страну мы умело сочетаем с соседними, предлагая множество комбинаций. Например, программа Таиланд + Камбоджа + Вьетнам или Таиланд + Индонезия стали любимыми у наших туристов. Думаю, что уже сейчас можно прогнозировать увеличение потока во все эти страны. Также есть очень интересное предложение Китай + Гонконг.

А о нашей любимой Малайзии мы можем рассказывать часами. Ее уже освоили некоторые наши туристы. Это и фантастический дайвинг, и великолепная экскурсионная программа. Важно, чтобы операторы, предлагающие эти туры, сами любили и знали этот регион, могли профессионально подготовить туристов к увлекательному и насыщенному путешествию. И тогда поток в эти страны будет неизменно увеличиваться.



→ свой взгляд на туристический бизнес. В жестких условиях маркетинговая политика туристических компаний стала более гибкой и очень чутко реагирует на ситуацию на рынке, идет явная борьба за клиента, основные критерии — цена и качество услуг. Снижению цен и увеличению популярности туров на это направление немало способствовали изменения и внутри стран, улучшение инвестиционного климата и стабильности в регионе.

Все это привело к тому, что туры в Юго-Восточную Азию сейчас почти так же востребованы, как традиционные туры в Европу. Если говорить о цене, то стоимость путевки в страны этого региона колеблется от 400 до 5000\$. Все зависит от типа тура и страны. Т.е. спрос стабильно возрастает, а впереди — огромные перспективы!

УТ



**“ДЕЛЬТА ТРЕВЕЛ”** провідний туроператор  
**НАСТАВ ЧАС ВІДПОЧИТИ...**

з 06.10 по 07.11 **ЗНИЖКА 105 ГРН**

**СУПЕРЦІНИ**

<b>ТАЙЛАНД</b> Паттайа, Ко Чанг, Крабі, Пхі-Пхі, Пхукет, Самуї, 13 ночей, авіа	від 999 у.о.
<b>О. БАЛІ, О. Ломбок, СИНГАПУР, М'ЯНМА</b>	від 333 у.о.+avia
<b>МАЛАЙЗІЯ-КАМБОДЖА-В'ЄТНАМ</b>	від 1580 у.о.
<b>ШРІ-ЛАНКА</b> Коломбо, Канді, пляжний відпочинок, екскурсії, авіа	від 999 у.о.
<b>МАЛЬДІВИ</b> пляжний відпочинок, риболовля, авіа	від 1499 у.о.
<b>ОАЕ</b> Дубай, Шарджа, Фуджейра, бізнес-тури, відпочинок, авіа	від 699 у.о.
<b>ДОМІНІКАНА, КУБА</b> екскурсії, пляжний відпочинок	від 520 у.о.+avia
<b>ЄГИПЕТ, ТУРЕЧЧИНА</b> все узбережжя, відпочинок, екскурсії	від 333 у.о.
<b>КИТАЙ</b> Пекин, Шанхай, Тибет, о. Санья, екскурсії, відпочинок	від 388 у.о.+avia
<b>ЙОРДАНІЯ, ІЗРАЇЛЬ</b> екскурсійні тури, відпочинок, авіа	від 383 у.о.+avia
<b>ФРАНЦІЯ</b> авіа+екскурсія, 6, 8 днів	від 570 у.о.
<b>ІТАЛІЯ</b> Венеція-Флоренція-Рим-Ріміні, 23.10-30.10, авіа у вартості тура	від 699 у.о.
<b>ПОРТУГАЛІЯ</b> Лісабон, Мадейра; екскурсійні тури	від 799 у.о.
<b>МАРОККО</b> Касабланка, Фес, Марракеш, Агадір	від 799 у.о.+avia
<b>АРГЕНТИНА, БРАЗИЛІЯ, ЧІЛІ</b> екскурсії, відпочинок, групові тури	від 699 у.о.+avia
<b>КАНАДА, США</b> екскурсійні тури, від 7 днів, авіа	від 780 у.о.+avia
<b>ЛОНДОН</b> екскурсійний 8 днів, авіа+екскурсія+онданки+готель, авіа у вартості тура	від 502 у.о.
<b>ЧЕХІЯ, УГОРЩИНА</b> автобусні екскурсійні тури	від 105 у.о.
<b>Sting+Lady Gaga в Будапешті</b> поїзд+автобус 05.11-09.11 (квитки на концерти замовляються окремо)	від 145 у.о.
<b>БАЛТІЙСЬКИЙ ЕКСПРЕС</b> Естонія-Фінляндія-Швеція-Латвія, 5 днів, автобус+паром, 08.10, 22.10	від 175 у.о.

**Time to travel.oo**  
**АВІАКВИТИ В УСІ КРАЇНИ**

**(044) 456-9999**

Кіев, пр-т Перемоги, 43, офіс 2, станція М. "Шулявська", itmo@deltatravel.kiev.ua

**ВСІ ПРОПОЗИЦІЇ НА САЙТІ:**  
**www.deltatravel.com.ua**

# Adria Hit Group: диверсификация туристических направлений

*Владимир ШВЕЦ, директор  
туристической компании  
Adria Hit Group*

## Итоги сезона

Адриатическое направление в сезоне 2010 года было результативным, хотя и весьма сложным. Из-за непрогнозируемого всплеска интереса к отдыху в Хорватии и Черногории со стороны туроператоров Западной Европы, в активный сезон на рынке образовался дефицит мест в наиболее популярных среди украинских туристов отелях. В результате туроператоры были вынуждены оперативно пересматривать и корректировать стратегические планы. Однако, итог сезона для нашей компании, — более 3500 туристов. На наш взгляд, учитывая жёсткую конкуренцию и молодость нашей компании, это является очень неплохим результатом.

## Адриатика – перспективы на будущее

Разумеется, мы не собираемся останавливаться на достигнутом и планируем расширять и улучшать наши адриатические программы. Главным образом потому, что в странах региона (в основном, Хорватии) турпоток из Украины еще далеко не насыщен. Предложения по Хорватии, представленные на нашем рынке, охватывают менее 50% ее туристического потенциала. Здесь есть большое количество курор-



тов, где еще не отдыхали наши сограждане, и куда не попадали представители украинских турфирм. Хотя и условия, и ценовые предложения на них ничем не хуже, а подчас и лучше, чем в уже «накатанных» регионах страны. Тем более, что хорватские партнеры нас заверяют: в сезоне 2011 года по-прежнему въезд в страну для граждан Украины будет безвизовым.

По Черногории картина несколько другая: курорты большей части этой страны в Украине уже представлены, а развитие тамашней туристической инфраструктуры может осуществляться в основном за счет строительства

новых объектов. Тем не менее, и в Черногории есть регионы, не охваченные турпотоками из нашей страны — это Ульцинская и Герцеговинская Ривьера.

Еще одна проблема на черногорском направлении — это перенасыщенность чартерами аэропорта Тиват. Наиболее популярный день отправления/прибытия у туроператоров — суббота, и в этот день в Тивате практически невозможно получить необходимое количество слотов, чтобы удовлетворить спрос. Ситуация осложняется еще и тем, что Тиват — аэропорт регламентированный: он принимает самолеты лишь в светлое время суток. На мой взгляд, пришло время преодолеть стереоти-



пы и запускать чартеры в Подгорицу: аэропорт столицы Черногории хоть и находится от курортов несколько дальше, чем Тиват, но ненамного (трансфер автобусом длится на полчаса больше). В то же время, он работает в круглосуточном режиме, а значит, у туроператоров есть возможность планировать чартеры в случае недостаточного объема слотов по Тивату.

Кроме Хорватии и Черногории, мы по-прежнему будем расширять присутствие на нашем рынке туристического продукта Словении, Италии (в частности, ее Адриатического побережья), Албании (на которую существует стабильный, хоть пока и невысокий, спрос), планируем открывать македонское и греческое направления. Не обходим вниманием и Боснию — поскольку МИДы наших стран планируют установить безвизовый режим, курорты этой страны — как морские, так и горнолыжные — имеют шанс приобрести в случае реализации этой договоренности большую популярность в Украине. В среднесрочной перспективе (ближайшие 3-5 лет) мы планируем охватить своим присутствием весь балкано-адриатический регион.

В преддверии горнолыжного сезона мы открываем новое направление — итальянские Доломитовые Альпы. Этот регион подходит больше для VIP-туристов, поскольку цены на здешних курортах совсем не низкие. Однако спрос на такую категорию отдыха в Украине есть, и было бы неразумно его не удовлетворить. В результате, на зимний сезон мы имеем гарантии в отелях на таких курортах, как Сан Касьяно, Мадонна де Кампилио, а также Сельва Валь Гардена (Больцано).



### Поворот на восток

Одним из перспективных направлений сегодня является Юго-Восточная Азия. В ближайшее время мы выведем на рынок программы отдыха в Таиланде — для этого наша компания имеет блок мест на рейсе Киев — Бангкок, который совершает авиакомпания «Аэросвит». Ограничиваться одним Таиландом мы не собираемся и будем расширять географию предложений по другим странам данного региона.

Также, готовится продукт по Эмиратам, а для массового туриста — Египет. Конечно, нам будет непросто конкурировать с крупными турецкими операторами, работающими на этом направлении, однако мы припасли несколько весьма неординарных ходов и уверены, что египетский продукт от нас будет полностью конкурентным по отношению к уже существующему на рынке.

### Будущее за удаленными продажами

Компания «Адриа Хит Групп» является классическим

туроператором, которая реализует свой продукт через агентов. Однако не весь: начиная с июля сего года, мы открыли возможность прямой продажи авиабилетов и туров частным лицам на сайте нашей компании. Клиент заходит к нам на сайт, регистрируется, получает логин и пароль, выбирает пакет туристических услуг и бронирует его. В течение суток получает подтверждение. Оплатить турпакет можно либо с помощью банковской карты, либо банковским переводом (система автоматически формирует счет). После оплаты, полный пакет документов для данного туриста отправляется на его электронный адрес. Таким образом, клиент получает возможность покупки тура абсолютно автономно. Хотел бы добавить, что наша компания таким образом реализовала около 10% своих услуг за период с июля по сентябрь 2010 года. Также считаю, что у такого способа в Украине большие перспективы: все большее количество наших сограждан активно подключается к сети Интернет и использует в повседневной практике современные банковские продукты.

\*\*\*

Подытоживая сказанное выше, хотел бы заметить: опыт системного подхода к работе на, казалось бы, давно накатанном направлении, свидетельствует о том, что и здесь можно найти хорошие перспективы развития туроператорского бизнеса. Разумеется, при этом необходимо проявлять гибкость в формировании ценового продукта и лояльность по отношению к клиентам, а также быстро и адекватно реагировать на нештатные ситуации, которые время от времени подбрасывает нам рынок. ■

# Франция осенняя: ВОЗМОЖНОСТИ ТЕМАТИЧЕСКИХ ТУРОВ

*Василиан ДОНЕЧАНИН*

В ПЕРИОД МЕЖСЕЗОНЬЯ  
НА ПЕРВЫЙ ПЛАН  
НА ФРАНЦУЗСКОМ  
НАПРАВЛЕНИИ ВЫХОДЯТ  
ТУРЫ ПО ЗАМКАМ В ДОЛИНЕ  
ЛУАРЫ И ВИНОДЕЛЬЧЕСКИМ  
РЕГИОНАМ

## **Дорого, но привлекательно**

Турпотоки из Украины во Францию относительно невелики. Для этого есть несколько причин: во-первых, дороговизна тамошней инфраструктуры, что сразу же отсекает возможности организации т.наз. «дешевых» туров. Во-вторых, транспортное сообщение между нашими странами осуществляется в основном с помощью регулярных авиарейсов (чартеры и лоукостеры из Украины во Францию не летают, а автобусом ехать далеко), в связи с чем стоимость билета в среднем составляет \$600-700 в экономическом классе и от \$1500 — в «бизнесе». Раннее бронирование, групповые скидки и подобные инструменты, конечно, могут уменьшить стоимость авиаперелета, однако даже и в этом случае она все равно составляет существенную часть стоимости турпакета.



Наконец, третьей причиной относительно невысоких турпотоков украинских граждан во Францию является довольно прохладное отношение к нашим туристам со стороны французского консульства. Турфирмы сообщают, что именно это консульство наиболее часто прибегает к таким инструментам, как личное собеседование с аппликантом, требует для оформления шенгенской визы неоправданно большое количество документов, часто отказывает в визах... Впрочем, сегодня французское

консульство заключило договор с международной компанией VFS International об услугах визового посредничества. Это может улучшить сервис для аппликантов (хотя может и оставить его на том же уровне), но однозначно увеличит визовую составляющую в стоимости турпакета — услуги визового посредника, как известно, весьма недешевы...

Однако, даже с учетом всех этих негативных факторов, интерес к Франции со стороны украинских туристов является стабильно высоким. Кроме того, туризм в эту



страну практически не зависит от времени года — меняются лишь виды отдыха и тематика туров, но общая привлекательность направления не снижается.

В этой статье мы рассмотрим некоторые возможности формирования туров во Францию в период межсезонья, когда сезон на морских курортах уже закрывается, а горнолыжный сезон еще не начался.

### Из Парижа – в долину Луары

Во Францию прямые авиарейсы из Украины осуществляются только в Париж. Следовательно, большинство туров начинается именно в «столице мира». Конечно, и в Париже можно с пользой для ума и души провести, например, неделю, а то и две, однако украинские туристы уже слышаны и о других туристических аттракциях Франции, а посему спрос на экскурсии в гальские регионы довольно велик.

Одним из наиболее привлекательных регионов в межсезонье



является долина реки Луары, где расположено значительное количество замков, представляющих историческую, архитектурную, да и общекультурную ценность. Всего, по официальной версии, их 42, однако некоторые исследователи причисляют к этой категории более 300 сооружений в регионе.

Долина Луары находится на территории исторических провинций Анжу, Турень, Блезуа, Орлеанэ и Берри. Благодаря относительно небольшому расстоянию от Парижа (а также высокому качеству автомобильных дорог) в замки Луары возможно совершать одноднев-

ные экскурсии с размещением в парижских отелях. Впрочем, это не самый экономичный вариант — цены в парижских отелях начинаются от 90-110 евро за обычную «тройку». А, скажем, проживание в отеле «Бристоль» — жемчужине времен Второй империи — выражается 4-значными цифрами...

Туроператоры предпочитают организовывать 12-часовые экскурсии из Парижа в наиболее «распиаренные» замки Луары, такие, как Шамбор (к созданию которого приложил руку сам Леонардо да Винчи), Шомон, связанный с именем Екатерины Медичи, а также с событиями Столетней англо-французской войны, благодаря которым около замка был разбит парк в английском стиле. Заметим, что замок Шомон представляет собой одно из наиболее сохранившихся средневековых сооружений, в нем, например, действует подъемный мост.

Еще один популярный у туроператоров луарский замок — Шинон, ведущий свою историю еще с завоевания Галлии Юлием Цезарем →

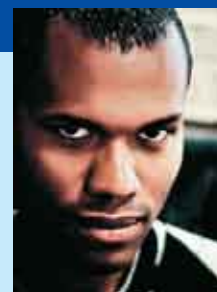
Сергей АССАБУССА, зам. директора «Сегатур Французский Альянс»:

Украинский рынок, как и любой другой, развивается. Когда-то знаменитые туры в Египет и в Турцию отходят на второй план. Украинский турист ищет для себя не только отдых на пляже, но интересный активный отдых европейского стандарта. Франция привлекательна тем, что она многогранна: открывает себя в экскурсионных турах, в пляжном и горнолыжном отдыхе. Поэтому считают, что Франция была, есть и будет перспективной для украинского рынка.

Так, стабильным спросом на нашем рынке пользуются туры по замкам Луары, аренда шато для осеннего и зимнего отдыха, винные и коньячные туры по винодельческим регионам и т.п. Ведь эти туры раскрывают страну, и показывают, что во Франции, кроме Парижа и Лазурного берега, есть и другие прекрасные регионы со своей культурой, обычаями и гастрономическими традициями. Но пока что такой вид отдыха не всем по карману.

Достаточно привлекательными являются и комбинированные горнолыжные туры, например, Франция-Италия, Франция-Швейцария, Франция-Италия-Швейцария. Уже некоторые курорты Франции делают комбинированные «скипассы» на подъемники Франции, Италии и Швейцарии. Такие туры являются перспективой для развития Альп, а для туриста это разнообразие отдыха.

Что же касается договора, который французское консульство заключило с визовым центром VFS International, то он несколько не изменит ту процедуру получения виз, которая действует сейчас. Возможно, он упростит работу только для консульства по прохождению собеседований.



→ и связанный с деятельностью корпуса мушкетеров (тех самых, воспетых Александром Дюма-отцом) и кардиналом Ришелье (воспетого тем же самым литератором).

### Бок о бок с аристократами

Сегодня в Европе в целом, и в частности во Франции, популярной разновидностью экскурсионного туризма являются туры, предполагающие проживание в шато (по-французски chateaux и есть «замок») и посещение окрестных замков на своем или арендованном автомобиле. Владельцы многих европейских замков оборудуют в них апартаменты для приема туристов. Не-



которые из хозяев живут здесь же, поэтому туристы имеют возможность провести какое-то время бок о бок с самыми настоящими европейскими аристократами, например, герцогами Анжуйскими.

Стоимость размещения в шато обычно стартует от 280 евро с че-

ловека на неделю. Однако возможны и «эконом-варианты» — от 60 евро/чел. Возможно и снять шато целиком — обойдется это начиная от 177 евро в неделю. Существует и вариант обзорного 4-5-дневного тура по замкам — его стоимость начинается от \$1000.

### Винно-коньячные туры

Специализированные винные туры практикуют сегодня практически все страны, где развито виноделие. Франция среди них является лидером по вполне понятным причинам. Интересно, что несколько столетий назад французские монархи нередко жаловали прославившихся виноделов дворянским званием, даровали им земли и

Алина ЮРЕСКУЛ, генеральный директор туристической компании «ВсеСвіт»:



Франция всегда была и будет одним из самых популярных направлений для туристов всего мира. Ведь туристическое меню этой страны чрезвычайно разнообразно. В нем вы найдете романтические туры для влюбленных, выставки и показы мод от кутюр, детские туры

в Диснейленд, туры по замкам Луары, гастрономические и винные туры в шато. Можно посетить Гран При Формулы-1 на Лазурном побережье в сочетании с великолепным пляжным отдыхом на Кот д'Азур, познакомиться с новыми кинематографическими шедеврами Каннского фестиваля. Истинных гурманов истории привлекают жемчужины европейского культурного наследия — вила баронессы Эфрусси де Ротшильд, дом Ренуара, знаменитый остров Корсика, куда можно прибыть во время круиза по Средиземноморью на 5\* лайнере. В десертном меню — незабываемый уикенд в парижском отеле Ritz, где можно принять участие в кукинг-классе, приготовить и оформить блюда в истинно французском стиле, вкусно, галантно и изысканно...

Если же говорить о таких продуктах, как туры по замкам Луары, аренда шато для осеннего и зимнего отдыха, винные и коньячные туры по винодельческим регионам и т.п., то они в достаточной степени сезонные. Нужно отметить, что в последнее время винные туры привле-

кают не только ценителей вина, но профессиональных виноделов и рестораторов. Ведь в этих турах участники учатся искусству гармоничного сочетания вина и еды, приготовлению блюд на основе соусов из вин, а также технологиям изготовления коньяков. Винные туры не подразумевают только одни дегустации, их участники побывают на устричной ферме на побережье Франции, проедут на лодке к птичьему острову — последней остановке птиц, мигрирующих в теплые края. Сочетание впечатлений от проживания в замках Луары, дегустаций вин и сыров, общение с приятными людьми и необыкновенно красивые пейзажи сделают отдых поистине королевским.

Привлекательными являются и комбинированные горнолыжные туры, например, Франция — Швейцария. После вступления последней в Шенгенскую зону, для туристов появилась возможность разнообразить свой горнолыжный отдых за счет: увеличения сложности и протяженности трасс, отельной базы, разнообразия кухни и, конечно, вечерних программ.

Что же касается оформления шенгенских виз во французском консульстве через визовый центр VFS International, то это лишь еще один канал подачи документов. Центр берет на себя часть технической работы за дополнительную оплату, таким образом, помогая консульству, но от этого процедура рассмотрения и принятия решения не меняется.



поместья — разумеется, в винодельческих регионах, а словом «шато» во французском языке и сегодня обозначается как замок, так и винодельческое поместье.

Наиболее популярными являются винные туры в регион Бордо — их необходимо заказывать за 2-3 недели в связи с большой загрузкой тамошних винодельческих хозяйств, в Бургундию, где, помимо собственно вин, производят ликеры и крепкие алкогольные напитки, и, разумеется, в регионы Шампань и Коньяк. Винные туры организуются как в традиционном формате (с проживанием в отелях и посещением крупных винодельческих хозяйств), так и в более камерном виде, предполагающем ночевки у виноделов, а иногда и непосредственное участие в технологических процессах.

### Пути удешевления туров

Несмотря на общую дороговизну услуг туристической инфраструктуры во Франции, при наличии желания и определенной доли усидчивости туроператор вполне может сформировать приемлемый по ценам продукт, предназначенный для украинского среднего класса. Для этого мы видим 2 пути. Первый из них — уменьшение транспортной составляющей. Например, таким образом: перелет во Францию из Варшавы, Будапешта или Праги одним из европейских лоукостеров + транспортировка туристов до европейских аэропортов автобусным чартером. В случае грамотной организации экскурсионной программы в Восточной Европе возможно оформление шенгенских виз в консульствах указанных стран, которые

значительно более либеральны по отношению к украинским туристам, нежели французское. Второй путь — внутреннее удешевление: во Франции, особенно в провинции, хватает недорогих отелей, ресторанов и прочих инфраструктурных объектов, которые предоставляют услуги на высоком уровне. Хватает также и автоперевозчиков, которые предоставляют подвижной состав в чартер если и не по украинским, то и не парижским ценам.

На наш взгляд, формирование туров на основе перечисленных выше рекомендаций способно существенно повысить доступность туров во Францию для граждан Украины, а следовательно, и существенно повысить турпотоки, разумеется, при условии грамотной работы с агентами и выработке соответствующей политики по отношению к их клиентам. **УТ**



**БОЛЕЕ 20  
РАЗРАБОТАННЫХ  
ПРОГРАММ ПО  
ФРАНЦИИ**

- романтические туры для влюбленных;
- выставки и показы мод от кутюр;
- детские туры в Диснейленд;
- туры по замкам Луары;
- гастрономические и винные туры в шато;
- Гран При Формулы-1

С радостью принимаем в работу не стандартные запросы.  
Для нас нет преград на пути к совершенству!

01103 г. Киев, ул. Киквидзе 1А, оф. 2, т/ф: (044) 230-31-30 [www.vse-svit.com.ua](http://www.vse-svit.com.ua) лиц. № АВ467124

# Зимние перспективы Украины

ПРЕДЛОЖЕНИЯ  
ОТЕЧЕСТВЕННОЙ  
ГОРНОЛЫЖНОЙ  
ИНФРАСТРУКТУРЫ

*Василиан ДОНЕЧАНИН*

**Т**ема зимнего отдыха в отечественном туризме появилась относительно недавно, вместе с прочими европейскими веяниями, проникшими на территорию Украины с падением «железного занавеса». Когда отечественные фирмы, перестроившись на западный манер, начали давать сотрудникам «рождественские каникулы», соответственно появился и вопрос, как это время лучше провести. Более того, многие украинцы начали делить свой отпуск на две части, устраивая себе дополнительный отдых зимой. Благо, при наличии спроса, появилось и предложение. Если верить синоптикам, провести нынешнюю зиму дома будет большой ошибкой. В аномальной летней жаре есть свой плюс — накопленного тепла хватит природе надолго, поэтому осень обещают затяжную, зиму — снежную и теплую.

**Украинские Карпаты: инфраструктура – вполне европейская...**

Первый и самый «народный» вариант зимнего отдыха — гор-



ные курорты в украинских Карпатах. Патриотично и недорого. С другой стороны, сегодня даже по международным стандартам туристическая инфраструктура Карпат считается довольно развитой. В западных регионах, где преобладает малый и средний бизнес, не стали создавать гигантских отельных и курортных комплексов, но активно наводнили карпатские предгорья небольшими уютными гостиницами. Признаком хорошего тона для таких мини-отелей считается также наличие собственного ресторана и бани, часто встречаются жилища с каминами в гостиной.

Кроме того, жители Западной Украины начали активно осваивать высокие технологии — за последние несколько лет многие отели обзавелись собственными сайтами с возможностью онлайн-бронирования номеров, при содействии властей открыты тематические порталы со списками гостиниц, ценами и пр.

Горнолыжные курорты в украинских Карпатах отличаются не только подготовленными трассами (как для профи, так и для новичков), но и массой дополнительных сервисов. Туристам могут предложить также туры по замкам и прочим достопримечательностям, и даже пейнтбольный матч в



девственном карпатском лесу. И хотя традиционно основной контингент отдыхающих составляют украинцы из других регионов, а также жители СНГ, отмечается и рост популярности местных курортов среди европейских туристов. Самые популярные лыжные базы и курорты — Драгобрат, Славское, Буковель, Воловец, Подобовец, Ворохта, Яблуница, Красия, Тысовец, Синяк. Названия эти наверняка знакомы каждому жителю Украины, а Буковель так и вовсе удостоился пиара лично от президента Виктора Януковича, который пообещал провести там зимнюю Олимпиаду, перепутав, правда, при этом Буковель с Буковиной. Тем не менее, отметим, что на государственном уровне класс карпатских лыжных курортов



признан, и власти не стесняются предлагать их как базу для проведения многих горнолыжных соревнований, не только Олимпийских игр.

**Цены – низкие, особенно для европейцев**

Здесь цены заставляют рыдать от умиления. Европейцы здесь вообще чувствуют себя

как в сказке: замечательная природа, развитая (уже) инфраструктура, а цены такие, что английскому студенту выданных родителями карманных денег хватает на перелет и душевный загул на пару дней. Но и по меркам наших сограждан — жителей столицы и восточных регионов — здесь совсем недорого. И даже более того...

Правда, есть межрегиональные различия. Самыми дорогими курортами остаются те, что расположены во Львовской области — двухместный стандарт стоит в среднем 250-300 грн., правда, местные бизнесмены с приходом кризиса предложили массу бонусных пакетов, и пока, вроде бы, отказываться от них не собираются. В соседних Ужгородской и Ивано-Франковской областях нижний предел суточной стоимости номера начинается от 70-90 грн. ➔

Г Р У П А К О М П А Н І Й " К А Н Д А Г А Р "

ОЗДОРОВЛЕННЯ ЛІКУВАННЯ ВІДПОЧИНОК ЕКСКУРСІЙНІ ТУРИ БРОНЮВАННЯ ГОТЕЛІВ КРУІЗИ SPA ПРСЬКОЛИЖНІ КУРОРТИ



**KANDAGAR GROUP**

УКРАЇНА РОСІЯ  
АБХАЗІЯ ІСЛАНДІЯ  
ФІНЛЯНДІЯ  
СКАНДИНАВІЯ  
КРАЇНИ БАЛТІЇ

099007	СЕВАСТОПОЛЬ	01054	К И Ї В	109316	МОСКВА	1001	Р І Г А	220030	М І Н С Ь К
вул. Олега Кошового 1/1 тел./факс: +38 (0692) 53-50-50 e-mail: office@kandagar.com www.kandagar.com		вул. Гоголівська, 10, оф. 13 тел./факс: +38 (044) 272-34-35 e-mail: kiev@kandagar.com www.kandagar.com		Волгоградський пр., 4 А тел./факс: +7 (495) 786-21-16 e-mail: moskwa@kandagar.com www.kandagar.com		вул. Таллінас, 55-4 тел./факс: +371 (67) 311-044 e-mail: riga@kandagar.lv www.kandagar.com		площа Свободи, 4 тел./факс: +375 (17) 321-23-88 e-mail: kandagar@souz-tour.by www.souz-tour.by	

WWW.KANDAGAR.COM - ON - LINE БРОНЮВАННЯ

→ ...Но попробуй доберись!

Единственное, что портит эту идиллию — логистика. Авиасообщение осуществляется через аэропорты Львова, Ивано-Франковска и Ужгорода, откуда потом надо еще добратся до нужного места. Но об этом — отдельный разговор. Что же касается ж/д сообщения, то это приемлемый вариант для киевлян, а вот для туристов с

ездов. Справедливости ради, «Укрзалізниця» планомерно обновляет парк пассажирских вагонов, однако этот процесс чрезвычайно медленный, и большинство вагонов, которые курсируют на западном направлении, давно уже исчерпали свой ресурс. Тем временем во Львове объявили туризм ключевой отраслью региональной экономики, а значит, и Львовской

львовянами и закарпатцами узкая «ниточка» единственного авиарейса «Донецк-Львов»...

**Транспортная логистика по-карпатски**

Мы уже упоминали, что недостаточно долететь или доехать до Львова, Ивано-Франковска и Ужгорода — туристам нужно еще добратся до конкретного курорта. А вот с этим на просторах родного Отечества — беда: состояние большинства автомобильных дорог в горах напоминает о широко-масштабных военных действиях, подобное же впечатление производят и местные автобусы. К тому же их водители в погоне за прибылью сплошь и рядом набивают их салоны до чувства физической непереносимости. Чем это чревато зимой на горных дорогах — понятно каждому...

Ехать зимой в Карпаты на собственном авто категорически не рекомендуется из соображений безопасности. Езда по горной местности, да еще зимой, требует и водительских навыков, и соответствующего транспорта.

Выходом из ситуации может стать сотрудничество туристических компаний с ведущими автоперевозчиками региона, располагающими автотранспортом сравнительно высокой комфортности и не пренебрегающими требованиями безопасности пассажирских перевозок. При условии такого сотрудничества можно организовывать как чартерные перевозки туристов от аэропортов или ж/д вокзалов непосредственно на горнолыжные курорты (по примеру Болгарии, которая так перевозит туристов к морским курортам), так и внутреннекурортные автобусные перевозки от отелей непосредственно к подъемникам и трассам (горный автобус). **УТ**



востока Украины оно не очень привлекательно. Во-первых, «широка страна моя родная», а поезда по родным просторам ходят достаточно медленно, и терять сутки на поездку туда и столько же обратно слишком нерасчетливо при планировании кратко-срочного, как правило, зимнего отдыха. Во-вторых, состояние большинства вагонов никоим образом не соответствует хотя бы минимальным требованиям к комфортности длительных пере-

железной дороге — составной части «Укрзалізниця» — стоило бы подсуесться.

Транспортное сообщение, обеспечивающее на практике лозунг «Схід і Захід разом», необходимо, прежде всего, потому, что именно туристы из восточных областей Украины во время отдыха на Львовщине и прилегающих территориях тратят больше всех. Но увы: щедрых днепропетровских, донецких, ну и заодно луганских парней соединяет с приветливыми



# Весь мир. Одна выставка.

3.000 компаний-участников  
157 стран и регионов мира  
79 850 посещений за 4 дня выставки  
48 027 м<sup>2</sup> общей площади  
9 выставочных залов



# Mitt

18-я Московская  
международная выставка  
Путешествия и Туризм

16 – 19 марта 2011  
Москва, ЦВК «Экспоцентр»  
на Красной Пресне

Официальный партнер:



ITETRAVEL  
EXHIBITIONS



FROM / ОТ

TO / ДО

РОССИЯ

ВСЬ МИР

CODE / КОД

777

BUSINESS  
CLASS

РЕГИСТРАЦИЯ  
ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ  
ПОСЕТИТЕЛЕЙ

ИМЕННОЙ БИЛЕТ НА САЙТЕ

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

## Встречи. Контакты. Бизнес.

- ПОЛУЧИ** • максимум контрактов и делового общения
- ИЗУЧИ** • последние предложения ведущих туроператоров
- ПРИСОЕДИНИСЬ** • главное место встречи турсообщества
- ОТКРОЙ** • премьеры новых стран и направлений
- УЗНАЙ** • семинары, конференции, презентации
- ПРИБРЕТИ** • новые идеи, впечатления, перспективы

Организатор:



ITE / АИТИ  
Москва: +7 (495) 938 7360  
Лондон: +44 (207) 596 5083  
[travelite-expo.ru](http://travelite-expo.ru)

При поддержке:



Министерство  
спорта, туризма  
и молодежной  
политики РФ

Официальный  
B2B партнер:



Официальный  
медиа-партнер:



Интегральный  
интернет-партнер:



# Лыжников манит Европа. И не только она...



Василиан ДОНЕЧАНИН

**С**колько всего украинских туристов отправятся на отдых зимой? И чему они отдадут предпочтение — родной Украине, Европе или другим, более далеким и экзотическим горнолыжным курортам? Эксперты уверены, что после провальных 2008 и 2009-го годов «лыжные» турпотоки будут расти. «Зимняя» статистика прошлого года показывает, что на рождественские каникулы все больше украинцев тянет в Европу — страны ЕС «отобрали» 47% потока, и практически сравнялись со странами СНГ (1,6 млн. туристов против 1,5 млн.), тогда как летом доля бывших братских республик превышает 70%. Оно и неудивительно. В жаркие дни «море-солнце-песок» у всех одинаковы, а вот зимние раз-

влечения в Европе не в пример разнообразнее. Кому надоест кататься на лыжах, можно побродить по бутикам, отправиться на экскурсию по старым замкам. Да и много еще куда...

## **Румыния: те же Карпаты, только в профиль**

Тем, кому чем-то не понравились родные украинские Карпаты, может отправиться в Карпаты румынские. Но это уже сложнее — нужна виза, для оформления которой понадобится предоставить около десятка документов. Цены, опять же, не украинские. Скромный тур выходного дня «потянет» около 100 евро, а что-то посерьезнее — до 400-500.

Преимущества горнолыжных курортов Румынии перед

Украиной заключаются, пожалуй, только в том, что здешняя инфраструктура начала развиваться раньше, и потому является более разветвленной. Разнообразие лыжных трасс и на редкость удобное расположение на одной оси самых известных горнолыжных центров Румынии (Синая, Буштень, Азуга, Предял, Пояна Брашов) предоставляет туристам прекрасную возможность разнообразить свое катание. А «гордое величие горных пейзажей», коим завлекают туристов рекламные буклеты, ничем не отличается от родного украинского величия. Разве что горы чуть выше — но ненамного: в конце концов, это те же самые Карпаты...

Впрочем, любителей исторической экзотики Румыния заинтересовать может. Кому ж, как следует покатавшись с гор, не захочется



своими глазами, например, взглянуть на замок графа Дракулы?

### Австрия: рандеву с кайзером

Если двинуться дальше на запад, из Карпат перенесемся в Альпы. Австрия и Швейцария... Сами названия этих альпийских стран — вполне самостоятельный бренд для любителей горнолыжного отдыха.

Австрия — всемирная Мекка лыжников. Даже претендует на звание родоначальницы этого вида спорта, как Англия на футбол. Пиарщики не устают подчеркивать, что именно в Австрии появились первые в мире горнолыжные курорты и школы. Курортов здесь столько, что полный каталог был бы не тоньше телефонного справочника в скромном райцентре Китая.

Самым популярным регионом, конечно, является Тироль, где на курортах нередко можно встретить коронованных особ и прочие сливки общества. Здесь расположен самый известный из горнолыжных «округов» — Арльберг, объединяющий несколько крупных горнолыжных курортов Австрии, таких как Лех (который обычно выбирают августейшие персоны), Санкт-Антон, по сравнению с Лехом более демократичный, но очень дорогой, и несколько небольших курортов, таких как Цюрс, Ст.Кристоф и др.

Относительно невысокие цены и прекрасные возможности для катания предлагают курорты, находящиеся в 60 км от Инсбрука в долине Циллерталь (Майерхофен, Цель ам Циллер).

Отдых в Австрии, цитируя классика, «только состоятельному человеку под силу». Перелет из украинских аэропортов до

Вены стоит, по действующим ценам, в районе \$500, и не факт, что после обнародования зимнего расписания тарифы останутся неизменными. А единственный украинский лоукостер туда пока не летает. Стоимость недельного пребывания на австрийских курортах составляет около 1000 евро на человека, в самом малобюджетном варианте. Добавьте еще пару сотен на прокат оборудования. Зато сервис — выше всяческих похвал, что для многих украинцев немаловажно...



### Швейцария: красиво жить не запретишь

Швейцарию многие представляют как страну сыра, часов, шоколада, банков, а в последнее время она заработала репутацию излюбленного места отдыха олигархов из постсоветских стран.

Знаменитые горные коттеджи, шале и отели очень редко бывают в категории ниже четырех «звезд», а с помощью «снежных пушек» трассы

делают пригодными для катания до самого лета. Даже в мае можно покататься.

Гордые своей национальной самобытностью швейцарцы почему-то, как правило, цены выставляют не в евро, а в швейцарских франках. Курс колеблется, но в среднем — 0,75 евро за один франк. Авиакомпании, как известно, тарифы публикуют в Украине поголовно в долларах. Исходя из этого, попробуем прикинуть стоимость отдыха в Швейцарии. Итак, перелет до Женевы из Киева обойдется,

как и до Вены, чуть больше \$500. А потом открывайте бумажник: в Швейцарии — самые высокие цены в Европе. Жилье обойдется в 180-420 франков в сутки, в зависимости от требований к комфорту, расположения, «звездности» и пр. Все прочие расходы при очень жесткой экономии «влезут» в 40-50 франков ежедневно. При этом в сфере обслуживания (такси, рестораны) принято заранее включать в счет чаевые — 15% от суммы →

→ заказа. Зато при обмене валют комиссионные не берутся.

Из самых популярных курортов нельзя не вспомнить, конечно, Санкт-Мориц. Городок с населением в 6 тысяч жителей ежегодно принимает более полутора миллионов туристов! Причем уже очень давно — целебная сила местной природы и минеральных вод известна с X века.

Италии. Разумеется, итальянцы такими дарами природы не воспользоваться не могли, и в этой стране имеется развитая горнолыжная инфраструктура. Более 30 лыжных центров Италии предлагают 2,5 тыс. км трасс, около 1,5 тыс. подъемников. Потомки гордых латинян сделали один маркетинговый шаг, который очень облегчает жизнь



На всех остальных курортах (Понтрезина, Саас-Фе, Церматт) примерно та же ситуация — в альпийских деревушках и городках общая вместимость отелей зачастую в разы превышает численность населения. И развлечения на любой вкус — от гольфа на снегу и керлинга до пеших прогулок по дорожкам протяженностью в сотни километров, и посиделок в единственном в мире вращающемся ресторане в Саас-Фе.

### Италия: престижно, удобно, но дорого

Альпы, как известно, слегка затрагивают и территорию

туристу — в стране действует система «локальных абонементов». Например, абонемент «Доломит Супер-Ски» открывает 496 подъемников в 12 горнолыжных центрах.

Кроме того, по единому абонементу можно не только пользоваться подъемниками, но арендовать горнолыжное оборудование и экипировку. Стоимость недельного обслуживания по полной программе (или, как модно говорить, all inclusive) составит от \$230 до \$310.

Из недостатков отдыха в Италии следует отметить трудности в получении визы («любовь» итальянского консульства к

украинским туристам общеизвестна) и дорогие отели (1500-2000 евро в неделю).

### Франция: куртуазная зима

Кто-то утверждает, что Франция не так популярна в качестве места отдыха любителей гор, лыж и снега, как Австрия или Швейцария. Другие с ними в корне не согласны. Как бы там ни было, французам есть что показать и кроме гор, поэтому лыжные станции и трассы немного «теряются» в тени других достопримечательностей и туристических возможностей их страны.

Французские Альпы — самые высокие горы Западной Европы, горнолыжные курорты Франции — это крупнейший в мире центр зимнего спорта: 380 лыжных станций, самое большое в мире число подъемников (3900!) и самые короткие очереди на них. Самые популярные курорты региона - Шамони, Куршевель, Валь-д'Изер, Тинь, Валь-Торанс, Ле-Дез-Альп, Ля-Плань, Межев, Мерибель и др.

Французские курорты, как и итальянские, хороши тем, что здесь можно приобрести «региональный» абонемент: как общий абонемент на всю область катания, так и отдельный на каждую долину. Удобнее и выгоднее покупать абонемент сразу на всю область катания. Ski-pass для детей до 5 лет и для взрослых старше 72 лет - бесплатный, предусмотрены специальные тарифы для взрослых старше 60 лет. Есть и специальные семейные тарифы.

У горнолыжных курортов Франции есть несколько преимуществ. Во-первых, мягкий климат — температура даже в горах редко опускается ниже -10°C. Во-вторых, многообразие дополнительных развлечений на тот случай, если вдруг снег не выпадет или просто



надоест кататься. Экскурсии по замкам Луары, винные туры Бордо и Бургундии... Кстати, даже пожить можно в настоящем замке — аренда шато обойдется в среднем в 280 евро с человека.

Стоимость недельного тура в этом году прогнозируется на уровне \$2-2,5 тысячи. На более дешевые варианты эксперты соглашаться не советуют — погоня за экономией может безвозвратно испортить отдых бытовыми неудобствами.

### Болгария: антикризисный демпинг

О демпинговых пакетах в болгарских отелях мы уже писали. Антикризисные мероприятия местных отельеров обернулись для туристов ценами в 200-350 евро за неделю в категории три «звезды». К этому добавим только, что, кроме Черного моря и золотых песков, в Болгарии действует широкая сеть горнолыжных курортов, и это неудивительно — все-таки треть территории страны занимают горные массивы. Основные горнолыжные курорты находятся на юго-западе страны — это Боровец, Витоша, Пампорово, Банско. Уровень здешней инфраструктуры был признан даже «профи», именно в Пампорово проходил чемпионат Европы по биатлону и лыжному ориентированию.

### Турция: не только пляжный отдых

Наконец, есть еще молодые, но активно развивающиеся горнолыжные курорты в Турции. Например, Улудаг, Паландокен и, как ни странно бы это прозвучало, Анталия. Правда, большин-

ство турецких курортов все же ориентируются на семейный отдых, нежели на профессионалов-горнолыжников или очень увлеченных любителей этого спорта. Зато снег в горах лежит 170 дней в году, и можно выбирать удобное время практически полгода. Цены здесь тоже относительно невысокие: чуть повыше, чем в Румынии и Болгарии, но все же приемлемые для большинства

экзотические, например, Перу или Чили. Но катание с гор возможно и в других местах, зачастую для зимнего отдыха вроде бы и не приспособленных: например, в Израиле (Голанские высоты) или Марокко (Атласские горы). Впрочем, поток украинских туристов туда измеряется единицами. Пока что...

Неплохие перспективы открывают для наших туристов и



украинских туристов. Трудности составляет лишь перелет — в отсутствие традиционных летних авиачартеров добираться до горнолыжных курортов становится довольно дорого и проблематично...

### Где еще кататься?

Кроме названных стран — безусловно, признанных лидеров в области горнолыжного туризма — любители зимних развлечений могут отправиться и в другие места, иногда весьма

страны Адриатического региона, такие, как Словения, Босния и Македония, а также Албания. Хотя сколь-нибудь заметные горнолыжные турпотоки из Украины в эти края — дело будущего (за исключением разве что Словении, но и туда зимний турпоток совсем невелик). Рынку зимнего отдыха (как и, впрочем, туристических услуг вообще) присуща высокая степень конкуренции, поэтому туроператорам уже сегодня стоит задуматься о расширении номенклатуры своего турпродукта.

# Бизнес, рожденный в СССР

*Виктор ЗИНЧЕНКО, директор туристической компании «Спутник», кандидат исторических наук*

Существуют утверждения, которые, на первый взгляд, являются не только парадоксальными, но и противоречащими здравому смыслу. Например, я считаю, что современные туристические технологии, которые применяются сегодня практически всеми турфирмами Украины (да и всего постсоветского пространства), имели свое начало в СССР. Хотя ситуация в те годы кардинально отличалась от нынешней — сегодня в одной лишь Украине действует более 5000 туристических компаний, а тогда их было лишь 3: «Интурист», Бюро международного молодежного туризма «Спутник» и профсоюзные экскурсионные бюро, ориентированные исключительно на внутренний туризм. Рынка туристических услуг как такового тогда не было — туры предоставляли лишь 3 организации-монополиста, практически никак не пересекаясь между собой. Однако для пояснения приведу пример из истории БММТ «Спутник», в котором я работаю с 1986 года.

Начиная с 1973 г., под эгидой «Спутника» проводилось глобальная туристическая экспедиция «Моя Родина — СССР». В рамках этой акции организовывались туристические поездки по разным регионам страны, формировались туристические группы, а также был составлен реестр достопримечательностей



в каждом регионе. Конечно, экспедиция была сильно заидеологизированной — если посмотреть в книжку-пособие туриста, то там в основном в качестве обязательных для посещения туристических аттракций значатся музеи Ленина, Дзержинского, Кирова и тому подобные «привлекательности». Однако туристические технологии, а также специалисты отрасли, формировались именно в тех условиях. В конце концов, если экскурсовод может грамотно провести экскурсию по местам боевой славы какого-нибудь верного сына компартии, то, после переподготовки определенного уровня, он так же качественно сможет организовать экскурсии по местам боевой славы, например, Наполеона или турецкого султана Сулеймана Великолепного — технология ведь не зависит от идеологического и информационного наполнения турпродукта!

Справедливость этого утверждения доказывает то, что

многие сегодняшние руководители турфирм начинали свою карьеру в туризме именно у нас, в «Спутнике». Поэтому неудивительно, что именно «Спутник» стал пионером во многих популярных сегодня туристических направлениях. Мы первые, кто в Украине ввел в практику дальние автобусные туры (для чего, опять-таки, впервые в Украине закупили высококомфортные автобусы «Мерседес» производства турецкого завода «Отомарсан»), в частности, в Грецию и Турцию. Именно мы стали пионерами в организации авиачартеров на Крит и в регион Адриатического моря. Мы и сегодня работаем на этих направлениях, хотя и не являемся здесь монополистами.

Меня довольно часто спрашивают: как «Спутнику» удалось выжить в бурные 90-е, и превратиться в современную турфирму, которая работает в полном соответствии с мировыми стандартами индустрии? Разумеется, процесс трансформации из структуры советского типа



в современную туристическую компанию проходил совсем не гладко — случались и ошибки, причем иногда стратегические. К примеру, я помню, что в начале 90-х годов руководство «Спутника» издало приказ, запрещающий организовывать шоп-туры. В результате в этом сегменте туризма нас довольно быстро опередили конкурирующие компании. Ведь шоп-туризм — это хоть и специфический сегмент отрасли, но ничем не худший, чем другие. А следовательно, решение о его дискриминации было, на мой взгляд, глубоко ошибочным.

Тем не менее, удержаться на плаву и успешно трансформироваться нам помогли технологии и кадры, наработанные и обученные еще в советские времена. А также здоровый консерватизм многих наших клиентов, которые, один раз отправившись в



путешествие с нашей компанией, сохраняли нам верность и в последующих турах. Роль возвратных клиентов никоим образом нельзя преуменьшать — их довольно много, поэтому руководителям и владельцам турфирм, которые задумывают ребрендинг или перепрофилирование своей компании, стоит обратить максимально серьезное внимание на поддержку старого бренда, точнее, того позитивно-го, что этот бренд нес клиентам.

А значит, необходимо уделить максимум внимания своим клиентам — как бывшим, так и нынешним, провести индивидуальную работу с каждым из них. Процесс достаточно сложный, однако он дает весьма ощутимые результаты.

Сегодня «Спутник» является туроператором полного цикла, работает по разнообразным направлениям, и продает свои туры через систему, насчитывающую 33 одноименные фирмы во всех регионах Украины. Разумеется, продаем мы и чужой продукт, как и пользуемся услугами сторонних агентств, однако доля чужого продукта у нас невелика: 90% туров, которые мы продаем — наши собственные. Компания твердо чувствует себя на рынке, без особых потерь переносит кризис, поэтому я уверен в правильности практикуемой нами бизнес-модели и с удовольствием рекомендую ее коллегам.

## Попутників багато. "Супутник" — один!



### Відпочинок на морі, океані

Єгипет – від 350 у.о.  
ОАЕ – від 656 у.о.  
Іспанія (о.Тенеріфе) – від 780 євро  
Португалія (о.Мадейра) – від 750 євро  
Йорданія – від 903 у.о.  
Індонезія (о.Балі) – від 1390 у.о.  
Індія – від 990 у.о.  
Шрі Ланка – від 906 у.о.  
Китай (о.Хайнань) – від 1355 у.о.  
Таїланд – від 950 у.о.  
Куба – від 1370 у.о.  
Домінікана – 1710 у.о.

\*включає авіапереліт

**Екзотичні країни:** Бразилія, Мексика, ПАР, Японія  
Острови: Сейшели, Мальдіви, Маврикій

**Освітні тури:** Мальта, Англія, Швейцарія



### Екскурсійні тури

Чехія – 85 євро  
Угорщина – 108 євро  
Естонія – 160 євро  
Англія – від 189 євро  
Латвія – 210 євро  
Франція – 257 євро  
Іспанія – 265 євро  
Італія – від 296 євро  
Австрія – 300 євро  
Німеччина – від 309 євро  
Індія – 320 у.о.  
Греція – 370 євро  
Швеція – 372 євро  
США – від 556 у.о.  
Норвегія – від 696 євро  
Швейцарія – від 790 євро  
\*додатково оплачується дорога авіа, жд проїзд, автобус



### Бронювання Новорічних та Різдвяних турів:

**Україна (Буковель), Австрія, Фінляндія зі знижкою 10% до 30.10.10.**

**Корпоративне обслуговування. Ділові подорожі.**

**АВІАБІЛЕТИ В УСІ КРАЇНИ СВІТУ ЗА НАЙКРАЩИМИ ТАРИФАМИ!**

### Головний офіс:

Київ, вул. Володимирська, 57, офіс 104  
Тел. **044-2309200** (багатоканальний)  
[www.sputnik-ukraine.ua](http://www.sputnik-ukraine.ua)

### Представництва:

Київ, вул. Ярославів Вал, 17, б  
Тел. **044-2785969**  
Київ, вул. Костельна, 9, офіс 3а  
Тел. **044-5361066**

# О паспорте синем заговорите слово...



## Я достаю из широких штанин...

В современном мире туризм — явление массовое: предполагается, что любой (или почти любой) гражданин более-менее свободной страны может себе позволить воспользоваться услугами одной из многочисленных туристических компаний и отправиться в путешествие за пределы Родины. Вопрос лишь в наличии средств у потенциального туриста...

Но это не совсем правильно. В современном мире гражданин каждой страны для пересечения границ должен иметь специальный документ, удостоверяющий его личность. В Украине применяются несколько таких документов (дипломатический,

служебный, паспорт моряка, т. наз. «нансеновский» паспорт перемещенного лица и т. д.), однако туристическая индустрия имеет дело лишь с одним из них — общегражданским загранпаспортом.

В принципе, каждый гражданин каждой более-менее свободной страны (исключения наподобие Северной Кореи здесь не рассматриваются), в том числе и Украины, имеет право получить такой документ. Но на практике показатель «загранпаспортизации» граждан Украины — один из самых низких в Европе: как следует из ответа МВД на запрос УТ (письмо №34/1078 от 13 сентября 2010 г.), начиная с 2002 года изготовлено без малого 4.3 млн. общегражданских загранпа-

сидков. Если предположить, что некоторые граждане за это время оформили несколько паспортов (из-за отсутствия свободных страниц, утраты этого документа, изменения фамилии или имени — список не исчерпывающий), некоторые держатели загранпаспортов умерли или отказались от украинского гражданства, а также то, что, начиная с 2004 г., граждане Украины имеют возможность иметь (а значит, и оформить) 2 действительных загранпаспорта, прорисовывается довольно невеселая картина — из без малого 46 млн. населения страны «паспортизовано» меньше 10%.

Юрий САМОЙЛОВ

спортов. Если предположить, что некоторые граждане за это время оформили несколько паспортов (из-за отсутствия свободных страниц, утраты этого документа, изменения фамилии или имени — список не исчерпывающий), некоторые держатели загранпаспортов умерли или отказались от украинского гражданства, а также то, что, начиная с 2004 г., граждане Украины имеют возможность иметь (а значит, и оформить) 2 действительных загранпаспорта, прорисовывается довольно невеселая картина — из без малого 46 млн. населения страны «паспортизовано» меньше 10%.

## «Красный» и «синий»: в чем отличие?

Начиная с 2002 г., все загранпаспорта выдаются в рамках ДІС — Государственной информационной системы регистрационного учета физических лиц и их документализации. Одно из следствий внедрения ДІС является то, что все без исключения украинские загранпаспорта печатаются в одном-единственном месте — киевском полиграфическом комбинате «Україна». До внедрения национальной информационной системы на этом предприятии печатался лишь бланк, а биографические данные гражданина, в том числе его фотография, вносились



на местах — в учреждениях, которые многие до сих пор называют «ОВИРами», хотя на самом деле они являются Управлениями Госдепартамента гражданства, иммиграции и регистрации физических лиц при местных управлениях МВД Украины.

Сегодня в нашей стране используются 2 образца общегражданских загранпаспортов: «красный», у которого обложка темно-красного цвета, а защита личных данных гражданина производится путем наклеивания на страницу специальной защитной пленки, и «синий» (с обложкой соответствующего цвета), где личные данные защищаются путем их нанесения методом лазерной гравировки на специальную поликарбонатную страницу. «Синие» паспорта изготавливаются и выдаются гражданам с 27.06.2007 г. (во исполнение соответствующих постановлений Верховной Рады и Кабмина).

Кардинальное отличие «красного» паспорта от «синего» заключается в том, что поликарбонатная страница последнего отличается высокой степенью защиты и удовлетворяет всем

современным требованиям к документам такого рода, в т.ч. стандартам ИКАО.

Еще одна особенность изготовления «синих» паспортов заключается в том, что этот документ изготавливается двумя организациями: бланк печатается на полиграфкомбинате «Україна», а поликарбонатная страница — на оборудовании, принадлежащем концерну ЄДАПС. Последний является коммерческой структурой, специализирующейся на изготовлении документов с высокой степенью защиты.

Вполне понятно, что иностранные консульства гораздо более охотно имеют дело с «синими», а не с «красными» паспортами. Отдельные турфирмы сообщают, что некоторые консульства стран Шенгенского соглашения под благовидными предлогами отказывают держателям «красных» паспортов в оформлении виз. Впрочем, по данным МВД, эпоха «красных» паспортов потихоньку уходит в прошлое: начиная с 2002 года, гражданам Украины было выдано почти 4.3 млн. загранпаспортов, в т.ч. 3.2 млн. паспортов но-

вого образца, т.е. «синих». Таким образом, большинство паспортов, которые выдаются сегодня, являются «синими», а значит, удовлетворяют стандартам требований безопасности ИКАО и ЕС.

Интересно, что «синие» паспорта с недавних пор (а именно, с апреля 2009 г.) выдаются и тем гражданам, которые из-за религиозных или иных убеждений отказываются от присвоения идентификационного номера. До этого им выдавались «красные» паспорта предыдущего образца с вклеенной фотографией.

### Истоки паспортного дефицита

Казалось бы, система паспортизации граждан Украины является отлаженной, и проблем в обеспечении этими документами в Украине быть не должно. Но с завидной регулярностью, из года в год мы наблюдаем одну и ту же картину: огромные очереди в приемных Управлений ДДГРФО, бумажные списки в руках инициативных бабушек, подозрительного вида личности, готовые продать свое (а то и чужое) место в очереди и, как следствие, сорванные туры из-за неполученных в срок документов... Время от времени просторами ➔

## РАЗРЕШИТЕЛЬНАЯ СИСТЕМА: НАСЛЕДИЕ СССР

На пути всеобщей загранпаспортизации граждан Украины существует еще одно препятствие, о котором, впрочем, мало кто подозревает. Дело в том, что у нас, в отличие от той же Европы, да и большинства развитых стран мира, паспортная система до сих пор является разрешительной. Проще говоря, государство в лице МВД и некоторых других структур (например, спецслужб) в отношении каждого заявителя решает, разрешать ему выезд за границу или нет. Хотя в Европе она давно уже является изъясительной, иными словами, каждый гражданин страны в любой момент без всяких дополнительных проверок может получить паспорт, пригодный для выезда за границы своей страны (или

объединения государств, например, Евросоюза).

Ни одно из украинских правительств даже и не пыталось реформировать унаследованную от СССР разрешительную систему: шутка ли — потерять такой инструмент контроля над собственными гражданами! С точки зрения наших чиновников, разрешительная система способствует сохранению государственной тайны, контролю за распространением контрабанды и преступности... В то же время в Европе гражданина, подозреваемого в распространении гостайны, уклонения от уплаты налогов или чего-то в этом роде, объявляют в розыск, однако его прав на свободу передвижения до решения суда не ограничивает никто.

→ Родины проносятся слухи о том, что бланки паспортов кончаются, что только усиливает ажиотаж в «ОВИРах». Иногда такое действительно случается, и паспорта на какое-то время перестают оформляться вообще... Впрочем, как сообщает МВД на запрос УТ, «...У літній період цього року проблемні питання з оформлення, виготовлення та видачі громадянам документів для виїзду за кордон не виникали». Хотя туристические интернет-форумы утверждают прямо противоположное, рискнем предположить, что очереди у местных Управлений ДДГРФО, а также в Межрегиональном

центре выдачи загранпаспортов в Бортничках обусловлены низкой, не рассчитанной на пиковый спрос, пропускной способностью этих учреждений, а не дефицитом бланков паспортов.

Причин, из-за которых возникает (или возникал в прошлом) дефицит паспортов, несколько. Первая из них заключается в сложности и запутанности взаиморасчетов между организациями, причастными к процедуре паспортизации конкретного гражданина. Как известно, последний, чтобы получить паспорт, должен заплатить определенную сумму: 170 грн (или 340 в случае срочного изготовления

документа) являются госпошлиной, и отправляются непосредственно в Госбюджет (путем перечисления на счет соответствующего отделения Госказначейства). Сбор за изготовление самого бланка паспорта перечисляется на счет соответствующего Управления ДДГРФО. Последнее часть этих денег перечисляет на счет полиграфкомбината «Украина», а часть — концерну ЄДАПС (если речь идет об изготовлении «синего» паспорта). Кроме того, взимаются платежи за различные услуги МВД (какие именно — об этом чуть позже). Однако перечисленные гражданами деньги за изготовление паспорта оседают на счетах местных Управлений

### Стоимость оформления загранпаспорта

Стоимость оформления загранпаспорта в зависимости от срочности исполнения, грн.	30 и более рабочих дней	До 10 раб. дней	До 3 раб. дней
Госпошлина	170	340	340
Информационные услуги Департамента информационных технологий МВД Украины	13.10	26.20	26.20
Информационные услуги ДДГРФО	10.28	158.38	314.55
Печать бланка	150	337.50	525
Комиссия банка за проведение платежа	3.5 – 10 грн за каждую платежку		

### Дополнительные услуги при оформлении загранпаспорта

Наименование услуги	30 и более рабочих дней	До 10 раб. дней	До 3 раб. дней
Сбор при утрате загранпаспорта	62.40	249.62	374.43
Оставление предыдущего загранпаспорта	60.17 + 8.50 (госпошлина)		
Внесение в загранпаспорт ведомостей о детях	0	18.63	41.12
Страховые услуги	Зависит от региона, в Бортничках не взимается		

### «ИНФОРМАЦИОННЫЕ УСЛУГИ» — ЧТО ЗА ЗВЕРЬ?

При рассмотрении заявления о выдаче загранпаспорта гражданин Украины оплачивает разнообразные «информационные услуги». Под этим невинным термином скрывается пресловутая «справка о несудимости» (а, точнее, запрос в базу данных МВД о наличии действующих наказаний, а значит, и возможных препятствий для выезда), проверка данного гражданина на допуск к гостайне, запросы в разно-

образные спецслужбы, включая только создающееся Бюро кредитных историй. Лет 15 назад гражданин вынужден был самостоятельно собирать большинство из этих справок, сегодня это делается централизованно, за одним исключением: мужчины призывного возраста (18-25 лет) обязаны для оформления загранпаспорта предоставить разрешение военкомата по месту регистрации.



ДДГРФО, затем перечисляются на бюджетный счет МВД, потом — в Госказначейство, которое, опять-таки, перечисляет деньги непосредственным исполнителям — концерну ЄДАПС и полиграфкомбинату «Украина». Понятно, что такая извилистая дорожка требует определенного времени, и когда оно уж очень затягивается, исполнители объявляют о том, что печатать паспорта не будут.

### «Краснокожая паспортница»: наполнение дефицита по-советски

Но полиграфкомбинат «Украина» — учреждение государственное, подчиняется напрямую Кабмину, который обладает и другими рычагами воздействия на предприятие, кроме перечисления денег из бюджета. Что же касается концерна ЄДАПС, то он представляет собой совокупность частных предприятий, а значит, уговоры, призывы к патриотизму или щелканье кнутом на него не действует. Концерн работает



по принципу «утром деньги — вечером стулья», т.е. паспорта.

В острокризисных случаях, когда паспорта нужны, а денег на них →

## О «ПАСПОРТНЫХ» ПОСРЕДНИКАХ

На запрос редакции «Украинского туризма» в МВД касательно возможностей аккредитации туристических фирм в ДДГРФО с целью оказания гражданам Украины услуг по заполнению и ускоренному приему документов для оформления загранпаспортов мы получили ответ следующего содержания: «... відповідно до спільного наказу Міністерства внутрішніх справ, Міністерства фінансів та Міністерства економіки від 5.10.2007 року «Про затвердження розмірів плати за надання послуг органами і підрозділами Міністерства внутрішніх справ та Порядку їх справляння» ДДГРФО та його територіальні органи можуть надавати платні послуги з виконання запиту щодо прийому документів у громадян у прискореному порядку, за зверненням... юридичних осіб недержавної сфери, заснованих недержавними установами, для здійснення термінового оформлення паспорта

громадянина України для виїзду за кордон. Вартість таких послуг за оформлення до трьох робочих днів — 40.32 грн, до 10 днів — 35 грн.» (Лист МВС України №34/1113 від 16 вересня 2010 р.).

Из этого ответа можно понять, что обращения от «юридических лиц недержавной сферы, заснованих недержавними установами», а значит, и туристических компаний, принимаются территориальными Управлениями ДДГРФО в индивидуальном порядке. За такие обращения взимается определенная плата. Однако, как можно понять из этого официального документа, установленной процедуры аккредитации туристических компаний, по примеру иностранных консульств, в Госдепартаменте гражданства, иммиграции и регистрации физических лиц МВД Украины, не существует.

**Стоимость оформления загранпаспорта с помощью туристических компаний  
(информация взята с сайтов турфирм по состоянию на 29.09.2010)**

Стоимость оформления, грн / турфирма	Территория охвата услугой	30 и более рабочих дней	До 10 рабочих дней	До 3 рабочих дней	Основание для такой деятельности (по данным турфирмы)
Сакумс	Вся Украина	750	1300	1700	Согласно договора предприятия «САКУМС» с Государственным предприятием МВД Украины «Развитие» №98/СП от 15.12.09
АЛВОНА	Одесса и область, Киев и область	1300 (Одесса и область) /850 (Киев и область)	1550 (Одесса и область)/1600 (Киев и область)	1600 (только Киев и область)	Не указано
Alice Travel	Киев и область/вся Украина	600 (Киев и область)/ 790 (Украина)	1350 (Киев и область)/1400 (Украина)	1700 (Киев и область)/1800 (Украина), 3800 (1 день)	Не указано
Этноленд	Киев и область/вся Украина	690 (Киев и область)/860 (Украина)	1350(Киев и область)/1440 (Украина)	1740 (Киев и область)/1790 (Украина)/ 2200 (за 2 раб. дня)	Не указано

→ нет, правительство просто приказывает полиграфкомбинату «Украина» печатать те самые «краснокожие паспортины», которые и выдаются гражданам Украины вместо «синих»... Со всеми вытекающими отсюда последствиями. Однако у гражданина к государству претензий

быть не может — заявление о выдаче загранпаспорта не предусматривает конкретизацию образца этого документа...

Заметим, что унификация видов паспортов является одним из серьезнейших препятствий для Украины в переговорах с Евросоюзом об установлении

безвизового режима: до тех пор, пока в нашей стране «ходят» несколько видов загранпаспортов, безвизового режима не будет. В то же время, все предыдущие правительства неоднократно продлевали срок использования «краснокожих паспортин». Как будет действовать нынешнее — покажет время. **УТ**

**КОГДА ВЕРСТАЛСЯ НОМЕР**

Как стало известно редакции из хорошо информированных источников в МВД, сегодня между МВД Украины или подчиненными ему госпредприятиями, и туристическими компаниями, НЕ СУЩЕСТВУЕТ НИ ОДНОГО ДЕЙСТВУЮЩЕГО ДОГОВОРА, который бы позволял турфирме содействовать гражданам Украины в оформлении загранпаспортов. А также устанавливал бы величину комиссионного вознаграждения за такие услуги. Следовательно, все компании, которые занимаются таким видом деятельности, делают это исключительно с помощью личных связей с руководителями региональных управлений ДДГРФО, самого Госдепартамента или концерна ЄДАПС. Т.е. суммы, взимаемые с граждан за такого рода услуги, определяются исключительно на усмотрение директора такой компании.

Как сообщает тот же источник, в настоящее время в МВД разрабатывается система аккредитации туристических, юридических и других компаний негосударственной формы собственности, которые смогут оказывать посреднические услуги при оформлении загранпаспортов уже на вполне законном основании. По непроверенным данным, первые договоры стали высылать турфирмам 29 сентября. Впрочем, предполагается, что аккредитоваться в ДДГРФО сможет лишь ограниченное число туристических компаний. Можно предположить, что прошедшие аккредитацию обязаны будут приобрести и установить в своих офисах спецоборудование для введения данных в Государственную информационную систему регистрационного учета физических лиц и их документизации (ДИС), которое сейчас используется в региональных управлениях ДДГРФО.



# Club Med: молоды душой!

**23** сентября на теплоходе «Роза-Виктория» состоялось празднование 60-летнего юбилея туроператора Club Med. Организатором этого дня рождения выступил украинский офис компании. Поздравить именинников пришли партнеры и постоянные клиенты.

Солидный возраст компании говорит о многом. Это и колоссальный опыт, и стабильность, и определенный уровень безопасности клиентов. Коммерческий директор Club Med Europe Шарль Фланаган рассказал о том, что all inclusive и шведский стол в отелях был придуман именно в Club Med. В 2004 году компания взяла новый курс на повышение уровня комфорта своих отелей. На смену простым хижинам без воды и электричества пришли комфортабельные номера. Сегодня клиент Club Med может выбрать между стандартным номером, люксом и делюксом. А в отеле Club Med Albion на острове



Маврикий предлагают размещение в комфортабельных виллах с собственным бассейном. Сегодня Club Med — это 80 отелей-городков, представленных на 5 континентах. Все они предлагают систему all inclusive. А также это уникальная атмосфера, спорт, уход за детьми и многое другое.

«Мы старались максимально воссоздать атмосферу, которая царит в наших отелях-городках», — заметила



Оксана Григоровская, генеральный директор Club Med Украина.

Для гостей был проведен розыгрыш 3-х путевок в различные отели сети, а главным призом стала поездка в новый отель Club Med Sinai Bay в Египте, который открывается 4 декабря 2010 года. ■



# Крым подводит итоги сезона



**В** условиях жесткой конкуренции в области туризма, АР Крым уже не может претендовать на роль единственного доступного региона для отечественных туристов. Крыму сложно тягаться не только с популярной Турцией и Египтом. На пятки начали наступать Карпаты, которые теперь активно предлагают летний отдых. Да и другие регионы задумались о туризме как о серьезной статье доходов. Для того чтобы это направление продолжало удерживать лидирующие позиции по Украине и не теряло популярность, туристическим фирмам, занимающимся Крымом, приходится проводить регулярный мониторинг качества предлагаемых услуг, исследовать запросы потребителя и выдвигать востребованные предложения.

В связи с заметными переменами в туристической сфере:

изменением законодательства, политики санаториев и здравниц, последствиями кризиса и другими факторами — изменились не только требования клиентов к предоставляемым услугам, но и их отношение к отдыху. Для получения достаточно точной информации, для проведения эффективной

*Ольга ПИТЮРЕНКО, начальник Главного управления статистики в АР Крым*

рекламной политики в Крыму проводятся серьезные маркетинговые исследования, результаты которых мы и приводим в этой статье.

Одним из важнейших факторов привлечения клиентов является

**Индекс удовлетворенности туристов параметром «соотношение цены и качества» услуг, предоставляемых крымской туристической инфраструктурой**





успешная ценовая политика. По результатам исследования можно сделать вывод, что ценовая политика региона удовлетворяет всем требованиям клиентов. Такой показатель как «соотношение цены и качества» признан удовлетворительным и составляет 87,6%. Кроме того, выяснилось, что существует положительная тенденция в изменении этого показателя из года в год: так в 2007 году цена, по мнению отдыхающих, соответствовала качеству на 79,0%, в 2008 г. — на 80,85%, 2009 г. — на 84,4%. Как и в прошлом году, наилучшие результаты по данному пункту показал г. Севастополь, где 97,44% опрошенных туристов указали на «справедливость» цен предоставленных услуг (проживание, питание, сервис, медицинское обслуживание и др.). Второе место держит Черноморский курортный район и Евпатория — соответственно 93,10% и 89,61% респондентов остались удовлетворены соотношением цены и качества. Такое явное улучшение говорит о правильной ценовой политике, которую ведут туристические компании, санатории и здравницы региона.

Также результаты исследования показали, что более 90% опрошенных отдыхающих собираются вернуться в Крым в бли-



жайшем будущем, превращаясь в постоянных клиентов. Лучшие позиции имеют учреждения региона Алушты и Севастополя — 91,9% и 91,14% соответственно. Стоит отметить, что год назад, в разгар кризиса, наблюдалось некоторое снижение данного показателя по сравнению с позапрошлым (86% в 2008, 81,70% - в 2009), но теперь наблюдается явная положительная тенденция, что говорит о постепенной стабилизации экономики в Украине и постоянном улучшении качества предлагаемых услуг.

Одним из основных направлений, по которым стоит работать

организациям, занимающимся туристической деятельностью в регионе, является медицинский туризм. Ежегодно санатории Евпатории, сакские лиманы и лечебные грязи, а также другие объекты привлекают множество отдыхающих. Результаты исследования показывают, что респонденты довольно высоко оценили уровень лечения в Крыму. На отлично — 71,49% гостей полуострова, на четвертку — 23,07%, оценку «удовлетворительно» поставили 3,73% и 1,71% — двойку. По сравнению с прошлым годом данные этого показателя практически не изменились. Незначительное снижение оценки отдыха на 0,41% можно отнести к статистическим погрешностям (количество оценивших отдых на отлично и хорошо в 2009 г. составлет 94,97%, а в 2010 г. — 94,56%).

В результате анализа анкетных данных было установлено, что →

Оценка качества лечения по результатам опроса потребителей в период летнего сезона 2010 г. в АР Крым

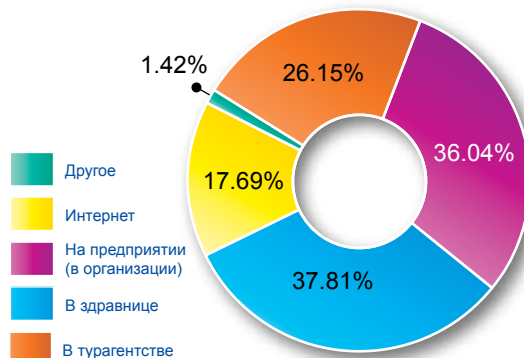


### Оценка качества лечения по результатам опроса потребителей по Украине

Оценка отдыха	Алушта	Евпатория	Николаевка, Песчаное	Саки	Севастополь	Юго-Восток	Ялта	Черноморское	АР Крым
Отлично	78.79	71.9	64.46	73.23	68.35	76	66.06	56.67	71.49
Хорошо	16.23	23.09	28.31	20.47	27.85	18.67	27.95	43.33	23.07
Удовлетворительно	3.68	3.7	5.42	4.72	3.8	3	3.66	0	3.73
Неудовлетворительно	1.3	1.31	1.81	1.57	0	2.33	2.33	0	1.71



Сегментация респондентов по признаку «место приобретения путевки» в АР Крым



→ 36,04% респондентов получили путевку по месту работы. В сравнении с прошлым годом данный показатель уменьшился, но незначительно: всего на четверть процента. Лидирующую позицию в данных показателях занимает приобретение путевок непосредственно в здравницах Крыма — 37,81%. По сравнению с 2009 годом этот показатель увеличился почти на 13%, что свидетельствует о желании сокращать расходы, заказывая отдых «из первых рук». Услугами турагентств в текущем году воспользовалось

несколько меньшее количество отдыхающих — 26,15%, тогда как в 2009 г. — 27,61% гостей.

Часть гостей прибывает в Крым на лечение по направлению лечебных учреждений, кроме этого в учебных заведениях практикуется поощрение учащихся путевками на отдых. Эти данные включены в категорию «Другое», доля которой составляет 1,42%.

Исходя из результатов исследований, количество респондентов, которые приобрели путевку через интернет, в 2010 году рез-

ко увеличилось и составило 17,69%. В аналогичном периоде прошлого года этот показатель составлял 11,32%. Можно сделать вывод, что растет доверие к интернет-рекламе в туристической сфере. Лучшие позиции в данной категории имеют следующие регионы: Черноморское (66,67%), Юго-Восток (30,10%) и Николаевка, Песчаное (25,00%).

*Автор благодарит за сотрудничество и помощь при создании материала:*

*Ассоциацию Курортов Крыма за подробную и интересную информацию, любезно предоставленную для публикации;*

*Ирину Смирнову, специалиста по маркетингу;*

*Ольгу Хамидову, кандидата экономических наук, доцента (кафедра маркетинга)*

**Ольга НОВИКОВА, директор санатория «Юрмино», г. Саки:**



Сезон был такой же, как и в прошлые годы, но в межсезонье, т.е. до лета и даже сейчас, после лета, количество отдыхающих увеличилось в 2-2,5 раза. В этом году практически весь сезон заполняемость была 100%. Наблюдался небольшой спад в период перехода

с низкого сезона на высокий (с 1 по 15 июля). Но в этот период все равно сохранилась заполняемость 80%. Мы сделали для себя вывод, что на «высокий сезон» нужно переходить с 15 июля, все-таки 1 июля еще рановато.

Цены мы подняли в этом году существенно. Т.е. если в прошлом году сутки с питанием и медицинскими проце-

дурами на одного человека стоили 450 грн., то в этом году — 550. Возможно, потому в этом сезоне было меньше соотечественников и больше россиян. Т.к. для них наши цены все равно остаются достаточно низкими.

С туроператорами работаем мало, т.к. они, как правило имеют разветвленную агентскую сеть и ввиду этого комиссионные составляют 20, а то и 25%. Это очень много! На мой взгляд, небольшим частным санаториям (до 200-300 мест) гораздо дешевле заполняться самим, чем прибегать к помощи крупных туроператоров, чего не сказать о государственных санаториях на 700-900 мест. Для них просто жизненно необходимо сотрудничать с посредниками даже за большие комиссионные, т.к. продать такое количество мест самостоятельно практически невозможно.



Сегментация респондентов по признаку «место приобретения путевки»

Место приобретения путевки	Алушта	Евпатория	Николаевка, Песчаное	Саки	Севастополь	Юго-Восток	Ялта	Черноморское	АР Крым
В турагентстве	17.17	27.71	45.97	35.40	27.42	26.21	24.36	66.67	26.15
На предприятии (в организации)	41.96	37.14	25.00	27.43	24.19	28.64	40.38	11.11	36.04
В здравнице	40.87	35.14	29.03	37.17	48.39	45.15	35.26	22.22	37.81
Интернет	14.17	16.86	25.00	20.35	24.19	30.10	12.18	66.67	17.69
Другое	1.91	1.71	0.81	0	3.23	0.49	1.50	0	1.42

Крымского экономического института Киевского национального экономического университета им. В. Гетьмана);

Светлану Цехла, доктора экономических наук, доцента (кафедра менеджмента и маркетинга Таврического национального университета им. В. И. Вернадского);

Ирину Яковенко, доктора географических наук, профессора, заведующую кафедрой туризма Таврического национального университета им. В. И. Вернадского;

Валентину Ячменеву, доктора экономических наук, заведующую кафедрой менеджмента Национальной академии природоохранного и курортного строительства.

А также студентов дневного отделения туристических факультетов нижеследующих высших учебных заведений:

Таврического национального университета им. В. И. Вернадского, Национальной академии природоохранного и курортного строительства, Крымского экономического института Киевского национального экономического университета им. В. Гетьмана, Крымского инженерно-педагогического университета.



Сергей КОЛЕСНИК, директор отеля «Шерлок Холмс», Евпатория:

Сезон в этом году был удачней, чем в прошлом. Заполняемость выросла на 50 %.

В основном постояльцы - это граждане России.

В процентном соотношении это выглядит так: 60% россияне, 20% украинцы, 15% белорусы, 5% граждане других стран (в основном поляки и немцы). Цены по сравнению с прошлым годом мы снизили на 15-20%.

Возможно, это стало одной из причин роста количества отдыхающих в этом году. Но это что касается именно нашего отеля. Однако количество отдыхающих выросло и по Крыму в целом. И мы считаем, что причин тому несколько: стабилизация экономической ситуации,

улучшение взаимоотношений с Россией, а также укрепление имиджа Крыма как места отдыха. Т.к за последние пару лет качество услуг в Крыму выросло, появилось много новых высококлассных отелей, как наш. А жесткая конкуренция заставляет участников туристической сферы разрабатывать все новые программы лояльности, улучшать сервис и вкладывать средства в продвижение как своего объекта, так и Крыма в целом.



# Чтоб инвестор пришел...



НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ЧАСТНОГО КАПИТАЛА  
В ОТЕЧЕСТВЕННУЮ ТУРИСТИЧЕСКУЮ ИНФРАСТРУКТУРУ

*Дмитрий ФЕДОРЧЕНКО*

**С**оставление инвестиционного проекта, поиск потенциального инвестора и проведение с ним переговоров — процесс во многом индивидуальный. Тем не менее, сфера HoReCa имеет свою специфику, которую нужно учитывать при подготовке инвестиционных проектов с целью успешного привлечения инвестиций. В первую очередь, чтобы найти инвестора и заинтересовать его своим проектом, необходимо учитывать некоторые рекомендации общего плана, которые мы приведем в этой статье.

## **Общие рекомендации**

При подготовке проекта необходимо помнить, что потенциальный инвестор оценивает в первую очередь не сам проект, а ряд поверхностных, на первый взгляд, но очень важных для принятия решения моментов. Среди них:

1. Личность презентующего. Его/ее уровень подготовленности, владение материалом, готовность к ответам на вопросы, в том числе на неожиданные. По сути, во многом определяющим фактором для принятия решения является субъективное: «нравится — не нравится».

2. Качество и уровень оформления презентации. Если вы рассчитываете на привлечение серьезных средств, то лучше доверить эту работу не очаровательной секретарше, а специалисту. Презентация должна быть максимально информативной, но при этом лаконичной. Избегайте многословия, предлагайте больше цифр, таблиц, графиков.

3. Анализируйте предложения конкурентов. Будьте уверены, что потенциальный инвестор стоит перед серьезным выбором. Поэтому он, безусловно, будет сравнивать ваше предложение с другими (возможно, даже конкурирующими). Следовательно, вам лучше заранее

выяснить, какие еще проекты рассматривает потенциальный инвестор. Выявите слабые места своих конкурентов и усильте свои позиции в этих направлениях. Возможно, анализируя предложения конкурентов, вы, наоборот, увидите слабые места у себя. Тогда над этим следует серьезно поработать.

При работе со слабыми/сильными сторонами не пытайтесь обманывать будущих партнеров. Лучше сразу и честно оговорить, в чем вы слабы, но подать это не как недостаток, а как одну из характеристик проекта. Например: «Да, мы знаем, что наша корова дает молоко низкой жирности, но благодаря этому оно обладает превосходной белизной»

4. Готовность идти на компромисс. Будьте готовы к тому, что вам придется торговаться и идти на уступки инвестору (доля, сроки, бюджеты и пр.). Заранее определите для себя границы, до которых вы готовы уступать.

### Как готовить проект

Прежде всего, нужно обозначить цель проекта. Здесь необходимо определить краткосрочные и долгосрочные задачи, прописать механизмы реализации. Т.е., по сути, подготовить стратегический план. Для этого вам придется серьезно отнестись к проведению маркетинговых исследований рынка. Прежде всего, вы сами должны понимать, какова сейчас ситуация в данном сегменте рынка, произвести сегментирование, выявить если не совсем свободную, то по крайней мере «не тесную» нишу, определить будущего потребителя ваших услуг, конкурентную среду и, конечно же, стратегию конкурентов. После этого, исходя из

результатов маркетинговых исследований, необходимо сформулировать характеристики продукта, определить ценовую политику, четко позиционировать свой продукт на целевого потребителя, разработать систему продаж и схему продвижения продукта еще на этапе составления инвестиционного проекта.

Обратите внимание, что когда речь идет о новом отеле или о новом ресторане, вы должны знать, как и кому вы будете продавать услуги, еще на этапе утверждения проекта. Это является распространенной ошибкой многих отельеров: деньги в создание продукта вложены, а из-за неграмотного бизнес-планирования реклама не работает и клиент не едет. Поэтому необходимо заранее продумать, в какие системы бронирования ваш отель будет включен, с какими агентами и операторами

вы планируете работать, оцените возможные объемы продаж через данные канала сбыта и пр.

Немаловажным аспектом для удачной реализации проекта является грамотно подобранная команда. И здесь, кроме уровня профессионализма работников, роль играет еще множество важных факторов.

Вы должны разработать систему мотивации коллектива. Помните, что мотивация может быть финансовой и нематериальной. Когда будете разрабатывать систему мотивации, помните, что иногда важны не столько мотивирующие стимулы, сколько отсутствие демотивирующих факторов. Поэтому внимательно проверьте и устраните все возможные аспекты, которые могут демотивировать коллектив.

### Учет и контроль – почти по Брежневу

Очень важным моментом как для инвестора, так и для вас →

Средняя  
заполняемость  
номерного фонда  
сетевых гостиниц  
категории 3-4\*  
составляет  
**63-72%**







→ как соискателя инвестиций, является механизм контроля. Контролировать необходимо все и на каждом шагу. Вы должны контролировать выполнение инвестором своих обязательств, инвестор, в свою очередь, должен иметь рычаги контроля, контролировать необходимо работу сотрудников. И уж коль скоро механизм контроля уже вами продуман, то нужно разработать не только систему вознаграждений, но и систему наказаний — для сотрудников и систему штрафных санкций для партнеров.

После этого вы можете двигаться к юридическим вопросам (оформление отношений в вопросах покупки или аренды земли или объекта, ремонт или строительство, подряды и пр.)

Очень тщательно необходимо подходить к составлению организационных планов. Лучше сде-

лать календарный план, с четким указанием сроков строительства, ввода в эксплуатацию, выхода на уровень самоокупаемости и т.д. В организационном плане также должны быть предусмотрены механизмы контроля и санкции.

Финансовые прогнозы — это не просто предсказание, «когда начнем зарабатывать деньги». Здесь необходимо прописать сроки и объемы инвестиций, оперативные затраты, график поступлений от продаж и пр. Т.е. все планируемые расходы и доходы должны быть прописаны по статьям с указанием сроков.

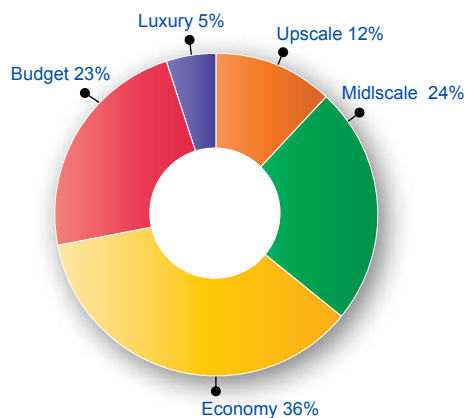
Важный момент — риски. Т.е. вы должны по максимуму задать себе вопрос: «а что, если?» и ответить на него.

### Субъективизм инвестора

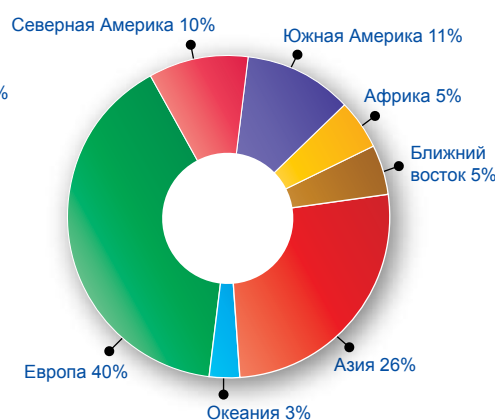
Необходимо учитывать, что мы работаем с живыми людьми, а значит, даже идеальный инвестиционный проект может быть отвергнут. Инвесторы иногда ведут себя иррационально.

Вы должны быть готовы к тому, что самым умным и осведомленным в данном вопросе будете не вы, а все же инвестор. В случае несогласия с вами в каком-то вопросе, он будет предвзято искать аналогии и подбирать факты, подтверждающие его точку зрения, отвергая ваши даже очевидные аргументы.

Прогнозируемая заполняемость отелей в 2015 году (по категориям)



Прогнозируемая заполняемость отелей в 2015 году (по регионам)



Источник: Консалтинговая компания «Диалог-Классик»

Бич бизнесмена — самонадеянность. Инвесторы, как правило, переоценивают свои способности, знания и возможности. Поэтому будьте готовы к тому, что вам могут давать самые неожиданные рекомендации, причем в настоятельной форме. При этом будет создаваться иллюзия обоснованности, т.к. многие люди доверяют аналогиям.

Зачастую, будучи готовы к огромным затратам, инвесторы не принимают потерь. Поэтому всячески стараются избежать краткосрочных затрат, хотя такая неразумная экономия может в дальнейшем обернуться крупными потерями. Например, потратив огромные средства на экстерьер отеля, инвестор внезапно решил сэкономить средства на электропроводке или какой-то другой по затратам мелочи, но очень функциональной детали. Будьте готовы обосновывать, почему на таких мелочах экономить нельзя (например, электропроводка — это одна из основных источников пожарной опасности, следовательно, при экономии на затратах на проводку проект может «зарубить» инспекция МЧС).

### Особенности инвестиционных проектов в гостиничном бизнесе

При подготовке проекта должны быть тщательно прописаны условия сотрудничества с управляющей компанией.



*Посредством использования платежных карт в Интернет и других электронных системах бронирования продается 32% всех услуг*

Определите с самого начала систему управления активами. Немаловажным моментом является согласование штата. Т.е. с самого начала должно быть четко прописано, все ли ключевые должности занимают представители управляющей компании? Если нет, то какие вакантны? Какую часть сотрудников обеспечивает управляющая компания и пр.

Необходимо изначально разработать программы лояльности.

Очень важно определить рамки, в которых может изменяться размер номерного фонда. Т.е. вы должны понимать, какой отель вы строите и каково должно

быть соотношение номерного фонда и инфраструктуры.

Необходимо учитывать, что размер операционных затрат зависит не только от размера номерного фонда, но и от категории отеля.

При составлении бизнес-планов необходимо помнить, что гостиничный и рекреационный бизнес имеет ряд важных особенностей.

Прежде всего, нужно учитывать сезонный характер бизнеса. Даже в тех городах, которые не привязаны к курортному сезону, есть периоды спадов и роста активности. А что касается небольших курортных городов, то гостиницы,

по большому счету, работают всего три месяца в году.

При этом инфраструктура требует достаточно больших вложений.

Для рекреационных объектов есть возможность продажи оздоровительных и рекреационных программ. При грамотном продвижении это может частично нивелировать сезонные издержки.

С момента открытия необходимо следить за соответствием проекта категории через 3,5,7 лет. Если вы решите повысить категорию — ваше дело. Главное помнить, что определенный уровень придется поддерживать, а это дополнительные затраты.

Еще на этапе строительства отеля подумайте о разнообразии в питании — если, конечно, вы хотите, чтобы постояльцы возвращались к вам снова и снова. Зачастую, клиенты отказываются →

Потребление в сутки на один сданный номер

Название	Категория	Вода, л	Соотношение	Энергия кВт/ч	Соотношение
Sofitel	Luxury (5*)	1568	5,6	93,8	4,1
Ibis	Economy (3*)	281	1	22,7	1

➔ от услуг отеля именно из-за однообразия в еде. И не забудьте о развлечениях!

### Вход определен. Как найти выход?

Важно понимать процессы входа и выхода из проекта. Прежде всего, необходимо определить зоны ответственности и разработать систему принятия решений. Необходимо проработать систему контроля активов и деятельности. Очень важна схема распределения финансовых результатов! Обратите на это особое внимание в самом начале и закрепите это в документах, чтобы предостеречь себя от неприятных неожиданностей.

Также важно определить процедуру оценки долей в случае выхода инвестора (одного из соучредителей) из проекта. Ведь выход из проекта — болезненная процедура. Поэтому она должна быть определена изначально. А именно, нужно предусмотреть следующие моменты:

1. Согласованные или вынужденные сценарии выхода из бизнеса;
2. Процедура продаж бизнеса или его части;
3. Процедура оценки долей при выходе.

Таким образом, для эффективности привлечения инвестиций и дальнейшей успешной реализации проекта, необходим

процесс открытой коммуникации, который включает:

- Обоснованность стратегии;
- Маркетинговую обоснованность;
- Реальность прогнозов продаж
- Эффективность и уникальность технологии и организации;
- Качество юридической подготовки;
- Открытость в оценке рисков
- Готовность к различным сценариям;
- Прозрачная схема партнерства.

Это немногие, но, на наш взгляд, ключевые моменты, на которые просто необходимо обратить внимание.

*Благодарим Артема НОВИКОВА, управляющего партнера Консалтинговой компании «Диалог-Классик» за помощь в подготовке статьи.*



Тел.: 461213405, вкл. 14, 17, 2004 р. Митрофанівська Україна

**Транспортні послуги:**  
автобус, мікроавтобус,  
VIP сервіс у Києві, Одесі,  
міжміські та міжнародні  
перевезення

Транспортна компанія «**ТРАНСМАРІН**»  
Україна, 02121, Київ, вул. Колекторна, 42  
Т/ф.: 044 564-5979, 238-6562, моб.: 050 312-6239  
[www.transmarine.com.ua](http://www.transmarine.com.ua)



371 номер – від категорії стандарт до класу люкс.



Конференц-зали на 12-465 осіб для найрізноманітніших заходів.



Банкетні зали на будь-який смак і бюджет.



**Президент Готель.**  
**Найкращий вибір для ділової поїздки в Київ.**

# Подбираем персонал грамотно!



ВОПРОС ПОДБОРА ПЕРСОНАЛА НА ТУРИСТИЧЕСКОМ ПРЕДПРИЯТИИ ЯВЛЯЕТСЯ ОДНИМ ИЗ ОПРЕДЕЛЯЮЩИХ УСПЕХ (ИЛИ НЕУДАЧУ) БИЗНЕС-ПРОЕКТА В ЦЕЛОМ. КАКИМ БЫ ГРАМОТНЫМ НЕ БЫЛО БИЗНЕС-ПЛАНИРОВАНИЕ, КАКИМИ ОБЪЕМНЫМИ НЕ БЫЛИ БЫ ИНВЕСТИЦИИ, КАКИМ БЫ КРАСИВЫМ НИ БЫЛ ОФИС КОМПАНИИ – ЭФФЕКТ ОТ ВСЕХ ЭТИХ ПОЛОЖИТЕЛЬНЫХ ЧЕРТ МОЖЕТ КАК ПРИУМНОЖИТЬ, ТАК И ОБЕСЦЕНИТЬ МЕНЕДЖЕРА. Т.Е. СОТРУДНИК КОМПАНИИ, КОТОРЫЙ СВОЕЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ФОРМИРУЕТ ВХОДЯЩИЕ ДЕНЕЖНЫЕ ПОТОКИ

*Ольга РОМАШКИНА, директор Школы профессионального сервиса*

## **Бывает ли свободы много**

Времена, когда коллективы турфирм формировались стихийно, остались в прошлом. Сегодня, выходя на туристический рынок, компании серьезно относятся к разработке бизнес-планов, формируют стратегии развития и создают новые условия для работы



в туризме. Так случилось и с одной молодой фирмой, вошедшей на украинский рынок.

Владельцы компании — иностранцы, не понаслышке знающие реальный бизнес-климат в нашей стране. На момент запуска турфирмы они уже имели опыт успешной реализации бизнеса на территории Украины. Поэтому ключевыми отличительными чертами новой туристической компании (которая задумывалась как туроператор с сетью региональных агентств) были определены технологичность, скорость и высокий уровень обслуживания клиентов и сотрудничества с партнерами. К подбору персонала владельцы, не имевшие опыта работы в индустрии туризма, подошли тоже грамотно — на должность директора приняли человека с большим опытом работы руководителем туристического агентства. Менеджерский состав также состоял из сотрудников с различным опытом работы в турфирмах.

Этот подход оказался и полезным, и роковым. Директор не оправдал доверия учредителей, кроме того, накануне туристического сезона компания оказалась не готовой полноценно функционировать, а это значило, что инвестиции в компанию продолжают. Причиной разрыва отношений с директором стало отсутствие результата по поставленным задачам, а также недоверие учредителей. Нужно отметить, что недоверие появилось после того, как директор, получив полную свободу действий, не смог вывести компанию на хорошие стартовые позиции. Также, по словам учредителей, он воспользовавшись

их доверием, вел нечестную игру. Впрочем, у экс-директора на этот счет может быть совсем другое мнение, однако связаться с ним не удалось.



### Ручной режим или директор-марионетка

Инвесторы решили коренным образом изменить подходы к туристическому бизнесу, в частности, подошли к вопросу подбора персонала совсем с другой стороны. Имея, с их точки зрения, неудачный опыт, они приняли на должность директора не такого опытного, но более подходящего по человеческим и управленческим качествам человека. К формированию команды подошли тоже по-другому. На работу принимали менеджеров без опыта работы в туризме — обучали на месте, подтверждая мнение «лучше научить, чем переучить». На этом этапе компания расширила свое присут-

ствие до двух офисов в Киеве и по одному в трех крупнейших городах страны. Понимая необходимость развития своих сотрудников, руководство обращается к специалистам и организует тренинг. В результате обучения менеджеры овладевают стандартами обслуживания клиентов, а руководитель и учредители получают инструмент для контроля выполнения этих стандартов сотрудниками. Принимаются решения об увольнениях некоторых сотрудников, принимаются новые.

На этом этапе управление в компании осуществляется уже не только директором, но и при активном участии учредителей. Последние, разочаровавшись в уровне подготовки специалистов в туризме, пересмотрели свое отношение как к бизнес-процессам в целом, так и человеческому ресурсу внутри компании. Сегодня учредители уделяют много времени контролю сотрудников на всех уровнях, что, в свою очередь, неблагоприятно сказывается на атмосфере в коллективе. На этом фоне в компании происходят реформы и в системе мотивации сотрудников, которая, скорее, приводит к демотивации. В это же время, следуя разработанной стратегии развития, компания осваивает операторские направления.

Выбранная модель подбора некавалифицированного персонала и постоянного его обучения тоже показала себя невысоко — временные и эмоционально-физические затраты не оправдывали результат. Но нужно отметить, что из некоторых неопытных в туризме кандидатов получались хорошие менеджеры. Как правило, это люди с опытом работы продаж в других сферах. Но им необходимо предоставлять возможности для развития и посещения рекламно- ➔



→ информационных туров. Это является одним из ключевых факторов в становлении профессионализма для менеджера туристического агентства.

Постоянный контроль и периодическое ручное управление компанией демотивирует директора. Кроме того, он выполняет

того исполняет директор фирмы, и за которым закреплено право окончательного решения. Вот примеры некоторых подобных ситуаций:

«Я столкнулась с настоящим хамством со стороны персонала отеля: официанты в ресторане говорили только на английском

результат индивидуальной эмоциональной реакции с досадным итогом.

Прокурор: обвиняется менеджер турагентства, который в процессе предоставления информации о стране и условиях пребывания не уточнил, владеет ли клиентка иностранными языками, и не предупредил ее о том, что в отеле нет русскоговорящего персонала. Такое упущение явилось причиной для неудобств во время отдыха клиента, а также материальных потерь. Предлагаю вынести вердикт: виновен в невнимательном отношении к клиенту.

**Резюме:** В данном случае более внимательное отношение к туристке со стороны менеджера, в частности, предоставление первичной информации о пребывании за рубежом могло предотвратить эмоциональный дискомфорт, который она испытала во время отдыха. Уважаемые менеджеры, не забывайте, что это для вас туризм — работа, а для клиентов это долгожданная возможность отдохнуть за собственные деньги. Это вы много знаете и вам кажется элементарным то, что в Тунисе в отеле 3\* нет русскоязычного персонала, но туристы об этом могут попросту не думать. Основное ожидание туриста — это приятно и беззаботно провести время в том месте, на котором вы помогли ему остановить свой выбор. Поэтому как можно больше пытайтесь выяснить у туриста, чего он ожидает от отдыха, как представляет себе удачно проведенный отпуск — это поможет вам более полно удовлетворить потребности туристов, а следовательно предотвратить жалобы и претензии любого характера.

\*\*\*

Следующий случай является иллюстрацией того, как сам менеджер комментирует жалобу туристки:



посреднические функции между инвесторами, требующими достижения завышенных показателей и сотрудниками, которых не удовлетворяют условия оплаты и атмосфера в офисе.

Как результат, сегодня компания сократила свое присутствие в регионах и Киеве. Покинули офис директор и некоторые ключевые сотрудники.

### Ролевая игра в судебный процесс

При разборе конфликтных ситуаций, для принятия руководителем объективного и взвешенного решения, бывает полезно устроить своеобразную ролевую игру в судебный процесс. С адвокатом, прокурором и, конечно же, судьей, роль ко-

или французском. По этой причине мне каждый раз приходилось объясняться с ними жестами. Во время одного из таких „разговоров“ я нечаянно опрокинула бутылку красного вина, чем безнадежно испортила свою одежду. Прошу возместить мне стоимость платья (\$600) и бутылки марочного вина (\$20)»

(Требование туристки, отдыхавшей в отеле 3\* в Тунисе)

Адвокат: обвинение, выдвинутое менеджеру, совершенно беспочвенно. Туристка сама виновата в том, что не учила в школе иностранные языки. Должна была сама догадаться что если она едет в отель категории 3\*, то маловероятно, что там будет русскоязычный персонал. Ну, а испорченное платье — это

«Туристка перед вылетом начиталась плохих отзывов об отеле, я связалась с оператором и попросила вид на море и чтобы проследили, чтобы с туристкой было все ОК. Отель — средней руки 4-ка. Когда она вернулась, то жаловалась, что мясо было плохо прожарено, по ночам кричали пьяные москвичи, и такси стоило дорого. Я спросила: а вид на море был? На что получила ответ: «Да, был, но москвичи все равно спать не давали!»

Адвокат: очень часто туристы, начитавшись отзывов в Интернете, делают поспешные выводы и подвергают сомнению предложенный менеджером отель. В данном случае менеджер постаралась развеять сомнения клиента, предоставив ей дополнительный бонус — вид на море. Т.е. сделала все, что могла, в этой ситуации.

Прокурор: обвиняется менеджер в том, что она подошла к подбору тура для туриста формально и невнимательно. Туристка, найдя неблагонадежную информацию об отеле, усомнилась в качестве предложенного варианта, менеджер решила данную проблему формально, т.е. запросив у туроператора бонус, выразившийся в предоставлении номера с видом на море.

Резюме: Не секрет, что туристы часто обращаются за отзывами на специализированные сайты. Это дает возможность получить больше информации о предстоящем отдыхе. Конечно, отзывы уже отдохнувших туристов субъективны и могут быть как позитивными, так и негативными. В данном случае информация в отзывах совпала с реальным состоянием. И менеджер это подтверждает комментарием о том, что «Отель —



средней руки «четверка». В таком случае необходимо было отработать возражение клиента таким образом, чтобы максимально реалистично описать картину и сообщить все особенности инфраструктуры и пребывания в отеле такого уровня. Вместо этого менеджер решает запросить для клиентов номер с видом на море, но ведь это никак не повысило уровень самого отеля, не изменило контингент отдыхающих, качество питания и т.п. Как мы видим из претензии туристки, она еще была возмущена стоимостью такси, т.е. менеджер не проинформировал об этом предварительно. Таким образом, предпринятые

менеджером меры не сработали, т.к туристка все равно высказала жалобу. Коэффициент полезности действий менеджера оказался нулевым, т.к. налицо несоответствие предпринятого решения сути реальной проблемы.

О реальной реакции руководства турфирм по этим претензиям умолчим: свои выводы пусть каждый читатель сделает сам. Однако заметим. Что такие ситуации являются типичными для туристической отрасли, и одной из обязанностей хорошо подготовленного сотрудника является даже не правильная реакция на них, а предупреждение, т.е. создание условий, при которых они просто не возникнут.

# Черный рынок виз

Юрий САМОЙЛОВ

Любой ресурс, который распределяется в ограниченном количестве теми или иными чиновниками — будь то колбаса в советские времена, лицензия на право заниматься тем или иным видом деятельности, или же виза иностранного государства, в большинстве случаев является дефицитным. Но даже если это и не так (к примеру, некоторые лицензии в Украине оформляются явочным порядком, без квотирования), для получения частички этого ресурса необходимо приложить определенные усилия (собрать пакет документов, выстоять в очереди и т.п.). Так что желание части наших сограждан избежать этих, зачастую утомительных, процедур и воспользоваться ресурсом «с черного хода» вполне объяснимо. Особенно в отношении иностранных, например, шенгенских, виз — о «прелестях» общения с чиновниками консульских отделов, о необходимости предоставлять для оформления визы пакеты разнообразных документов, наконец, о якобы массовом явлении отказов в визах не слышан разве что тот, кого эта тематика не интересует вообще...

На ловца, как известно, и зверь бежит, поэтому как интернет, так и рекламные печатные издания пестрят объявлениями наподобие: «Виза без проблем. Гарантия 100%». «Шенген. Недорого», «Ваша виза — без проблем!» и т.п. Поскольку одним

из основных видов деятельности отечественных туристических компаний является содействие гражданам Украины в оформлении иностранных виз, то такого рода «визовые маклеры» являются прямыми их конкурентами. К тому же подрывающими доверие к туристической индустрии в целом, создающими негативный информационный фон относительно Украины в мировых СМИ и, в конце концов, негативно влияющие на отношение консульских чиновников к визовым аппlikантам. Поэтому менеджер туристической компании, работающий непосредственно с клиентами, должен владеть информацией о методах работы черных визовых маклеров, и при общении с сомневающимися клиентами не стесняться освещать эти методы, а также опасности, угрожающие туристу, доверившемуся таким посредникам.

Вначале попытаемся классифицировать деятельность черных визовых маклеров по степени обмана и вреда, наносимого их деятельностью как гражданам, обратившимся к ним, так и туристической индустрии в целом.

## 1. «Кидалы»

Этот подвид черных маклеров представляет собой исчезающий вид и сегодня встречается разве что в глухой провинции. Такой



посредник берет с клиента оговоренную сумму — как консульский сбор, так и посредническую таксу, минимальный пакет документов, после чего куда их не подает, а просто держит их у себя. Через какое-то время клиенту сообщают, что в визе ему отказали, консульский сбор, разумеется, не возвращается (об этом сегодня знают даже на самом глухом хуторе), а плата за услуги посредника пошла якобы на то, «чтобы паспорт не испачкали», т.е. не поставили штамп об отказе.

С точки зрения гражданина, хотя бы немного слышанного о том, как работают консульские отделы иностранных посольств, эта схема вызывает справедливое возмущение. Именно поэтому «кидалы» в Украине если и остались, то разве что на уровне райцентров сельскохозяйственных районов.

## 2. «Авось получится»

Эта категория визовых маклеров работает по несколько другой схеме: документы в консульские отделы все-таки подаются, однако по принципу «авось получится». Вероятность отказа в оформлении визы у таких посредников



довольно высока, однако может и «проскочить». Зарабатывают такие посредники на разнице между суммой комплексного сбора для третьих стран (60 евро) и Украины (35 евро). С другой стороны, в случае явного некомплекта документов или несоответствия цели поездки этот маклер может действовать и по схеме «кидал», просто не подавая документы в консульство.

Как правило, деятельность таких маклеров строится на личных связях с руководителями или визовыми менеджерами провинциальных турфирм.

### 3. «Черный туроператор»

Это самая многочисленная и, соответственно, самая изворотливая категория визовых мошенников. Для оформления виз они берутся за составление пакета документов, в том числе справок о зарплате, банковских выписок и т.п., бронируют билеты на транспорт (однако не оплачивают их) и номера в отелях... При этом время от времени случается, что такой маклер утрачивает чувство меры, в результате чего его клиенту отказывают в визе, а то и помещают в шенгенский черный список — со всеми вытекающими отсюда последствиями. Так, в консульстве Греции корреспонденту УТ сообщили, что один из аппликантов принес справку о зарплате в... \$2000! У сотрудников консульства появилось вполне объяснимое желание проверить эту информацию. Разумеется, в той фирме, на бланке которой была выписана справка, такой человек не работал. Более того, такой зарплаты не было даже у ее директора. Финал истории очевиден — фамилия незадачливого аппликанта, доверившегося

черному маклеру, оказалась в черном списке шенгенских стран...

### 4. Миграционные посредники

Строго говоря, деятельность этих компаний не является мошеннической, и не относится к туристической отрасли. Как правило, в роли миграционных посредников выступают серьезные западные юридические компании, которые открывают фирмы на территории стран — членов



Евросоюза, заводят банковские счета, обеспечивают регулярный поток средств через них, содействуют в организации офисов... Иными словами, выполняют все требования миграционного законодательства той или иной европейской страны. Конечная цель всех этих действий — получение инвестором постоянного вида на жительство в Европе.

Однако время от времени с помощью таких посредников происходят попытки оформления многоразовых шенгенских виз. Впрочем, и они не относятся к туристической — виза, целью поездки по которой значителен «туризм», многоразовой не бывает. Однако менеджеру

турагентства необходимо уметь грамотно объяснить клиенту, желающему «часто ездить» и поэтому настроенному оформить мультивизу, все риски, связанные с такими действиями.

### Смертный грех для туристической компании

По отзывам всех без исключения консульских сотрудников, торговля визами является для туристической компании своеобразным смертным грехом, ведущим к немедленному лишению ее аккредитации без возможности ее восстановления. Например, в чешском консульстве подача турфирмой фальшивых документов рассматривается как торговля визами и приводит к мгновенному лишению аккредитации. Хотя за менее тяжелые нарушения аккредитации могут не лишить, а приостановить ее на срок от 1 до 3-х месяцев. Или вообще только вынести предупреждение.

В консульстве Польши корреспонденту УТ привели такой пример: одна из украинских турфирм обратилась к польскому отелю с просьбой присылать в консульство фальшивые подтверждения бронировок. Причем обещала платить по 20 евро за каждую подтвержденную ночь. Несмотря на то, что, по мнению консулов, эта ситуация подведомственна правоохранительным органам, а не дипломатическому представительству, не нужно долго гадать, что произошло с аккредитацией той турфирмы...

### Ножницы по-консульски

С другой стороны, те же самые консулы в частных беседах признаются, что отлавливать такие попытки крайне сложно. Более того, сами дипломатические представительства находятся в ситуации, которая больше всего напоминает →

→ своеобразные ножницы — с одной стороны, от них требуют обеспечивать максимальное количество въезжающих туристов, ввозящих в страну деньги, с другой — максимально противодействовать попыткам нелегальной миграции, нецелевого въезда, распространению организованной преступности и т.д. Поэтому консульские отделы перекалывают часть полномочий по предварительной проверке благонадежности визовых аппликантов на аккредитованные туристические компании. Именно для этого в условия аккредитации входит, например, «обязанность немедленно информировать консульство о случаях незаселения туристов в отель, их отклонения от установленного маршрута» и т.п. А также, разумеется, о невозвращении туриста из поездки. Некоторые консульства идут далее и требуют от аккредитованных турфирм предоставлять доказательства того, что данный турист действительно побывал в конкретной стране и вернулся оттуда. Как правило, в качестве таких доказательств воспринимаются паспорта со штампами пограничных служб, квитанции из отелей, посадочные талоны на рейсы авиалиний и т.п. За несоблюдение этих условий турфирмы жестко наказывают, вплоть до лишения аккредитации.

Сама аккредитация — это сложная, длительная процедура, доступная далеко не каждой турфирме. Следовательно, небольшое агентство или молодой туроператор с гораздо большей вероятностью заключит договор с маститым коллегой на содействие в оформлении виз для своих клиентов, чем инициирует процедуру аккредитации в кон-



сульствах по своим направлениям. Однако руководителям таких компаний необходимо иметь в виду, что при попытке найти «визового» партнера можно легко попасть на крючок черных визовых маклеров. Чтобы этого не произошло, следует руководствоваться несколькими довольно простыми, но, в то же время, эффективными правилами.

1. Помните, что, заключая договор с аккредитованной в консульстве фирмой, вы передаете ей часть ответственности за правильное оформление документов своих туристов. Иными словами, ваш аккредитованный партнер, подавая в консульство документы ваших туристов, рискует своей аккредитацией. Поэтому аккредитованная турфирма, честно работающая на рынке туристических услуг, заключает такие договоры после длительных переговоров, в процессе которых выясняет, в том числе, уровень компетенции ваших менеджеров в процессе

визовых требований. Если вам предлагают подписать такой договор без переговорного процесса — скорее всего, вы имеете дело с черным маклером.

2. Прежде, чем обращаться к фирмам, предоставляющим услуги содействия в оформлении виз, удостоверьтесь, что эта фирма аккредитована в консульстве по вашему направлению. Несмотря на то, что утверждает реклама этой фирмы, несмотря на самые привлекательные условия и сладкие речи ее руководителей, если она не аккредитована в необходимом вам консульстве — вы попадаете в систему черного рынка виз, в которой вас, с большой вероятностью, сделают «крайним». Для того, чтобы помочь нашим читателям избежать таких ситуаций, «Украинский туризм» регулярно публикует списки аккредитованных в тех или иных консульствах туристических компаний.

3. Будьте честными, не пытайтесь схитрить или обмануть консульство, несмотря на самые заманчивые предложения со стороны туристов или ваших партнеров. Сотрудники консульских отделов иностранных посольств проходят специальную подготовку в спецслужбах своей страны и, как правило, владеют методами противодействия мошенничествам. Более того, карают за подобные «делишки» консульские отделы не только непосредственно «попавшихся», но и всех, тем или иным образом связанных с ним. Иными словами, из-за сиюминутной прибыли в \$100 за предоставление в консульский отдел фальшивой справки о доходах надолго, если не навсегда, попасть в шенгенский черный список может не только аппликант, но и весь коллектив турфирмы, которая направила в консульство такого «туриста»... УТ

# 18 Міжнародний турсалон Україна 2011



Туризм. Відпочинок. Готелі. Здоров'я

**Жовтень 2011 р.**  
Україна. Київ. МВЦ  
(Броварський пр-т, 15)

Організатор:  
Українська виставкова  
компанія АВТОЕКСПО

За сприяння:  
Міністерства культури і туризму України  
Державної служби туризму і курортів  
Київської Міської Держадміністрації  
Спілки сприяння розвитку сільського  
зеленого туризму в Україні

За інформацією і заявками  
на участь звертатись у компанію

**АВТОЕКСПО**

Тел.: + 38 044 351-7700, 351-7711  
Факс: + 38 044 351-7715  
tour@autoexpo.ua  
www.ukraine-itm.com.ua





# Рынок созрел для инноваций

ПОСЛЕ ГРОМКИХ БАНКРОТСТВ НЕСКОЛЬКИХ КРУПНЫХ ТУРИСТИЧЕСКИХ КОМПАНИЙ ЛЕТОМ НЫНЕШНЕГО ГОДА ТУРИСТИЧЕСКИЙ РЫНОК ОСТРО ПОЧУВСТВОВАЛ НЕОБХОДИМОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ НОВЫХ ФОРМ ОБЕСПЕЧЕНИЯ СВОЕЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ ПЕРЕД ТУРИСТАМИ. СВОЕ РЕШЕНИЕ ТРАДИЦИОННО ПРЕДЛОЖИЛИ СТРАХОВЩИКИ

*Мирослав БОЙЧИН,  
председатель правления ЗАО  
«Европейское туристическое  
страхование»*



**А**кционеры ЗАО «Европейское туристическое страхование» — крупнейшие европейские страховые общества — имеют более чем десятилетний опыт страхования ответственности туристических компаний, изучив который, мы постарались предложить наиболее оптимальный в условиях нашего рынка и эффективный с точки зрения защиты туристов инструмент.

В рамках договора добровольного страхования ответственности туроператора (ТО) мы предлагаем четкий и понятный механизм возмещения убытков и взаимодействия между всеми сторонами правоотношений — туристами, ТО и страховой

компанией, а также размер страхового покрытия, который соответствует реальным рискам компании, а значит в случае наступления страхового события будет достаточным для покрытия всех убытков.

Страховым случаем, согласно условиям страхования, является факт невыполнения ТО обязательств по возмещению убытков, причиненных туристам по следующим причинам:

- банкротство ТО вследствие возникновения обстоятельств его неплатежеспособности;

- невыполнение или несвоевременное выполнение банками, которые обслуживают ТО, распоряжений по перечислению средств в счет оплаты услуг,

предусмотренных договорами на туристическое обслуживание.

Случай признается страховым, если факт установления обязанности ТО по возмещению реального ущерба туристам подтверждается одним или несколькими документами:

- судебным актом, вступившим в законную силу;

- официальным уведомлением ТО страховщика об обстоятельствах неплатежеспособности.

То, что для признания события страховым, обстоятельства неплатежеспособности (банкротства) могут быть подтверждены не только официальным решением суда, позволит оперативно решать проблемы тех туристов, которые уже успели выехать за рубеж, но



не смогли получить там оплаченные по туристическому договору услуги.

При наступлении страхового случая страховая компания осуществляет следующие целевые выплаты:

- для обеспечения туристам возможности полностью использовать туристический продукт, включая их транспортировку из страны временного пребывания в Украину,

- для возвращения средств туристам за оплаченные по договору на туристическое обслуживание, но не предоставленные услуги,

- для возвращения части средств в случаях, если услуги, предусмотренные договором на туристическое обслуживание, предоставлены частично.

Таким образом, если турист, прибыв на отдых, обнаруживает, что услуги, предусмотренные договором на туристическое обслуживание, не

оплачены вследствие возникновения обстоятельств неплатежеспособности ТОО, и отдых не может быть продолжен, ему необходимо сообщить об этом в страховую компанию, которая обеспечит возвращение туриста на родину в ближайший возможный срок, а также необходимые на это время проживание

и питание. Либо же возместит ему сумму расходов на досрочное возвращение — в том случае, если турист осуществил их самостоятельно. Также страховая компания компенсирует туристам стоимость оплаченных, но не использованных за границей услуг, предусмотренных в их договоре с турфирмой. Те туристы, которые оплатили путевку, но не смогли осуществить поездку вследствие возникновения обстоятельств неплатежеспособности ТОО, смогут получить возмещение стоимости тура, предоставив страховой компании договор на туристическое обслуживание и документы, подтверждающие оплату тура.

Подобный договор добровольного страхования ответственности уже заключил с нами

один из крупных туристических операторов, интересуются его условиями и другие туристические компании. К сожалению, на данном этапе мы можем предложить этот вид страхования только нашим партнерам, т.к. для правильной оценки риска нам необходима возможность постоянного мониторинга деятельности туркомпаний. ■



**ЄВРОПЕЙСКЕ**  
**ТУРИСТИЧНЕ СТРАХУВАННЯ**



**ЗАТ «Європейське туристичне страхування»**  
04071, м. Київ, вул. Спаська, 5  
Тел.: +38-044-220 00 07  
Факс: +38-044-569 84 11  
info@erv.kiev.ua  
www.europaeische.ua

Лицензія АБ №1508182, АБ №1500193, АБ №1500194, АБ №1501195, АБ №1500196, АБ №1500197, АБ №1500198, АБ №1500199 видані Державним комітетом з регулювання ринків фінансових послуг України 23 грудня 2009 року

# Страховщики и туроператоры — присматриваемся друг к другу

## Нужно ли турстрахование страховщикам?

Хотя большинство страховщиков и уверяет, что в условиях кризиса их сфера (по сравнению с туристической) пострадала намного меньше, аналитики отмечают ощутимый спад валового объема этого вида бизнеса.

Недавно рейтинговое агентство «Эксперт-Рейтинг» представило ежегодный (шестой по счету) (pi)-рейтинг устойчивости страховых компаний. В рейтинг вошло более 47 организаций, которые ведут достаточно открытую информационную политику, предоставив рейтинговую анкету для исследования. Агентство отмечает, что в список не вошло много компаний, которые отказались сотрудничать с ними.

Выводы, которые делают эксперты агентства, позволяют надеяться на лучшее — большинство компаний-лидеров потихоньку выходят из кризиса. Однако, как отмечают в агентстве, в период февраль-март 2011 года в страховом секторе намечается более 50 отложенных дефолтов. Без поддержки акционеров многие компании будут вынуждены уйти с рынка.

Большая диверсифицированность страхового бизнеса в сравнении с туристическим позволила большинству страховых компаний остаться на плаву. Денежные потоки в этой сфере более стабильны, благодаря законодательной поддержке (многие страховые взносы

обязательны и закреплены в законодательстве нашей страны, что делает невозможной их невыплату). Это стимулирует страховые компании уделять нетуристическому сегменту рынка большее внимание. «У нас есть масса предложений, касающихся нетуристической деятельности, за счет которых в нашем портфеле наблюдается значительный рост, - говорит эксперт Крымского филиала страховой компании «Оранта» Максим Коржов. — А вот в сфере туризма, к сожалению, наши инициативы принимаются достаточно прохладно».

## Спрос на продукт еще впереди

Хотя развитие рынка наличием, стоит отметить, что в нашей стране он все еще на стадии становления. В частности, страховые компании в большинстве своем все еще не могут предложить доступные программы защиты от банкротства или недобросовестности туроператора и пока единственным способом защиты от таких рисков является страхование ответственности туроператоров в виде банковских гарантий (пролонгированность таких выплат делает их недостаточно эффективными). Из последних громких договоров выделяется только договор между туроператором «Tez Tour» и компанией «Европейское Туристическое Страхование» («ЕТС») — единственной в Украине компанией, которая

Таисия УСЕНКО

специализируется исключительно на страховании в сфере туризма и путешествий. По условиям этого договора клиентам «Tez Tour» предоставляется полная гарантия безопасности в случае банкротства или невыполнения обязательств на сумму более 50 млн. грн.

Конечно, в некоторых страховых компаниях существуют программы страхования, защищающие клиентов от недобросовестности оператора, но массово такой вид страхования может быть востребован только в случае возникновения спроса со стороны самих туроператоров.

В любом случае, сфера туристического страхования остается одной из наиболее убыточных для страховых компаний. В летний период, в разгар туристического сезона 2010, уровень убыточности договоров по страховым выплатам достигал 200%! Это заставляет страховые компании с большой осмотрительностью относиться к договорам страхования туристов, и перестраховывать свои риски, что, в конечном итоге, ведет к применению повышающего коэффициента к тарифу. А это существенно увеличивает стоимость страховки.

## Полис для туриста или туроператора?

В соответствии со статьей 17 закона «О туризме», туроператор вовсе не обязан включать в свое предложение обязательную страховку клиента. Турист, являясь



субъектом туристической деятельности, это может сделать и сам. А поскольку включение страховки значительно увеличивает общую стоимость тура, в нашей стране стало обычной практикой направлять клиентов к партнерам-страховщикам, вместо того, чтоб заключать страховой договор при оформлении тура. Туристические компании объясняют это заботой о своих клиентах и желанием предоставить туристу возможность выбрать ту страховую программу, которая подойдет именно ему. Но рынок страхования в Украине все еще на стадии становления и культуры страхования у населения нет. Многие страхуются только потому, что страховка обязательна и является одним из условий для получения визы. А если турист едет в страны, где такого условия нет (например — в Индию), то он выбирает самый дешевый полис, а значит, и минимальное покрытие, хотя риски при поездке в экзотическую страну намного выше, чем при поездке в Европу.

«Мы разрабатываем новые системы лояльности, выводим новые продукты, но большинство из них оказываются попросту невостребованными, — говорит директор регионального филиала «Просто-страхование» в АР Крым Марина Балашова. — Тем не менее, конкуренция на рынке столь велика, что мы не можем позволить себе терять клиентов. Мы находимся в постоянном поиске новых туроператоров, стараясь не терять связей с фирмами, которые уже давно с нами сотрудничают».

Учитывая, что каждая турфирма получает предложения от нескольких страховых



компаний (несмотря на частичную или полную убыточность туристического страхования), последние оказываются в довольно невыгодном и сложном положении. Туристические компании же зачастую даже зарабатывают от страховщиков комиссионные за то, что «рекомендуют» своим клиентам ту или иную страховую компанию. Размер данных комиссионных может колебаться в пределах 10-30% от стоимости страховки. Помимо комиссионных, в требования туристической компании могут входить дополнительные пункты, например, финансирование рекламных акций туроператора. «К сожалению, нам приходится идти на поводу у туристических компаний, чтоб не потерять клиентов, — говорит эксперт компании «Оранта» Максим Коржов. — Слишком

велика конкуренция. И все же, на данный момент, туристическое страхование не является для нас приоритетом».

### Перспективы рынка турстрахования

Рынок страхования в Украине находится сегодня на стадии первоначальнообщинного строя. Однако в ответ на вопрос страховым компаниям, останутся ли они на этом рынке, несмотря на чудовищные убытки, мы получили единодушное «да». «Многие проблемы, которые остро стояли еще год назад, — выразил всеобщую точку зрения представитель компании, пожелавший остаться неизвестным, — сегодня уже решаются. Конечно, есть много препятствий, главное из которых далеко не недостаточность страховых продуктов, а архаичность цепочки продажи этих продуктов конечному потребителю — туристу. Системы бронирования туроператоров в условиях массовых продаж способны работать с одним, в лучшем случае с двумя страховыми рисками, что явно недостаточно для достойной защиты туристов. На мой взгляд, для развития рынка сейчас требуется не вывод на рынок новых продуктов, а серьезная просветительская работа!».

Однако туристические компании пока не проявляют заинтересованности в более тесном сотрудничестве со страховщиками. Их можно понять, турфирмы устраивает ситуация, когда большая часть ответственности, при наступлении страхового случая, ложится на плечи страховых компаний. Но все же, для повышения имиджа отрасли, хотелось бы, чтобы туроператоры делили риски со страховщиками, и не оставляли своих клиентов в беде, а при наступлении чрезвычайной ситуации служили еще одним гарантом их защиты. УТ

# Amadeus: Железнодорожный прорыв

Юрий САМОЙЛОВ

## Укрзалізниця открывает каналы

Во всем мире сегодня наблюдается тенденция к унификации сервиса. Проще говоря, клиенты, ценящие свое время, заинтересованы в приобретении полного пакета тревел-услуг у одного продавца-агента: от бронирования и оплаты билетов на транспорт, отелей, до экскурсий, мест в ресторанах и, к примеру, ложи в театре. Если в Европе такой комплексный подход к продаже услуг тревел-индустрии практикуется уже не один десяток лет, то в Украине одно из звеньев достаточно долго «пробуксовывало». А именно, продажа железнодорожных билетов до недавнего времени была возможна лишь в кассах «Укрзалізниці»..

Такая ситуация сложилась не в последнюю очередь из-за того, что, в отличие от авиационных и автотранспортных компаний, железная дорога является государственной компанией. Являясь монополистом в отношении пассажирских перевозок, процесс внедрения инноваций на железной дороге сопряжен с рядом разрешительных процедур и модернизации активов, что требует значительных временных и денежных ресурсов.

Впрочем, ситуация выглядела печально лишь до недавнего времени. Несмотря на положение монополиста и определенную закостенелость, УЗ в последние



ТУРИСТИЧЕСКИЙ И ТРАНСПОРТНЫЙ БИЗНЕС НАКРЕПКО ПОВЯЗАНЫ НЕРАЗРЫВНЫМИ УЗАМИ – ЧТОБЫ ОТДЫХАТЬ, НЕОБХОДИМО ДОБРАТЬСЯ К МЕСТУ ОТДЫХА. НУ А ПУТЕШЕСТВИЯ В ПОДАВЛЯЮЩЕМ БОЛЬШИНСТВЕ СЛУЧАЕВ ОСУЩЕСТВЛЯЮТСЯ ОПЯТЬ-ТАКИ С ПОМОЩЬЮ ТОГО ИЛИ ИНОГО ВИДА ТРАНСПОРТА. ТАКИМ ОБРАЗОМ, В СООТВЕТСТВИИ С ПРЕДПОЧТЕНИЯМИ ТУРИСТОВ, ТУРИНДУСТРИЯ СФОРМИРОВАЛА ДЛЯ СЕБЯ «БОЛЬШУЮ ТРОЙКУ» ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ: АВИАЦИОННЫЕ, АВТОМОБИЛЬНЫЕ И ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫЕ ПЕРЕВОЗКИ.

годы делает определенные шаги навстречу современности: так, с начала прошлого года запущен второй этап продажи билетов через Интернет (через сайт e-kvytok.com.ua), а в конце сезона один из поездов (№80 Киев – Днепропетровск) оборудовали устройствами считывания ин-

формации с бланков заказа билетов, оформленных через e-Квиток. В преддверии футбольного чемпионата Евро-2010, Укрзалізниця вводит ряд новшеств, которые повышают качество обслуживания пассажиров

Хотя до европейской практики, когда пассажир, заходя на сайт

железнодорожной компании или туристического агентства, резервирует нужное количество мест, оплачивает их удобным для себя способом, тут же распечатывает на принтере билет и отправляется в путешествие. еще далеко, но ощутимые шаги в этом направлении уже делаются.



### Amadeus + Укрзалізниця = шаг к Европе

23 сентября компания Amadeus презентовала еще один, с нашей точки зрения, достаточно серьезный шаг в европейском направлении. Директор Amadeus Україна Алексей Муровцев на пресс-конференции рассказал представителям отечественных СМИ о запуске Amadeus Rail Ukraine — инновационного решения для бронирования билетов Укрзалізниця в офисах туристических агентств.

По словам г-на Муровцева, это приложение устраняет до сих пор существовавший пробел в возможностях предоставления тревел-услуг отечественными туристическими компаниями: с помощью Amadeus Railway Ukraine любое агентство сможет осуществлять бронировку и оплату железнодорожных билетов таким же образом, что и, например, авиационного контента, да и всех других тревел-услуг.

То есть, без ограничения количества бронируемых мест, возможностью оперативного возврата их в систему при отказе клиента от поездки, отложенной оплатой, выдачей необходимой отчетной документации и т.д. Если учесть, что до сих пор максимум, что могли себе позволить туристические компании — это оборудовать в своих офисах кассу УЗ (или заказывать билеты для своих клиентов через систему е-Квиток со всеми присущими ей ограничениями), то запуск Amadeus Rail Ukraine — даже не шаг, а рывок вперед. Ведь с ее массовым внедрением в практику работы агентств, которое, кстати, г-н Муровцев обещает уже с 1 октября 2010 г., у турфирм открывается больше возможностей для расширения портфолио своих услуг. Впрочем, еще до начала массового внедрения системы в практику Amadeus RailUkraine уже опробовали несколько крупных ➔

### СРАВНЕНИЕ ПРЕИМУЩЕСТВ И НЕДОСТАТКОВ КАНАЛОВ ПРОДАЖИ Ж/Д БИЛЕТОВ В УКРАИНЕ:

Канал продажи	Преимущества	Недостатки
Кассы УЗ, в т.ч. в офисах партнеров	Минимальная цена	Очереди, «советский сервис», сложная и запутанная система оформления коллективных заявок (>9 билетов)
е-Квиток	Возможность бронирования в реальном времени и оплаты билетов через Интернет	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ограничения по количеству мест, которые возможно забронировать за одну процедуру (до 9)</li> <li>2. Оплата только банковскими картами</li> <li>3. Территориальные ограничения (невозможность бронирования международных билетов в Западную и Южную Европу)</li> <li>4. Дополнительный сбор за использование банковских карт (порядка 20% от полной стоимости билета)</li> <li>5. Жесткие сроки выкупа забронированных, но не оплаченных полностью билетов (48 часов)</li> </ol>
Amadeus Rail Ukraine	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Возможность установки системы в турагентствах</li> <li>2. Возможность продажи билетов на сайтах турагентств (в ближайшей перспективе)</li> <li>3. Оперативный возврат мест в систему без оплаты штрафов и сборов, возможность отложенной оплаты, отсутствие ограничений на количество мест, предоставление отчетности</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Территориальные ограничения (устраняется при установке в офисе платформы Amadeus Rail Europe)</li> <li>2. Дополнительные сборы (аналогично системе е-Квиток)</li> </ol>



→ туристических компаний — таких, как «КийАвиа», «Кий-АвиаКрым», «Алвона», «Агромат тур», «Телехаус» и некоторые другие. По словам Алексея Муровцева, испытания в офисах этих агентств показали прекрасные результаты — особенно в Крыму, туристические компании которого отчаянно нуждались в удобном и надежном канале оформления ж/д билетов для массовых турпотоков.



### Никто не идеален

Впрочем, до полного «благолепия» еще далеко. Полноценный электронный билет Укрзалізниця все еще не ввела — его прототип действует, как мы отмечали, лишь в одном-единственном поезде. А значит, пассажир, который купит билет в офисе турагентства (а оно, в свою очередь, оформит его через Amadeus Rail Ukraine), все равно на руки получит не полноценный билет, а всего лишь бланк его заказа. То есть будет, вынужден обращаться в кассу УЗ для оформления полноценного билета. А кассам, как известно, присущи очереди, особенно в пик сезона...

Кроме того, Amadeus Rail Ukraine работает на той же самой платформе, что и e-Квиток, поэтому ей присущи те же самые ограничения: например, невозможность бронирования и оплаты мест в поездах, следующих через западную границу Украины (например, в Польшу, Германию, Румынию или Болгарию). Откуда взялись эти ограничения — непонятно, т.к. система позволяет бронировать билеты на поезд №311 Харьков — Калининград, например, до Вильнюса. Литва же, как и Польша, является членом Евросоюза и Шенгенского соглашения.

Второе существенное ограничение нынешней платформы Укрзалізниця — это невозможность бронирования и продажи билетов на поезда в Европе. К примеру, на фирменный поезд «Штефан Баторий», курсирующий по маршруту Варшава — Будапешт. Впрочем, такие препятствия не являются непреодолимыми — компания Amadeus разработала платформу для бронирования и продажи железнодорожного контента Amadeus Rail Europe, которая способна решать такие задачи.

Как сообщил гендиректор Amadeus Украина Алексей Муровцев, на следующем этапе внедрения системы туристические компании смогут предоставлять услуги бронирования и продажи ж/д контента не только в офисах, но и на своих сайтах. Что же касается стоимости билетов, оформленных через Amadeus Rail Ukraine, то она не будет отличаться от стоимости, которую необходимо заплатить при оформлении билета с полной оплатой через систему e-Квиток (дополнительный сбор составляет порядка 20% от полной стоимости билета при оплате банковской картой международных платежных систем).

Такой сбор может показаться достаточно большим, однако заметим, что комфорт тоже стоит определенных денег, а те, кто пожелают сэкономить, всегда смогут «насладиться» сервисом по-советски в очередях перед кассами.

### В игру вступает «Приватбанк»?

Впрочем, не исключено, что в скором времени и этот фактор отойдет в прошлое. Сегодня один из крупнейших банков Украины — «Приватбанк» — ведет переговоры с Укрзалізницею об организации нового канала продажи железнодорожных билетов — через отделения банка. В случае организации такого канала «Приватбанк» обещает продавать билеты без дополнительных накруток (в качестве вознаграждения, очевидно, «Приватбанк» планирует получать то, что в предпоследней строке билета фигурирует как «кассовый сбор»). Продукты компании Amadeus отличаются высокой гибкостью и встраиваемостью в различные системы и базы данных. Поэтому не вызывает сомнений, что в случае появления четвертого, «приватовского», канала продажи ж/д билетов в Украине, платформа Amadeus Rail Ukraine может быть легко в него интегрирована. **УТ**

№4 2010

®

# БОЛЬШАЯ ПРОГУЛКА



**Подпишитесь на журнал «Большая прогулка»!**

**Подписной индекс: 01791**

**Размещение рекламы**

**тел.: 044 494-12-97/98**







# ВСТРЕЧИ ДРУЗЕЙ АМАДЕУС В СТИЛЕ «АФРО»



*Встреча друзей Amadeus в конце лета стала доброй традицией и финальным аккордом Большого туристического сезона.*

В этом году она прошла под знаком очаровательной и экзотической Африки. Почему? Сборная Испании стала чемпионом мира по футболу, а Amadeus – это испанская компания. Поэтому в этом году гости Amadeus погрузились в зажигательные ритмы Африки.

Такое массовое мероприятие, как Чемпионат мира по футболу, в котором приняли участие тысячи туристов и болельщиков со всех стран мира, не могло обойтись без слаженной работы туристической компании по привлечению агентств, авиакомпании, компании по предоставлению неавиационных услуг и ваш покорный слуга Amadeus – все мы сделали возможным это путешествие на Чемпионат для тысяч людей. Наша кропотливая и слаженная работа стала той основой, которая сделала этот Праздник футбола в Южно-Африканской Республике состоявшимся.

Мы уверены, что совместными усилиями индустрия туризма и путешествий преодолеет любые трудности. Впереди новый летовой сезон и мы желаем вам успеха и динамичного роста.

*Стремиться к лидерству, будите мечты!*



Алгоритм сотрудничества с нами весьма прост. Он состоит из 5 простых и - и хочу это подчеркнуть - общедоступных шагов. Началом сотрудничества является подключение к нашей системе. Амадеус предлагает Вам три варианта подключения, наиболее полно отражающих специфику деятельности

## ШАГ 1. Подключение.

Базис Рак — Базовый пакет, который позволяет подключить терминал Амадеус и использовать полные функции во всем функциональным возможностям Центральной системы, включая выпуск билетов. Решение подразумевает

Центральную билетопечать и локальный комтекс PRINT, печать маршрута, бронирование гостиниц и автомобилей, создание профайлов для Ваших клиентов и многое другое.

**Basic Rack Plus** — включает в себя базовую функциональность, а также предлагает интуитивные интерфейсы, чрезвычайно простой и удобный в использовании, дополнительные возможности которого позволяют еще больше упростить процесс бронирования. Агенты могут использовать программную Smart Keys, исключая необходимость частого повторения команд и

выполнять команды мышью благодаря маям Speedmode, просматривать ранее выполненные команды при помощи Scrollable History. Базовый пакет плюс — это три

и более терминала системы Амадеус в Вашем офисе. **Амадеус Selling Platform** — это дружественный графический интерфейс с встроенной функцией Quick PNR, позволяющий агентам осуществлять бронирование за несколько секунд. На сегодняшний день это лучший в индустрии путешественников бронирования, который гарантирует максимальную производительность и обеспечивает Вашим агентам полную уверенность в процессе бронирования услуг.

Заявку на подключение к одному из трех вариантов Вы можете найти по ссылке <http://www.amadeus.com.ua/rus/applications.htm>

## ШАГ 2. Обучение.

Уникальные учебный центр «Амадеус Украина» проводят подготовку агентов к работе в системе бронирования на 5-дневном базовом курсе Амадеус и 2-дневном курсе Центральной билетопечати. Курсы позволяют подготовить специалиста, который осуществляет бронирование и выпуск электронного билета любой сложности. Дополнительно доступны: углубленные курсы Амадеус, углубленные курсы Центральной билетопечати, курс по бронированию гостиниц и автомобилей, курс по искусству общения с клиентом и др. Также мы предоставляем нашим партнерам специальные условия: 20% скидки на каждое следующее сотрудничество агентства, обучающегося на любом курсе Амадеус. Заявку на обучение Вы можете найти по ссылке <http://www.amadeus.com.ua/rus/applications.htm>

## ШАГ 3. Билетопечать.

Подключение билетопечати Амадеус Print Это решение обязательно для работы

с планками авиабилетов ручьяного заполнения и другими печатными формами индивидуального характера. На подключение программного обеспечения мы также предоставляем скидку в размере 50% от базовой стоимости.

## ШАГ 4. Оформление электронных билетов.

Не секрет, что для работы с электронным билетом необходимо взаимодействие с аккредитованным агентством-консолидатором. Данная возможность реализуется посредством решения по удаленному оформлению авиабилетов **RTS (Remote Ticketing Solution)**, что позволяет достичь функциональной завершенности процесса авиапродажи.

## ШАГ 5. Бронирование в on-line на Вашем сайте.

Амадеус предлагает уникальные возможности размещения на Вашем сайте решения для on-line коммерции. Такие продукты, как **Амадеус Agent Engine** и **Амадеус Synphony**, позволяют Вашим клиентам самостоятельно подготовить и забронировать авиабилет, гостиницу, автомобиль, оформить страховку полис на сайте Вашего агентства.

## Взаимодействие с Амадеус? - Что же получает агентство при таком

Ставаясь партнером Амадеус, Вы получаете самые передовые технологии и нашу поддержку, позволяющие Вам всегда быть на высоте - удовлетворить любой запрос Вашего клиента в режиме реального времени, постоянно пополняя свой портфель продуктов за счет регулярного пополнения системы Амадеус новыми продуктами, минимизировать собственные затраты и тем самым привлечь своим клиентам больше клиентов и тем самым привлечь к себе больше клиентов. Ваш путь к успеху и развитию. Много пока не придумано.



С более подробной информацией по условиям работы и ценам обращайтесь на сайт <http://www.amadeus.com.ua> дополнив заявку на подключение к системе Амадеус, можно ознакомиться с условиями сотрудничества. Также можно обратиться к менеджерам проекта по телефону (+38 044) 490 22 35 ext. 123, факс: (+38 044) 494 04 93, e-mail: [uvelgeniy.trolytsnik@amadeus.com](mailto:uvelgeniy.trolytsnik@amadeus.com)

# К ЛОУЛЫНОСТИ И ДОВЕРИЮ КЛИЕНТОВ ЧЕРЕЗ ПЕРЕДОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ АМАДЕУС

любого путешествия, что точно не вызывает лояльности клиентов. Зарядку от того закономерно – не так давно открылась туристическое агентство закрывается.

Важно понимать, что пытаясь избежать каких-либо

возможностей самостоятельного on-line бронирования.

В данном случае агентству крайне необходимо доказать

важность своих хитростей и конкурентоспособность через

Интернет. Кроме того, доверие клиента растёт и благодаря

бюджету и гибкому решению вопросов, что подталкивает

агентство к внедрению современных технологий.

работаемыми в режиме реального времени.

Индустрию туризма и путешествий, пожалуй, можно смело назвать самой романтичной отраслью мировой экономики. Не найдётся человека, который бы отказался посмотреть мир, увидеть чудеса природы и восхитительные

руководные памятники, познать красоту и колоссальное

удовольствие от незабываемых путешествий.

Немало и тех, кто решил посвятить себя туризму и

организовать собственный бизнес, связанный с путешествиями.

Однако в этом случае романтика сталкивается с реальностью.

Как организовать работу? Чем привлечь клиентов?

Каким образом стать успешным в развитии бизнеса?

Нередко новопришедшие предприниматели, открыв

туристическое агентство, идут по старой проверенной

схеме. А именно – арендовать офис и нанять менеджеров,

предлагают клиентам прокрутку, которые перекрутаются у

крепких стоящих на ногах агентств. Безусловно, помимо

рутинных, связанных с заказами, проверками актуальности

и подтверждений, затрачиваемыми в другом агентстве,

такой принцип работы не гарантирует на сто процентов

успешности и получения желаемых результатов.

Это ведёт к удорожанию

новообразованным агентством.



**- Евгений, расскажите, почему именно технологи AMADEUS являются логичным выбором при организации туристического бизнеса?**

Амадеус – лидирующая глобальная Система бронирования (GDS) и ведущий провайдер решений для мировой индустрии туризма и путешествий, использующих богатый набор туристических агентств для бронирования авиаперевозок, отелей, услуг по прокату автомобилей, ресурсов ведущих операторов, систем, круизных компаний, туристических операторов, паромных и сраховых компаний. Это надёжная и современная платформа, которая обеспечивает оптимальный набор инструментов для ведения успешного развития бизнеса в области туризма и путешествий.

Если Вы – молодая или уже успешная и динамично развивающаяся туристическая компания, целью которой является предоставление клиентам эффективного и корпоративного обслуживания, то это возможно лишь при условии использования самых современных технологических решений, предлагаемых

**- Каким же образом AMADEUS способен помочь молодому или активному развивающемуся туристическому агентству? Каков механизм взаимодействия?**

20-летний опыт взаимодействия с ведущими мировыми туристическими компаниями, подготовка и предоставление в разработку и усовершенствование технологий для туристических агентств, эффективная система поддержки и обслуживания клиентов, так и в Украине – делают AMADEUS незаменимым партнёром в развитии Вашего бизнеса.

сегодня индустрии туризма и путешествий. Если рост бизнеса, повышение лояльности существующих и приобретение новых клиентов, увеличение прибыльности и привлечение новых клиентов, увеличение лояльности, то мы предлагаем Вам объединить усилия.

*О том, как переоборудовать технологи AMADEUS, мы попросили  
рассказать Евгения Трофимчука, менеджера Проекта новых подклоченных  
Отедла продаж и маркетинга компании «Амадеус Украина».*



# В ТАНДЕМЕ С ПУТЕШЕСТВЕННИКОМ

Амадеус представил портал **AVIABILET INFO** ([www.aviabiletinfo.com](http://www.aviabiletinfo.com)) – революционный инструмент электронной коммерции, расширяющий горизонты туристического бизнеса.

Закономерно, что все большее количество компаний обращают свой взор на возможности on-line. Вследствие понимания того, какой отромной аудиторией пользуется Интернет, отношения между компаниями и Индустрия туризма и путешествий не исключение.

## ТЕНДЕНЦИЯ РОСТА ПОПУЛЯРНОСТИ ON-LINE БРОНИРОВАНИЯ ЗАСТАВЛЯЕТ ИСКАТЬ НОВЫЕ, УСОВЕРШЕНСТВОВАННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ПРОДАЖ, СПОСОБНЫЕ УДОВЛЕТВОРИТЬ ПУТЕШЕСТВЕННИКОВ.

и т.д.) и получить исчерпывающую информацию о всех возможностях для своей поездки. И что особенно важно – система автоматически подберет наиболее дешёвый тариф из всех возможных, а также учтёт при поиске такие факторы, как наличие бонусной карты выбранной авиакомпании, возможность выбора места в самолёте и т.д. Кроме того, у путешественника есть возможность выбрать наиболее удобную форму оплаты за приобретённые билеты и их доставки.

Таким образом, путешественник получает возможность самостоятельно осуществлять анализ всех имеющихся возможностей, бронировать свое путешествие и совершить покупку билетов на выбранный маршрут, не выходя из дома.

### AVIABILET INFO

Преимущества портала [www.aviabiletinfo.com](http://www.aviabiletinfo.com) очевидны и для туристических агентств. Во-первых, это абсолютно качественный трафик клиентов, имеющих твердое намерение совершить покупку услуги. Во-вторых, это дополнительная возможность продвижения собственного сайта в различных поисковых системах и более быстрый доступ к своей целевой аудитории. В-третьих, это экономия трудозатрат и сокращение временных издержек.

Развивать on-line технологии – это приобретение новых клиентов и повышение лояльности существующих. Инвестируя в технологии и избавляясь от ручной работы, туристическая компания выигрывает свою долю в будущем. А будущее – это соответствовать рыночным трендам, обладать передовыми технологиями и быть как можно ближе к современному путешественнику, качественно удовлетворяя его стремительно меняющиеся потребности.



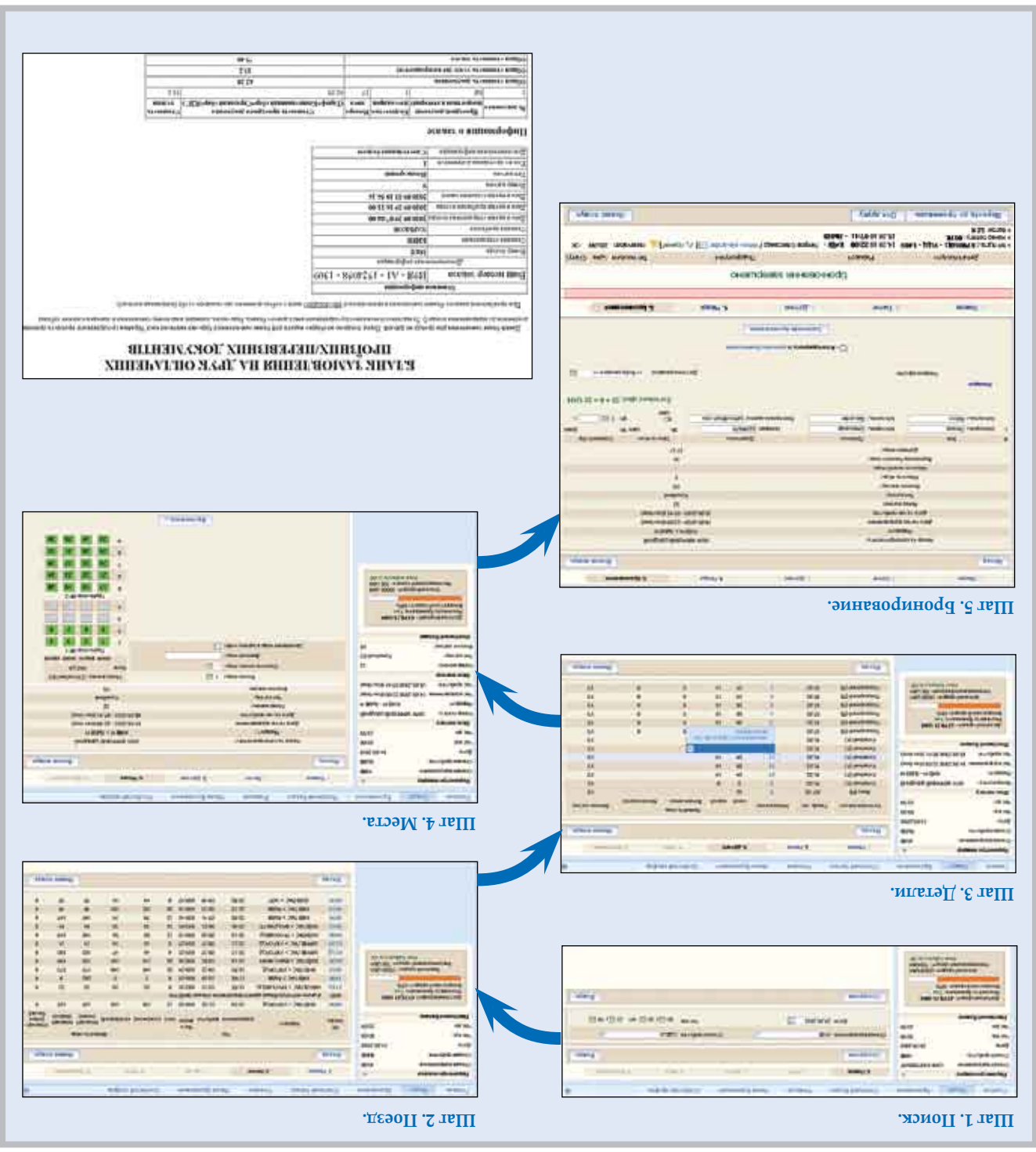
Однако столь ли предпринят закат туристических компаний? Эксперты полагают, что нет.

Уже сейчас агентства, благодаря предложежниям Амадеус IT-решениям, стремятся быть гибкими, использовать новейшие технологии, и предлагать клиентам свои услуги, доказывая на деле их конкурентоспособность по стоимости и качеству.

Такая «Амадеус Украина» разработал портал, на котором собраны предложения агентств – пользователей решения Амадеус для электронной коммерции. Портал **AVIABILET INFO** ([www.aviabiletinfo.com](http://www.aviabiletinfo.com)) позволяет путешественнику с помощью компьютера и любого Интернет-браузера самостоятельно бронировать свое путешествие. Заявка на портал, путешественник может выбрать туристическое агентство из представленных.

агентства с решением электронной коммерции. Таким образом, на сайт агентства приходят путешественники, на 100% готовые бронировать и оплатить авиабилет.

Переход на сайт любой из представленных компаний преусматривает автоматическое попадание на страницу с **Амадеус Synphony** или **Амадеус Internet Engine** (AIE). Здесь путешественник может зайти непосредственно по параметрам своего путешествия (маршрут, даты, аэропорт).



# 5 ШАГОВ ПО БРОНИРОВАНИЮ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОГО БИЛЕТА В AMADEUS RAIL UKRAINE

**Марина Панченко**  
Начальник отдела внедрения технологий ЗАО "Кит Алба Крым"



С решением **Amadeus Rail Ukraine** мы решаем такие задачи, как получение дополнительных источников доходов за счет привлечения индивидуальных клиентов и корпоративных клиентов, повышение их лояльности, укрепление имиджа компании.

Данное решение позволяет расширить спектр предоставляемых услуг. Бронирование железнодорожных билетов производится как в виде отдельного сервиса, так и для комплексного обслуживания клиентов в области аэропорта Симферополя отранжирена, многие пассажиры, приобретаемая билета на воздушный транспорт из других городов Украины и СНГ, сразу же оформляют заказ на железнодорожную перевозку из Симферополя для планирования маршрута вылета. Таким образом, решается вопрос оформления «смешанной» перевозки в одном месте и по всему маршруту следования. Также, в случае отмены, задержки авиарейсов или при отсутствии мест в поездах есть возможность приобрести билет альтернативный вариант перевозки железнодорожным транспортом в любую точку Украины и СНГ.

Вопрос возможности оформления железнодорожных перевозок всегда был актуальным для нашего агентства в силу вышеуказанных причин, поэтому мы с удовольствием приняли предложение принять участие в проекте **Amadeus Rail Ukraine**.

Уверены, что новый сервис позволит улучшить качество обслуживания пассажиров и повысить эффективность обслуживания. Клиенты были приятно удивлены, что могут получить сразу, не выходя из агентства, полную информацию по наличию мест, расписанию, тарифам и оформить заказ, как на авиа-, так и на железнодорожную перевозку.

**Наталья Мазур**  
Директор авиатдела Компании «Албона»



С решением **Amadeus Rail Ukraine** мы в полной мере можем реализовать понятие «универсального агента» в глазах наших клиентов: авиабилет, железнодорожный билет и т.д. – все из рук одного агента. Такой статус позволяет культивировать лояльность клиентов, а также привлекать новых.

Поэтому новое предложение по бронированию железнодорожных билетов было приятно дополнением к основным туристическим услугам, которые предлагаются нашим клиентам. Благодаря **Amadeus Rail Ukraine**

Хочу обратить внимание, что комбинация наземного железнодорожного транспорта и авиарейсов обеспечивает высокий уровень сервиса, а также сводит к минимуму затраты на организацию поездки. Для Одессы это особо важно, что многие авиакомпании вылетают из столицы. Теперь, благодаря обширному спектру предоставляемых услуг в каждом офисе нашей компании, у клиентов появилась возможность продумывать и осуществлять свое путешествие без ограничений, которые часто могут быть обусловлены транспортным сообщением по Украине. Железнодорожный транспорт – это основной сегмент рынка перевозок в Украине, поэтому с внедрением **Amadeus Rail Ukraine** для нас открылись новые возможности формирования комплексного продукта. Кроме того, наша компания идет «в ногу» с развитием технологий и заинтересована в расширении спектра предоставляемых услуг. Планируя **Amadeus Rail Ukraine**, АЛБОНА выдвинула отпираться от конкурентов.

**Елена Лысенко**  
Коммерческий директор Компании «Агротам-Тур»



Решение **Amadeus Rail Ukraine** настолько инновационно, что способствовало сразу нескольким бизнес-задачам: оптимизации и автоматизации продаж и сопутствующих услуг, расширению клиентской базы, повышению конкурентоспособности.

С момента использования **Amadeus Rail Ukraine** мы в значительной мере расширили спектр услуг для корпоративных и частных клиентов, а также повысили уровень обслуживания существующих клиентов.

Немаловажную роль в решении стать пионером продукта **Amadeus Rail Ukraine** сыграло отсутствие в наших локациях кассы Украины и наличие спроса на железнодорожные билеты со стороны иностранных

корпоративных клиентов. Кроме того, **Amadeus Rail Ukraine** представляет собой комплексное решение, что избавляет нас от ряда сопутствующих проблем, связанных с бухгалтерскими, коммерческими и договорными вопросами. Нельзя не отметить и то, что качество обслуживания клиентов повысилось, в значительной мере, в связи с представлением оперативной информации относительно расширения и наличия мест всех категорий, стоимости проезда в режиме 24/7, предоставляемого бронирования и выкупа с возможностью получения оптающего проездного документа перед выездом в любой кассе Украины и всей Украине. А для самых взыскательных клиентов – наличие уникальной функции бронирования с выбором вагона и места.







## СОДЕРЖАНИЕ

### ИННОВАЦИИ 2-5

**АМАДЕУС РАЙЛ УКРАЇНЕ - ПУТЬ  
К КОНТЕНТУ УКРАЇНСЬКИХ  
БРОНИРОВАНИЙ ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫХ  
БИЛЕТОВ**

**В ТАНДЕМЕ С ПУТШЕСТВЕННИКОМ  
АМАДЕУС ПРЕДСТАВИЛ ПОРТАЛ AVIALET.  
INFO**

### ТЕХНОЛОГИИ 6-7

**К ЛОЯЛЬНОСТИ И ДОВЕРИЮ  
КЛИЕНТОВ ЧЕРЕЗ ПЕРВЫЕ  
ТЕХНОЛОГИИ АМАДЕУС**

### СОБИТИЕ 8-9

**ВСТРЕЧИ ДРУЗЕЙ АМАДЕУС В СТИЛЕ  
«АФРО»  
ФОТОРЕПОРТАЖ**

## Друзья!

Заключился большой туристический сезон, который очевидно показал, что времена рецессии в экономике отступили. Рост авиационных бронирований за первые 8 месяцев 2010 года составил 12%. Мы фиксируем положительную динамику по всем направлениям.

Цифры - вещь упрямая. Они четко демонстрируют, что одной командой мы достигли победы. Так, статистика фиксирует успех таких уникальных решений электронной коммерции, как **Amadeus Symphony** и **Amadeus Agency Internet Engine**. Успешным оказался и запуск инновационного продукта **Amadeus LIS B2C**, открывшего для многих из вас дополнительные источники доходов.

Обновлены такие решения, как **Amadeus Remote Ticketing Solution** и **Amadeus Link**. Растет число страховых компаний в **Amadeus Local Insurance**.

Бесма успешным оказался и запуск **Amadeus All Fares** - решения для поиска минимальных тарифов традиционных и low-cost авиаперевозчиков.

Прорывом стало и то, что **Amadeus** представил революционное решение **Amadeus Rail Ukraine**, с помощью которого пользователи системы **Amadeus** смогут бронировать железнодорожные билеты по Украине и СНГ для частных и корпоративных путешественников. Таким образом, теперь **Amadeus** предоставляет доступ к справочной триаде туристических услуг: авиа, железнодорожному и отельному контенту.

Все эти факты говорят об одном - времена «засухи» позади!

Лучшие технологические решения для развития электронной коммерции, исключившие возможность бронирования железнодорожных билетов,

инновационные решения и контент для продажи полного спектра туристических услуг - все это создается для Вас командой **Amadeus**.

Используйте передовые технологии **Amadeus** и будьте уверены, что мы сделаем все возможное для Вашего успеха!

Александр Мировцев  
Директор «Амадеус Украина»