

№5 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, Семен Птахов,  
Василина Загоскина, Виктория Самойлова,  
Василиан Донечанин

**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 pr@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

**Заместитель директора**  
Наталья Усенко un@mw.com.ua

**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.



## Конец сезона? Нет, продолжение!

На календаре – сентябрь, первый месяц осени, и многие туристические компании задумываются о том, что делать в межсезонье. Но мы, редакция «Украинского туризма», категорически не согласны с таким определением. Мы считаем, что сезон продолжается! Уже хотя бы потому, что массовые направления, такие, как Турция, будут актуальны по крайней мере до конца октября. Более того, в «бархатный» сезон, который приходит на смену «высокому», владельцы туристической инфраструктуры ощутимо снижают цены на свои услуги, а значит, турфирмы за счет привлекательных ценовых предложений смогут привлечь дополнительных клиентов.

Во-вторых, не снизилась актуальность экскурсионного туризма: для него золотая осень – лучшая пора. Тем более, что именно осенью экскурсионные направления прекрасно сочетаются с событийным туризмом. Именно в эту пору года во многих странах устраиваются различные фестивали, праздники урожая, сбора винограда и т.п.

Наконец, есть страны, в которых «высокий» сезон либо не прекращается вообще, либо длится чуть ли не до Нового года. Одна из таких стран – Италия, специальные «межсезонные» возможности туризма в которую представлены в этом номере.

Довольно много места мы отвели чешскому направлению. Это не случайно: несмотря на членство в Шенгенском соглашении, Чехию вполне обоснованно можно назвать массовым туристическим направлением. К тому же чешское направление далеко не насыщено, а значит, для отечественных туркомпаний здесь открываются широкие возможности для развития и расширения бизнеса.

Как всегда, пристальное внимание мы уделяем разнообразным проблемам, актуальным для туристической отрасли. Например, вопросам строительства терминальных комплексов в аэропорту «Борисполь», «открытого неба» с Европейским Союзом или установки инфраструктурных объектов на плавсредствах. Мы верим, что сообщество сможет привлечь внимание на необходимость решения этих проблем тех властных структур, от которых оно зависит. А значит, внести свой вклад в их окончательное урегулирование.

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



## **АВИА**

ІАТА: Україну підгалкивають к Европе . . . . . 12

Терминал F имени князя Потемкина? . . . . . 18

## **АКТУАЛЬНО**

Турецкий колосс на глиняных ногах . . . . . 22

Агенты — отели: партнерство или конфликт? . . 28

Плавучий турбизнес: есть ли будущее? . . . . . 32

## **СПЕЦРАЗДЕЛ**

Уголок Пелопоннеса на Днепре . . . . . 36

## **КОНСУЛЬСТВО**

Чехия: направление визовое, но массовое . . . . 38

## **ТЕНДЕНЦИИ**

Путь к сердцу Европы . . . . . 44

## **НАПРАВЛЕНИЯ**

Турпотоки расширит Моравия . . . . . 50

Латинская Америка: перспективы туризма . . . . 58

Бразилия: прорыва не будет . . . . . 62

Италия: туризм круглый год . . . . . 66

## **ТЕХНОЛОГИИ**

Не только бизнес, но и имидж . . . . . 70

## Открыт терминал в аэропорту «Харьков»



**28** августа в Харькове был открыт современный авиатерминал – первый в Украине из объектов такого рода, которые наша страна обязалась построить к Евро-2012. Пропускная способность нового терминала составляет 650 пассажиров в час. В церемонии открытия принял участие Президент Украины Виктор Янукович.

Стоимость возведения терминала составила около \$80 млн. Объект возведен за счет частных инвестиций компании «Нью Системс АМ» (группа DCH, принадлежащая украинскому бизнесмену Александру Ярославскому). Терминал возведен в рамках проекта подготовки аэропорта «Харьков» к Евро-2012, который также предусматривает реконструкцию исторического помещения аэровокзала, сооружение временного терминала, строи-

тельство новой взлетно-посадочной полосы, капитальный ремонт перрона, строительство нового автовокзала и благоустройство привокзальной площади. После реконструкции аэропорт будет принимать воздушные суда типа Airbus A-320 и Boeing B-737.

*По материалам УНИАН. Фото dozor-kharkov.ua*

## Круизные лайнеры предпочитают Одессу



**25** августа в Одессу зашло круизное судно SILVER SPIRIT длиной 195,8 м. На борту лайнера находилось 540 туристов, в основном – граждане США. Для пассажиров были организованы обзорные экскурсии по городу, а также тематические программы «Еврейское наследие» и «Дворцы Одессы».

Это уже второй визит новопостроенного лайнера (спущен на воду со стапелей итальянской верфи Fincantieri 12 декабря 2009 г.) в украинскую Южную Пальмиру. Первый его заход состоялся 21 июня. Судно курсирует под панамским флагом.

Теплоход SILVER SPIRIT принадлежит круизному оператору Silversea Cruises и относится к категории ультраюкс. Для создания лайнера был приглашен известный европейский архитектор и дизайнер Джакомо Мортола.

*Пресс-служба МТЗУ*

## ЧехТуризм презентует новые продукты во Львове

**22**-26 октября в рамках традиционной львовской туристической выставки в брендовом ресторане «Віденська кав'ярня» пройдут Дни чешской кухни. В этот же период для туристических компаний западного региона нашей страны в столице Галичины состоится презентация туристического продукта «Моравский янтарный путь».

Напомним, что в начале лета такие же мероприятия с большим успехом прошли в Киеве. Их результатом стало существенное повышение интереса со стороны отечественных турфирм к новым сегментам чешского направления. Это и послужило толчком к проведению подобных презентаций и в регионах Украины.

*Представительство Czech Tourism  
в Украине*

## UMAir лишилась самолета?

Сотрудники Бориспольской таможни конфисковали авиалайнер DC-9-51. Сайт Гостаможслужбы сообщает, что воздушное судно оценочной стоимостью более 11 млн. грн. Принадлежало «одному из украинских обществ». По некоторым данным, под «одним из обществ» подразумевается отечественная авиакомпания «Украинско-средиземноморские авиалинии» (UMAir).

По данным Гостаможслужбы, основанием для конфискации послужило нарушение авиакомпанией таможенного режима временного ввоза транспортного средства на таможенную территорию Украины. Самолет в свое время был ввезен в Украину в режиме временного ввоза, однако по его истечении таможенные органы не получили от владельца ни документов, обосновывающих необходимость продолжения режима временного ввоза, ни грузовую таможенную декларацию для оформления самолета в режим импорта для свободного использования на таможенной территории нашей страны. Таким образом, по решению суда воздушное судно было конфисковано в пользу государства.

На момент сдачи номера в печать ни от предполагаемого экс-владельца самолета, ни от Госавиаадминистрации комментариев по данному инциденту не поступало.

Пресс-центр Гостаможслужбы Украины



**UKR FERRY TOUR**  
КРУИЗИЙ ЦЕНТР

**Европа** від 185 у.о.

**Екзотика** від 949 у.о.

**Круизы** від 499 у.о.

**Азиатика** від 379 у.о.

**Греція** від 459 у.о.

**Туреччина** від 399 у.о.

Київ, вул. В. Житомирська, 8Б, офіс 12  
+38 044 279-77-99, 279-77-95  
+38 044 279-78-89, 279-78-24  
welcome@ukrferry-tour.com.ua

Одеса, вул. Єлизаветинська, 18, офіс 1  
+38 048 234-79-95, 234-67-08  
+38 048 784-12-14  
welcome@ukrferry-tour.com

[www.ukrferry-tour.com.ua](http://www.ukrferry-tour.com.ua)

\*вартість круїзів та екскурсій залежить від кількості осіб

## Вместе повышаем профессионализм в отрасли

**Х**арактеризующийся чрезвычайно высокой конкуренцией отечественный рынок туристических услуг, похоже, исчерпал возможности для экстенсивного развития. По крайней мере, на нынешнем этапе развития национальной экономики Украины. Поэтому, на наш взгляд, дальнейший рост показателей рынка в основном будет происходить путем изменения других показателей, в том числе и за счет возрастания качества обслуживания туристов и предоставления услуг партнерам по туристической цепочке.

На страницах «Украинского туризма» мы неоднократно отмечали, что проблема профессионализма кадров для туристической индустрии является весьма и весьма острой для отечественной туристической инфраструктуры. Ведь непрофессионализм того или иного сотрудника турфирмы или инфраструктурного объекта может привести не только к испорченному впечатлению от тура, но и к катастрофическим последствиям (например, невыплате страхового возмещения в случае неправильно оформленных документов при реализации страхового риска).

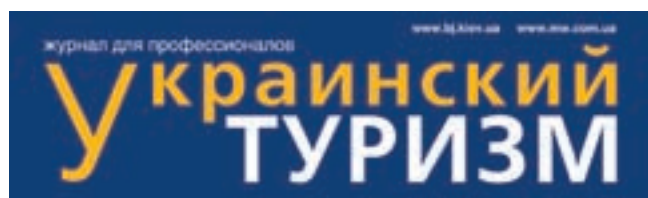
Поэтому, как деловое издание, предназначенное для профессионалов рынка туристических услуг, «Украинский туризм» инициирует **информационно-образовательный проект под названием «Профессионалами не рождаются, профессионалами становятся»**. Основываясь на опыте тренинговой и образовательной деятельности в туристической отрасли нашего партнера – «Школы профессионального сервиса», специализирующейся на обучении и повышении квалификации сотрудников, занятых в туристической отрасли, начиная со следующего номера, мы будем публиковать материалы на туристическо-образовательные темы. Например,



освещать проблемы, с которыми сталкиваются реальные турфирмы в процессе развития своей деятельности, связанные с отсутствием или недостаточной квалификацией персонала, публиковать решения, которые оказались в этих случаях успешными. Или освещать историю успеха тех или иных туристических компаний или инфраструктурных объектов с точки зрения повышения квалификации их сотрудников.

Количество тем, имеющих прямое отношение к подготовке персонала для туристической отрасли, огромно, и мы надеемся, что на страницах журнала будут опубликованы наиболее актуальные из них. В свою очередь, просим вас, дорогие читатели, сообщить, насколько, с вашей точки зрения, новая рубрика является актуальной, и какие именно вопросы вы бы хотели осветить на ее страницах.

*С уважением, редакция УТ*



## Авиакомпании компенсируют пассажирам отказ от перевозки

**М**инистерство транспорта и связи Украины вводит систему компенсации пассажиру, следующему в аэропорт или из аэропорта страны-участницы Европейского Союза, в случае отказа в перевозке со стороны авиакомпании.

Согласно приказу Минтрансвязи №216 от 23 апреля, утверждающему новые правила воздушных перевозок пассажиров и багажа, если перевозчик намерен мотивированно отказать пассажирам в посадке на рейс, он обязан вначале найти добровольцев, готовых отменить свое бронирование в обмен на вознаграждение.

Кроме выплаты вознаграждения, перевозчик обязан предложить пассажиру на выбор возмещение стоимости перевозки в течение семи дней или изменение маршрута.

Если пассажиры, согласные добровольно отказаться от полета, отсутствуют или их количество не является достаточным, авиакомпания имеет право

отказать пассажиру в перевозке вопреки его воле.

В данном случае предусматривается компенсация пассажиру в следующих размерах: EUR 250 – при дальности полета до 1,5 тыс. км, EUR 400 – для рейсов дальностью от 1,5 тыс. до 3,5 тыс. км, EUR 600 – для рейсов дальностью более 3,5 тыс. км.

*По материалам Interfax Ukraine, Avia.ru*

### Уточнение

В №5 журнала «Украинский туризм» в материале «Туристический экстрим с турецким акцентом» на стр. 17 была допущена ошибка в указании должности директора компании TEZ TOUR UKRAINE Иосифа Андрика. Редакция приносит извинения своим читателям за эту оплошность и просит принять эту информацию во внимание.



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

### ІЗРАЇЛЬ



**Гарантовані групові та індивідуальні тури**  
вкл. віза, готель, сніданки та вечері, екскурсії, трансфери, віза

**Авіаквитки в Ізраїль від 469 у.о.**



### США КРУЇЗИ



**СПЕЦІАЛЬНА ПРОПОЗИЦІЯ!**



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



- Тури на Ваш смак
- Виставки
- Авіаквитки



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.  
Хорватія 499 у.о.  
Європа - від 75 у.о.  
(автобусні тури)  
Тел. (044) 2867369

# Украину подталкивают к Европе

ПРОЕКТ «ОТКРЫТОЕ НЕБО» С ЕВРОСОЮЗОМ ВЫХОДИТ НА ФИНАЛЬНУЮ СТАДИЮ

Вячеслав КОНОВАЛОВ



## Что Европе нужно от нас

Ситуация с ультиматумом IATA напоминает классическую поговорку: не умеешь — научим, не хочешь — заставим. Список претензий можно условно разделить на несколько категорий: качество сервиса в украинских аэропортах, законодательное обеспечение и уровень тарифов. В каждой из этих категорий есть свои нюансы, но в большинстве своем они сводятся к короткой формуле — не в коня корм, т.е. цена не соответствует качеству услуг, поэтому необходимо навести порядок на рынке. Чтобы чиновники из Минтранса не смогли отвертеться от реформ, им сразу же предложили целую программу.

Вот список основных претензий Евросоюза к Украине в авиационной отрасли:

- Повышение уровня безопасности полетов: Украина достигла существенного прогресса в сфере обеспечения безопасности, однако существует ряд проблем, требующих внимания. В течение

**У**краина нужна Европе! И еще как нужна! А точнее, Европе нужно наше авиационное пространство. Еврокомиссары все активнее напоминают украинским чиновникам об обязательствах по адаптации украинского законодательства под евростандарты и предоставлению свободного доступа к украинскому рынку западных авиакомпаний, взятых еще несколько лет назад. Весьма характерным стал визит президента Международной ассоциации воздушного транспорта (IATA) Джованни Бизиньяни, который выставил украинским

авиавластям целый список претензий, а, по сути, ультиматум.

Судя по результатам визита, в ближайшее время рынок ожидают серьезные потрясения. Как говорят эксперты, беда украинского рынка в том, что он дорос до тех объемов, которые интересны грандам западного рынка. Похоже последние готовы заставить украинских чиновников принять их условия.



последних 5 лет Украина имела Категорию 2 по шкале Международной Программы Оценки Безопасности Американского Федерального Управления Авиации. Показатели безопасности улучшились, но ещё многое предстоит сделать. Необходимо ускорить работу по приведению стандартов безопасности в соответствие со стандартами Международной Организации Гражданской Авиации (ИКАО). В частности, повышению уровня безопасности способствовало прохождение авиакомпаниями аудита эксплуатационной безопасности IATA (IOSA).

- Программы «Упрощения ведения бизнеса»: Программы IATA по упрощению ведения бизнеса направлены на улучшение уровня обслуживания и снижение затрат. В ее рамках украинским перевозчикам предлагают целый набор практически бесплатных программ IATA повышения квалификации персонала и улучшения ведения бизнеса.

- Проблема неоправданно высоких сборов: Аэропортовые сборы и тарифы на авиационное

обслуживания в Украине остаются необоснованно высокими. «Авиационная инфраструктура в Украине является одной из самых дорогих в Европе, оставаясь при этом одной из наименее эффективных. Это подрывает конкурентоспособность Украины. Нужны незамедлительные реформы. Настало время начать новый этап консультаций и открытого диалога в соответствии с прин-

ципами ИКАО. Отрасль авиационных перевозок, включая управление воздушным движением, недопустимо рассматривать в качестве «дойной коровы», — отметил господин Бизиньяни по этому поводу.

### Евростандарты: движение в одну сторону?

Что касается первой проблемы, то крупнейшие перевозчики уже давно прошли аудиты по стандартам IOSA. Более мелкие компании пока не смогли этого сделать. Беда не в самом аудите, а в требованиях. Согласно им, часть парка самолетов советского производства просто физически невозможно подогнать под эти стандарты. С другой стороны, Украина уже неоднократно заявляла, что готова внедрять эти стандарты, но при условии признания украинских сертификатов в Европе. Но еврочиновники, требуя открыть наш рынок для своих авиакомпаний, не очень желают пускать Украину на свой.

Между тем, евростандарты в Украине худо-бедно внедряют. Раз в несколько месяцев Госавиационная администрация издает различные →







→ приказы, которые адаптируют стандарты JAR и OPS. Однако делается это очень медленно. Если учесть, что таких документов в Европе наплодили сотни, то в Украине приняли едва ли десятую их часть.

#### **Воздушный кодекс как камень преткновения**

Ну и, конечно, ключевое требование Европы — принятие нового «Воздушного кодекса». Эпопея с его принятием достаточно запутана для непосвященных. К примеру, в 2008 г. было время, когда в Верховной Раде «вращалось» сразу два разных проекта Воздушного Кодекса. В 2008 г. в парламенте был зарегистрирован проект этого закона, который был инициирован народными депутатами (регистр. № 2373 от 08.09.2008). В то же время, Минтрансвязи в 2008 г. разработало новый проект Воздушного кодекса во исполнение поручения Кабинета министров. После проработки в Секретариате Кабинета письмом от 05.07.2008 он был направлен на регистрацию в Верховную Раду как альтернативный проекту Воздушного кодекса, поданного народными депутатами Украины.

Потом было еще несколько «телодвижений», но главный их смысл — явное нежелание народных депутатов принимать документ. Причина в коренной реформе системы управления авиацией, в соответствии с требованиями евростандартов. Так, для осуществления полноценного государственного регулирования гражданской авиацией руководитель правительственного органа по вопросам гражданской авиации должен быть независимым в принятии решений, которые касаются вопросов обеспечения безопасности полетов от главы транспортного ведомства. Попросту говоря, Госавиаадминистрация должна быть разделена на две части: расследование авиационных событий и инцидентов с воздушными судами и нарушения порядка использования воздушного пространства Украины возлагается на специальный орган — Национальную комиссию по расследованию авиационных событий, которая подчиняется непосредственно министру, все остальные функции остаются в Госавиаадминистрации. Это делается для того, чтобы не было ситуации, когда организация

сама создает правила и сама себя проверяет. Но чиновники, похоже, не готовы к столь серьезным реформам. В результате причины отказа голосовать народные депутаты называют самые разные. То говорят, что нет средств в госбюджете, то нет подготовленных кадров и т.д. В общем, похоже на то, что парламент совсем не хочет реформ в авиации...

#### **Сборы и обслуживание: поднять, нельзя снизить?**

С программой подготовки кадров особых проблем нет. Она не предполагает особых затрат со стороны перевозчиков и чиновников, поэтому и противодействия нет. А вот с ценами на аэропортовое и аэронавигационное обслуживание есть множество проблем. Дело в том, что средств на развитие аэропортов катастрофически не хватает, поэтому снижать цены некуда. Хотя в этой сфере есть что менять. На Западе доходы аэропортов от авиационной деятельности составляют в среднем 25-30%. Все остальное приносят всевозможные услуги, доходы от аренды магазинов и других неавиационных поступлений. В Украине ситуация с точностью до наоборот. Поэтому за счет повышения качества услуг можно было бы и найти недостающие средства на развитие аэропортов.

Вторая составляющая — цены на услуги диспетчеров. По утверждению Джованни Бизиньяни, цены на услуги Украэроруха одни из самых высоких, а качество услуг одно из самых низких в мире. Однако украинская сторона считает иначе — аэронавигационная система нуждается в модернизации и тарифы, наоборот, надо поднимать. «У нас большое авиационное пространство, мы безопасны, и подтвердили это на протяжении последних десяти

→ лет, но нам необходимо реконструировать аэронавигационные вышки... Надо строить во Львове, в Донецке, поэтому вопрос о снижении тарифов не стоит», — прокомментировал «УТ» ситуацию министр транспорта и связи Константин Ефименко.

Кстати, сразу же после отъезда главы IATA Минтранс даже поднял тарифы. Правда, пассажирам по этому поводу расстраиваться нечего. Доля оплаты за это обслуживание в себестоимости авиаперевозок увеличится лишь на 0,3–1,1%, т.е., если цена на билеты и поднимется, то всего на несколько долларов.

#### Топливозаправка: дозрели до перемен?

Зато реформы следует ждать на рынке авиатопливозаправки. О ценовом сговоре основных поставщиков авиационного топлива в украинских аэропортах не говорил разве что ленивый. Антимонопольный комитет несколько раз штрафовал заправщиков, авиакомпании пытались объявлять им бойкоты, давили через правительство, но ситуация в украинских аэропортах остается прежней — уровень цен в Украине приблизительно

на 20-30% выше, чем в Европе. Для европейских авиакомпаний эта проблема до сих пор была не особо актуальной — они могли заправляться относительно дешевым топливом в своих аэропортах базирования «под завязку» для обратного полета. Украинским перевозчикам в этом отношении было тяжелее, но и они находили выход. Причина, почему эту проблему подняли именно сейчас, проста — если Украина открывает небо, любой европейский перевозчик сможет начать полеты в любой украинский аэропорт без сложной процедуры межгосударственных согласований, утверждения квот на полеты и других бюрократических сложностей. Более того, иностранные компании смогут базироваться в украинских аэропортах и начинать программы полетов по внутриукраинским маршрутам.

Однако без наведения порядка на этом рынке процесс будет затруднительным. Во всем мире проблему монополизма решают через внедрение специальных процедур допуска в аэропорты топливозаправочных компаний. Существует формула: при определенном пассажиропотоке в аэропорту должно быть

определенное количество хендлинговых операторов, топливозаправочных компаний и т.п. — чтобы действовала конкуренция. Более того, перевозчик может купить на рынке определенную партию топлива самостоятельно и платить только за услугу заправки самолета в аэропорту. У нас же при наличии четырех поставщиков топлива конкуренции практически нет — действует принцип: не хочешь, не бери. Чтобы решить проблему достаточно принять новые правила работы в аэропортах по допуску топливозаправочных компаний, но до сих пор не было политической воли. Сейчас нам достаточно настойчиво дали понять, что искать политическую волю придется. Судя по заявлениям министра транспорта и связи Константина Ефименко, в ближайшее время порядок в этой сфере наведут.

#### Давление по-европейски: мягко, но необратимо

В совокупности пакет предложений IATA свидетельствует, что Европе уже надоело слушать обещания украинских чиновников о близком открытии неба, она хочет видеть реальные результаты. И если Минтранс и дальше будет сдерживать евроинтеграцию, защищая отечественных перевозчиков, могут последовать и санкции. Ведь украинский рынок, наконец, дорос до тех объемов перевозок, которые стали интересны крупным операторам западного рынка, что и привело к столь пристальному вниманию со стороны IATA и других структур к вопросу открытия неба. На первых порах это вероятнее всего приведет к снижению цен, но если украинские компании не смогут удержаться в конкурентной борьбе, то победившие перевозчики впоследствии отыграются на пассажира.

УТ





# Терминал F имени князя Потемкина?

Юрий САМОЙЛОВ

Работы по возведению многострадального терминала F в международном аэропорту «Борисполь» — главной воздушной гавани страны — по утверждениям высоких государственных деятелей, вышли на финишную прямую. Так, 10 августа вице-премьер-министр Андрей Клеуев, посетивший «Борисполь» в ходе инспекционной поездки по пусковым объектам к Евро-2012,

выразил уверенность, что уже на День Независимости, т.е. 24 августа, терминал будет сдан в эксплуатацию.

На первый взгляд, все идет к этому: в помещении терминала полным ходом идут отделочные работы, монтаж оборудования, а также обустройство прилегающей территории, в частности, перрона для воздушных судов. Информацию о скором запуске в эксплуатацию первого

современного терминального объекта подтверждают и некоторые авиакомпании (например, МАУ), которые планируют перенести большинство своих рейсов в новый терминал. Так что, вполне возможно, первые рейсы из терминала F отправятся уже в сентябре-октябре.

Но торжественно отправить несколько чартеров или даже регулярных рейсов — это одно, а

вывести подобный объект на проектную мощность и пассажиропоток — совершенно другая задача. Сотрудники ГП «Международный аэропорт «Борисполь», с которыми удалось поговорить участникам журналистского пула по освещению визита в аэропорт вице-премьер-министра А.Клюева и министра транспорта и связи К.Ефименко (который, в отличие от вице-преьера, почему-то не нашел возможности пообщаться с представителями прессы), отмечали, что после сдачи терминала в эксплуатацию должно пройти минимум полгода, в течение которого будут завершены все пусконаладочные работы.

Что ж, полгода — это не так уж и много, появления современного авиатерминала Украина ждала все годы независимости. Однако при более внимательном взгляде на пусковой объект возникает достаточно много вопросов, причем довольно неприятного свойства.

Первый из них — это пропускная способность нового терминала. Проектанты сообщают, что пиковое значение этого параметра составит 900 пассажиров в час на прилет + столько же на вылет. По европейским меркам, пассажиропоток небольшой. Однако и его довольно трудно представить в помещении, лишь ненамного превышающем по площади супермаркет METRO. Наличие всего лишь 2-х входов также оптимизма не прибавляет.

В зоне вылета размещена 31 стойка регистрации пассажиров и багажа (в том числе одна для негабаритных предметов). Однако на второй этаж терминала, где будут расположены



все контрольные службы + международная зона, ведут лишь 2 эскалатора... Правда, есть еще 2 лифта. Для 900 пассажиров в час явно маловато...

Зал прилета оборудован 8 кабинками погранконтроля (с 2-мя рабочими местами в каждой) и тремя транспортерами для багажа. Опять-таки, вернемся к волшебной цифре 900 человек в час: при средней вместимости лайнера Boeing 737 или Airbus A320 180 пассажиров — это 5 бортов в час. А транспортеров всего 3... В то же время, в мировой практике принято, что каждому рейсу

предоставляется отдельный транспортер. Как-то не стыкуется это с заверениями чиновников и проектантов о «европейских стандартах нового терминала»...

Наличие всего 2-х входов, которые одновременно будут служить выходами из терминала, может привести к пересечению пассажиропотоков и, как следствие, к тесноте и даже давке. Совершенно непонятно, почему проектанты не предусмотрели возможность разделения входов и выходов для прилетающих и отлетающих пассажиров. Ведь такие схемы применяются практически везде в мире...

Расположение нового терминала нельзя назвать идеальным. Зажатый между грузовым сектором аэропорта и территорией VIP-терминала, новый комплекс находится вроде бы и недалеко от действующих терминалов А, В и С, однако проезд к нему затруднен. Часть территории, по которой можно было бы проложить подъездную дорогу к новому терминалу, принадлежит компании «Аэросвит», и нежелание этого перевозчика →



→ поступиться драгоценной бориспольской землей в пользу аэропорта вызвало лавину судебных процессов. Впрочем, 10 августа на прямой вопрос одного из журналистов вице-премьер сообщил, что разногласия между «Аэросвитом» и аэропортом окончательно улажены, и подъездная дорога к терминалу F вскоре пройдет наиболее логичным и коротким путем.

Тем не менее, даже если это так, и в последний момент, как чертик из сундука, не выпрыгнет еще какое-нибудь исполнительное производство или судебный запрет касательно спорной территории, остается вопрос сообщения между действующими терминалами А и В, новым F и строящимся D. Последний, как известно, находится довольно далеко от действующего вокзального комплекса, и вопрос организации внутриаэропортовых перевозок с запуском терминала D встанет очень остро. По большому счету, его надо решать уже сейчас, однако ни в кулуарах Минтранса, ни от руководства аэропорта ничего не слышно даже о подготовке конкурса по определению автотранспортной компании, которая будет совершать шаттл-перевозки между терминалами. Вопрос об определении перевозчика для обслуживания маршрутов Киев — а/п «Борисполь» мы умышленно оставляем за пределами данной статьи, поскольку он выходит за рамки ее тематики. Заметим также, что предполагаемая железнодорожная линия проблем сообщения между терминалами не решит, т.к. ее конечная станция будет находиться около терминала D.

Наконец, набивший оскомину вопрос о многократном



увеличению стоимости терминала F также остается без ответа. Напомним, первоначально предполагалось соорудить быстромонтируемую конструкцию (подобно уже упомянутому супермаркету METRO) в течение 4 месяцев, затратив на это 80 млн. грн. Первоначальный замысел состоял в том, что новый терминал перетянет на себя чартерные и лоукост-пассажиропотоки, разгрузив действующие терминалы для регулярных рейсов.

Но лоукост-компании в Украину так и не пришли, экономический кризис резко уменьшил количество чартерных рейсов, так что логика подсказывает, что и надобность в новом терминале как бы отпала. Таким образом, загадкой остается, почему этот проект трансформировался в капитальное сооружение, чья стоимость возросла более чем в



5 раз (по данным Минтрансвязи, предполагаемые расходы на сооружение нового терминала в его нынешнем виде составят 414 млн. грн.). По крайней мере, ни один из чиновников вразумительно так и не объяснил, зачем в нынешней ситуации в «Борисполе» понадобился отдельный терминал с относительно малой пропускной способностью. Опять-таки, обращаясь к здравому смыслу: не лучше ли было бы выделенные из бюджета аэропорта средства (именно за их счет сооружается терминал F) пустить на скорейшую достройку терминала D? 414 миллионов — все ж немалые деньги...

А кого будет обслуживать терминал F после ввода в эксплуатацию терминала D — основного вокзального комплекса в «Борисполе»? Вполне логичным был бы перевод в него внутренних рейсов по Украине — их не так много, и с национальными пассажиропотоками его небольшая пропускная способность вполне бы справилась. Но вразумительного ответа на этот вполне логичный вопрос нет до сих пор...

Исследуя ситуацию в комплексе, поневоле приходишь к весьма неприятному выводу: обновление главной воздушной гавани страны ведется хаотически, без всякой вразумительной стратегии — просто потому, что что-то нужно делать. Да и УЕФА требует — Евро-2010 на носу... Разумеется, современный аэровокзальный комплекс нужен как Киеву, так и Украине, как воздух. Но очень бы не хотелось, чтобы в результате титанических усилий и колоссальных затраченных средств получился б терминальный комплекс, которому профессионалы отрасли присвоят имя светлейшего князя Григория Потемкина-Таврического...

# Турецкий колосс на глиняных ногах

KARYA TOUR... КТО СЛЕДУЮЩИЙ?

Василина ЗАГОСКИНА

## Туристическая «угадка» как способ выживания

«Золотые времена» массовых туристических направлений, когда, особо не напрягаясь, можно было получать прибыль на желающих отдохнуть на курортах Турции и Египта, ушли в историю — кризис больно ударил именно по этому сегменту туристической отрасли. Неудивительно, что в начале кризиса туркомпании всего мира, и Украины в частности, соблюдали максимальную осторожность. Невозможность планирования даже на ближайшую перспективу вынуждало их строить свою деятельность на прогнозах и ожиданиях. Предприниматели постарались минимизировать расходы, убирая в бюджете не столь «жизненно важные» статьи. Тем, кто преуспел в игре «угадай турпоток», удалось как-то компенсировать упавшие доходы и остаться на плаву.

С течением времени, приспособившись к новым реалиям и потеряв слабых, субъекты рынка начали позволять себе более рискованные коммерческие шаги. В большей степени это относится к украинским фирмам, которые привыкли лавировать в бурных водах отечественного бизнеса и не надеяться на государственную поддержку.



## Демпинг до гробовой доски

Но, как оказалось, такие игры хороши до определенной черты. От чрезмерной уверенности в своем опыте и положении пострадал один из крупнейших игроков туристического рынка — Karyu Tour рухнул, не выдержав собственных объемов.

Причин такого развития событий было несколько, как внутренних, так и внешних.

Практически все эксперты сходятся во мнении, что погубила оператора отчаянная демпинговая политика. Специализируясь на массовом туризме, в частности турецком направлении, «Карья» пыталась заработать на объемах продаж, а заодно отхватить сегмент рынка у конкурентов.

В то же время, аналитики еще в 2009-м говорили о том, что компаниям придется пойти на уменьшение рентабельности турпакетов, однако отечественным игрокам не хватило выдержки и скоординированности, чтобы остановиться на мини-

мальном уровне. Эксперты говорят об убытках в размере \$100-150 на одном туристе. Жесткий демпинг, с прицелом на то, что конкуренты «утонут» — вот тогда и можно будет с лихвой покрыть свои расходы. В результате, по некоторым данным, на летний сезон 2010 года бронь туроператоров в отелях и авиакомпаниях выросла на 20%, даже в сравнении со стабильным 2008-м.

Демпинг как маркетинговое средство генерации денежного и клиентского потока, возможно, позволил бы Карье тур рассчитывать на особые условия в переговорах с представителями инфраструктуры принимающей стороны. Однако Турция и Египет в рамках антикризисных мер также пошли на снижение рентабельности, и игроки туристического рынка не готовы были предоставить дополнительные преференции. Это также добавило свой камешек в чашу банкротства Карья.

## «Карья» vs инфраструктура: переиграли в демпинг

Число туристов, посетивших Турцию в первом полугодии 2010-го, выросло на 10% по сравнению с аналогичным периодом 2009 года, и составило около 11,5 млн. человек. Однако тратить на отдых туристы стали меньше. В итоге и отели не получили особой прибыли, а уж торговая и развлекательная инфраструктура столкнулась со вполне понятными финансовыми трудностями. Таким образом, расчет

на массовость не оправдал себя в настоящий момент, хотя, возможно, еще будет иметь положительный эффект в следующих сезонах.

Нестабильность инфраструктуры на принимающей стороне во время кризиса заставила последнюю ужесточить отношения с туроператорами. В частности, это касается вопроса оплаты за предоставление услуг по расселению и курортному обслуживанию. Партнерство утратило былую направленность на перспективу. Так, еще в начале 2009 года «Абаноуб травел» подал иск в суд на «Карью тур» с требованием взыскать \$930 тысяч согласно договору о сотрудничестве за предоставленные услуги по размещению и обслуживанию туристов. Рассмотрение дела затянулось вплоть до нынешнего лета и было приостановлено до предоставления правовой помощи от компетентного органа Египта.

В этой ситуации обстоятельность отечественной судебной системы могла бы сыграть на пользу «Карье». Если бы игры с демпингом себя оправдали, туроператор получил бы необходимое время для расчета с «Абаноуб». Видимо это был далеко не



единственный кредитор компании. И то, что «Карья тур», даже начав процедуру банкротства, до последнего продавала туры, может свидетельствовать о том, что работать в долг для компании не в новинку, просто до этого удавалось уравновесить бюджет.

### Отечественное законодательство – рыльце тоже в пушку

Причины банкротства можно разделить между руководством

компании, мировым кризисом, действиями партнеров и конкурентов. Однако в том, как отразилось банкротство «Карья тур» на агентствах и непосредственно на туристах, солидная часть вины лежит на украинских чиновниках и законодательстве.

Для того, чтобы получить лицензию на организацию выездного туризма, как известно, на счету нужно иметь всего 20 тысяч евро, они же выступают страховым фондом. Остальные деньги можно получить уже во время процедуры ликвидации предприятия, которая, как известно, дело не одного дня. В адрес «Карья тур», по некоторым данным, поступило более 400 заявлений на возмещение финансовых потерь. Ранее адвокат «Карья» Виктор Мокрицкий говорил о том, что по состоянию на 8 июля на счетах было около 2 миллионов гривен, еще 7 миллионов долларов на депозитах украинских авиакомпаний и турецких отелей.

Для сравнения – в Великобритании, туроператор для получения лицензии должен иметь в банке финансовое обеспечение, сумма которого рассчитывается исходя из предполагаемого оборота компании на следующий год. В результате туристам не приходится беспокоиться о том, как они вернутся на родину. ➔

Елена КРАСОВСКАЯ, директор ООО «Гринвич-Тур»:

С точки зрения регионального агентства, банкротство «Карья-Тур» (которая осуществляла вылеты в т.ч. из г.Черновцы), конечно, серьезно пошатнуло уровень доверия к надёжности туроператорских компаний, и заставило задуматься о том, можно ли быть уверенными в платежеспособности других лидеров туристического рынка. Ведь во всех договорах «туроператор-турагент» чётко прописаны обязательства туристов в отношении предоплаты за турпродукт, штрафные санкции на случай аннуляции поездки и т.д., но, в то же время, совершен-

но не указана схема возмещения денежных средств в случае невыполнения обязательств со стороны туроператора. Для решения этого вопроса, несомненно, следует ужесточить лицензирование турагентской и туроператорской деятельности, особенно последней.

И ещё, считаю более чем странным появление экс-руководителя «Карья-Тур» среди управляющих нового оператора. Ведь таким образом у агентов возникают вполне обоснованные сомнения по поводу надёжности сотрудничества с новой операторской компанией...

Количество украинских туристов  
(Статистика Министерства культуры и туризма Турции)

	2008	2009	2010	2009\2008	2010\2009
	сравнение в процентном соотношении				
<b>Январь</b>	21476	12549	13140	-41,57	4,71
<b>Февраль</b>	22887	14644	15317	-36,02	4,6
<b>Март</b>	24397	14939	16652	-38,77	11,47
<b>Апрель</b>	49502	35621	34812	-28,04	-2,27
<b>Май</b>	93325	83609	89069	-10,41	6,53
<b>Июнь</b>	106060	87361	88640	-17,63	1,46

➔ «Карья» почил.  
Что делать?

Министерство культуры и туризма Украины уже занялось анализом возможности внесения изменений в порядок страхования туроператоров. В настоящий момент чиновники рекомендовали компаниям самостоятельно проконсультироваться у страховщиков о возможности предоставления финансовой гарантии в случае отказа туроператора от выполнения своих обязательств. Ин-

тересно, что расходы на такие услуги министерство предлагает включить в стоимость турпродукта. Что, в свою очередь, существенно повлияет на его стоимость: страхование туроператорской ответственности — услуга не из дешевых.

По мнению участников рынка, альтернативой может стать обязательное страхование гражданско-правовой ответственности, либо же создание специального гарантийного фонда, в который будут делать

взносы все операторы. Нечто подобное организовала для своих членов АЛТУ.

Тем временем, мировой опыт свидетельствует, что для недопущения подобных ситуаций разработаны достаточно эффективные инструменты. Так, в России после череды скандалов с банкротствами туркомпаний в 2008 году были внесены поправки в закон об основах туристической деятельности, согласно которым фингарантии для тех, кто занимается выездным туризмом, возросли до 650 тысяч долларов.

Кроме того, украинские ассоциации турбизнеса и министерские чиновники предлагают своим иностранным коллегам создать базу данных тех компаний, которые имеют задолженности перед местными отельерами. Насколько это осуществимо, покажет время.

**Кто следующий?**

Из-за банкротства «Карья», кроме финансовых потерь, рынок туристических услуг Украины



Юрий ГАПОНЕНКО, глава правления Всеукраинской общественной организации «Союз профессионалов туристической деятельности»:

Сегодня мы с уверенностью можем утверждать, что сотрудничество с любым из туроператоров несет для турагента определенную долю риска. Да, сейчас некоторые крупные операторы сами начинают страховать своих туристов,

достигая договоренностей со страховыми компаниями. Но где гарантия того, что в случае, предусмотренном договором страхования, выплаты действительно будут произведены? Ведь страховщики живут в тех же экономических условиях, что и мы, и ситуация у них тоже не из лучших... Где гарантии, что страховые компании вслед за туроператорами не будут терпеть крах и банкротство?

Также стоит отметить, что обращение операторов к страховщикам за страхованием туроператорской от-

ветственности показывает согласие операторов с тем, что банковская гарантия, которая предусмотрена для покрытия рисков и составляет всего 20000 у.е., не в состоянии покрыть все риски, возникающие в процессе взаимодействия членов туристической цепочки.

Недавний крах компании «Карья Тур» лишний раз доказывает несовершенство отечественного законодательства, которое влечет за собой незащищенность турагента, а впоследствии и самого туриста. Поэтому мы, как объединение профессионалов, прикладываем все свои силы и используем всевозможные информационные каналы для предупреждения своих членов о возможных проблемах, с которыми могут сталкиваться операторы. Для предупреждения последствий этих проблем для нас как турагентов, и наших клиентов, мы сегодня предпринимаем определенные шаги по усовершенствованию внутренних стандартов туристических агентств.



претерпел и отток клиентов. По данным экспертов, только в первую неделю после объявления о банкротстве «Карья тур» поток туристов на массовые направления, в частности в Египет и Турцию, сократился на 20%. Крах компании, которая позиционировала себя как стабильный и серьезный оператор, заставил относиться с подозрением к любым предложениям. Да и представители украинских туристических агентств стали осторожничать при выборе партнеров, обеспечивающих турпакет, особенно когда речь идет о бронировании дорогих отелей.

Итак, «Карья тур» почил. Возникает вполне обоснованный вопрос: кто следующий? Ведь причины, которые привели к банкротству этого оператора, никуда не делись... Под подозрение попадают практически все



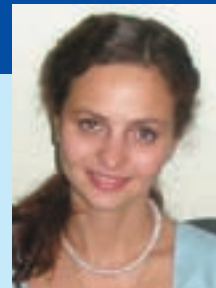
маститые операторы. Именно они вынуждены были играть «по крупному», дабы не уступить конкурентам.

Согласно финансовым показателям 2009-го года, которые просочились в СМИ, многие компании закончили сезон с убытками. В частности журналисты называют таких операторов, как «Анекс тур», «Тез тур» и «Туртесс тревел». Примечательно, что первые две компании постоянно фигурировали в ситуации с банкротством «Карья», как те, что взяли на себя обязательства помочь повисшим в воздухе туристам. А заодно и перехватить чужой турпоток. Что неопровержимо свидетельствует: именно эти фирмы являлись основными участниками конкурентной борьбы, в которой утонула «Карья». Кроме того, «Тез тур» объявил о намерении начать прямые продажи своих туров.

### Демпинг капут – цены вверх!

Также, по прогнозам экспертов, следует ожидать повышение стоимости массового турпродукта. ➔

Анна ЖОВТАЯ, зам. председателя правления Всеукраинской общественной организации «Союз профессионалов туристической деятельности»:



Большой резонанс в обществе и туристических кругах имело банкротство туроператора «Карья Тур Юкрейн». А также его последствия, из-за которых свыше 2000 украинских граждан понесли существенные материальные и моральные убытки. Эта ситуация не была бы возможной, если бы украинское законодательство четко обуславливало и регламентировало такие форс-мажорные ситуации, а компенсацию возможных потерь взяли бы на себя страховые компании.

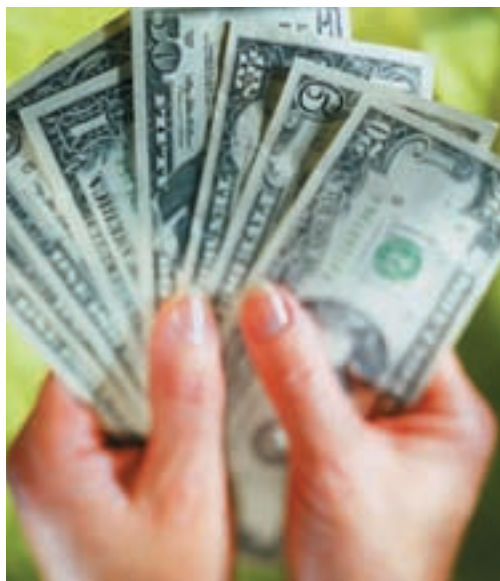
Не менее шокирующей для отрасли стала инициатива Президента Украины в рамках кампании дерегулирования хозяйственной деятельности отменить лицензии для турагентов. На наш взгляд, это недопустимо — отмена лицензий на турагентскую деятельность однозначно внесет хаос в отлаженную деятельность туристического рынка! Ведь лицензионные условия осуществления туроператорской и турагентской деятельности узаконили отношения между субъектами туристической цепочки: требования к заключению договоров между туроператором и турагентами, то есть

между производителями турпродукта и продавцом, и между турагентами и туристами, то есть между продавцом и конечным потребителем. А также требования к офисам, персоналу, и непосредственно к туристическим услугам. Все эти требования, прописанные в лицензионных условиях, хоть как-то оберегают потребителей турпродукта и партнеров по цепочке от нечестного ведения бизнеса.

При отмене лицензирования турагентской деятельности, турагенты, соответственно, не будут нести никакой ответственности перед другими субъектами, так как самих требований и ответственности за невыполнение не будет никакой. Наше государство получит проблемы с возвращением туристов с мировых курортов, недобросовестную деятельность турагентов, а значит, все шансы вернуться в ситуацию, которая была при введении в действие действующего Закона о туризме.

→ Ведь пример затянувшегося и неудачного демпинга заставит компании искать другие способы бороться за потребителя. Политика туроператоров станет более взвешенной, а вот удержатся ли они на плаву будет зависеть от того, смогут ли они справиться с накопившимися проблемами и долгами.

Эксперты не дают однозначных прогнозов о том, как произойдет перераспределение рынка после ухода такого крупного игрока, как «Карья тур». Одни говорят о приоритете акций, направленных на привлечение турагентов, скидки и выгодные



комиссионные. Другие прогнозируют мероприятия, рассчитанные больше на конечного потребителя, включая брендовую рекламу.

Но нельзя не отметить, что крах «Карья» принес украинскому туристическому бизнесу как вред, так и пользу. С одной стороны, он ощутимо ударил по имиджу туроператоров, независимо от их авторитета, уменьшил кредит доверия со стороны украинцев. Однако это банкротство показало необходимость строить политику компаний более осознанно, прибегая к цивилизованным конкурентным методам и реально оценивая ситуацию на рынке.

УТ

## КОГДА ВЕРСТАЛСЯ НОМЕР

### TEZ TOUR добровольно страхует ответственность туроператора

26 августа туристическая компания TEZ TOUR — один из крупнейших туроператоров в Восточной Европе — объявила о заключении договора страхования гражданской ответственности перед своими туристами на сумму 50 млн. грн. Страховым партнером, застраховавшим этот риск, стало «Европейское туристическое страхование».

В конференц-зале информационного агентства УНИАН директор компании TEZ TOUR Ukraine Иосиф Андрик, коммерческий директор Аркадий Маслов, и председатель правления ЗАО «Европейское туристическое страхование» Мирослав Бойчин рассказали журналистам о мотивах такого решения. По их словам, консультации о заключении такого страхового договора велись, по меньшей мере, 4 месяца, т.е. задолго до того, как стало известно о банкротстве Karua Tour. Таким образом, как настаивают представители туроператора, банкротство компании, которая была конкурентом TEZ TOUR на рынке массового турпродукта, не имеет к данному шагу никакого отношения — последний был осуществлен строго в соответствии с программой улучшения качества обслуживания и безопасности туристов, приобретающих турпакеты от TEZ TOUR. К этому, по словам руководителей туроператора, подталкивает и возросшая сознательность граждан Украины, которые, особенно после банкротства «Карья», стали активно интересоваться всеми аспектами формирования турпродукта, в частности, вопросами



гражданской ответственности туроператора.

Вне всякого сомнения, подобная практика приблизит отечественный рынок туристических услуг к цивилизованным Европейским стандартам. Тем более, что репутация страховщика — ЗАО «Европейское туристическое страхование» — является как на европейском, так и на украинском рынках, безупречной. Однако, чтобы избежать своеобразной «страховой гонки», когда туристические компании наперегонки начнут страховать друг перед другом свою гражданскую ответственность, участникам туристической цепочки стоит обращать пристальное внимание на деятельность потенциальных страховых партнеров, в частности, прибегая к услугам экспертов для получения ответа на вопрос о кредитоспособности страховой компании в случае наступления страхового события.

# АГЕНТЫ — ОТЕЛИ: конфликт интересов или перспективное партнерство?

Юрий САМОЙЛОВ



КАК СВИДЕТЕЛЬСТВУЕТ  
МИРОВОЙ ОПЫТ,  
ПРЕТЕНЗИИ УЧАСТНИКОВ  
ТУРИСТИЧЕСКОЙ ЦЕПОЧКИ  
ДРУГ К ДРУГУ УСПЕШНО  
РЕШАЮТСЯ ПУТЕМ  
ПЕРЕГОВОРОВ И ВНЕДРЕНИЮ  
ПРОГРЕССИВНЫХ МЕТОДОВ  
ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ  
МЕЖДУ ПРОВАЙДЕРАМИ И  
ТУРФИРМАМИ

## Туристическая цепочка сильна взаимодействием звеньев

Туристические услуги, которые потребляет конечный пользователь, т.е. турист, как правило, являются результатом взаимодействия нескольких провайдеров: туристического агента, транспортного оператора, отеля или другого оператора по размещению, инфраструктуры питания и развлечений и т.д. Исключения из этого правила (например, когда турист без посредников договаривается с

санаторием о предоставлении комплекса услуг, самостоятельно туда прибывает, питается исключительно в столовой данного объекта и не потребляет никаких услуг на стороне) хотя и существуют, но являются весьма редкими. А значит, не определяют общей картины взаимодействия между провайдерами в цепочке туристических услуг.

Одной из главнейших составляющих этой цепочки является связь между турагентом, который непосредственно взаимодействует с конечным по-

ребителем туристических услуг, и провайдером, предоставляющим услуги размещения туриста, т.е. отелем, санаторием, пансионом, хостелом — вплоть до сдаваемых посуточно частных квартир или дома. От предоставленных туристу условий проживания в первую очередь зависит его степень удовлетворения туристическим продуктом, а значит, и показатель возвращаемости потребителей к данному агенту, который этот продукт продает.

## Отечественные реалии — взаимодействие пробоксовывает

К сожалению, в украинских реалиях сотрудничество между агентами и объектами размещения далеко не идеально — ему присущи достаточно серьезные

проблемы, без решения которых вряд ли возможно общее повышение качества национального турпродукта и приведение его в соответствие с европейскими стандартами. В свою очередь, без этого не стоит и надеяться на существенное увеличение показателей въездного туризма в нашу страну.

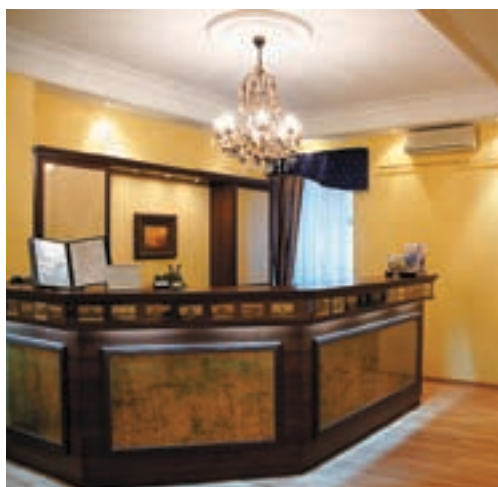
Проблем во взаимодействии турагентов с объектами размещения несколько, каждая сторона объясняет их причины по-разному, да и подходы к их решению у различных участников цепочки также неодинаковы. В этой статье мы попробуем проанализировать важнейшие из них с точки зрения постоянного наблюдателя и, соответственно, предложить свои рецепты их решения.

Главная претензия, которую выдвигают отели и другие объекты размещения к туристическим агентам — это отсутствие усилий по их продвижению среди клиентской базы агентов. Особенно это касается малых отелей и других объектов размещения, стоимость проживания в которых для туриста относительно невысока. На запрос туриста о вариантах размещения в данной курортной местности агент, в лучшем случае, выдает список, в котором может находиться 40-50 отелей, усадеб, квартир или апартаментов. А то и просто предлагает 5-6 «базовых» (в большинстве случаев, самых дорогих) вариантов, что далеко не всегда устраивает клиента.

Излишне говорить, что в случае, если клиент не согласен на «базовый» вариант, ему просто продадут частично укомплектованный пакет без проживания. А связываться с объектами размещения и выбирать наилучший

вариант проживания из предоставленного списка приходится туристу, хотя такая работа является прямой обязанностью агента.

На наш взгляд, такая схема работы с клиентом является пережитком докризисных времен, когда спрос на рынке туристических услуг существенно превышал предложение, и турагенты могли просто пренебречь запросами особо требовательных клиентов, имея гарантированную прибыль за счет



стабильного турпотока. Сейчас о тех временах остается лишь ностальгически вспоминать, но до сих пор многие турагенты работают по старинке, снижая качество продаваемого турпродукта, негативно влияя на рынок в целом, и уменьшая собственную прибыль в частности.

### Посреднические «накрутки» убивают бизнес?

Еще одной серьезной проблемой взаимодействия отелей и турагентов является завышение цен на услуги объектов размещения со стороны агентов.

Иными словами, номер, проживание в котором стоит 350 грн., многие агенты продают за 500, если не дороже. Особенно такой прием характерен при продаже туров для иностранных, например, российских, туристов. Казалось бы, в этом нет никакого криминала — отель получает свой законный доход, и агент тоже. Однако в этих случаях нередки конфликтные ситуации — иностранные туристы тоже ощутили результаты кризиса, они активно интересуются стоимостью предоставляемых услуг, и при выявлении подобной разницы высказывают крайнее недовольство — вплоть до требования возврата денег или даже судебных процессов. Нельзя не отметить, что это опять-таки снижает общее качество национального туристического продукта, а также имидж Украины как туристического направления.

### Отсутствие контактной информации — прямой путь к снижению турпотоков

Весьма серьезной проблемой является непредоставление (или неполное предоставление) информации об объектах размещения на квазиинформационных сайтах. Интернет в туристической среде получил достаточно широкое распространение, и многие туристы предпочитают формировать туры для себя сами. У отелей возможности донести информацию до туристов достаточно ограничены, и здесь им на помощь приходят информационные туристические сайты, размещающие информацию о предоставляемых услугах по различным категориям, например, по региональному признаку. Стоят такие услуги относительно недорого, например, 200 грн. в год. Заметим, однако, что многие из таких сайтов принадлежат аген- ➔

→ там и на них не размещаются координаты отелей. Как правило, в таких случаях дается один телефон и электронный адрес туристической компании, и посетителю сайта безальтернативно предлагают решать вопросы с поселением с турфирмой. Это, разумеется, не вызывает энтузиазма у отелей — ведь платят они по сути, не за продвижение, а дополнительную комиссию агенту.

### Объекты размещения — кто не без греха?

В свою очередь, агенты также высказывают претензии к объектам размещения. В первую очередь, они касаются несоответствия реального качества предоставляемых услуг заявленному. К примеру, отель может заявить о наличии благоустроенных номеров класса «полудюкс», однако в реальности оказывается, что таких номеров в отеле лишь 2-3, а остальные представляют собой, в лучшем случае, класс «турист» с удобствами на этаже. Или другой пример: отель заявляет, что он расположен на расстоянии 150 м от моря. Это действительно так, вот только сам отель находится на мысе Фиолент в Севастополе, где обрывы достигают 70-метровой высоты. Реально отель действительно находится в 150 м от моря, но — по прямой. Для того же, чтобы до этого моря добраться, необходимо проделать обходной путь в 1.5-2 км, или спускаться по весьма крутым лестницам.

Еще одна проблема во взаимодействии отелей и агентов заключается в отсутствии мониторинга свободных номеров в реальном времени. В результате возникает явление перепро-

дажи, особенно частое в пик сезона. Хотя подобные ситуации в большинстве тем или иным способом решаются, наличие перепродаж никоим образом не способствует повышению качества турпродукта. Ведь турист, с которого взяли деньги за проживание в комфортном



номере в отеле, находящемся на благоустроенной территории на первой линии от моря, а поселили в частную квартиру в 2-х километрах от пляжа, может, и добьется возвращения денег за подобные услуги, но вряд ли еще раз воспользуется услугами этого агента. Хотя вины собственно агента здесь и нет — такой мониторинг, как правило, осуществляют третьи организации,

например, глобальные системы бронирования.

### Транспорт — важная составляющая привлекательности продукта

Довольно часто агенты высказывают и претензии к отелям в неудобстве транспортного сообщения — среди отечественных объектов размещения взаимодействии с транспортными компаниями встречается еще не так часто, как могло бы. Поэтому туристы зачастую вынуждены добираться до отеля или санатория самостоятельно, что удобно далеко не всегда. Некоторые отели, впрочем, предоставляют услугу трансфера своим гостям от магистральных транспортных терминалов, однако в большинстве случаев стоимость такой услуги существенно превышает стоимость проезда на такси, не говоря уж о рейсовом автобусе.

### Выход есть!

На наш взгляд, найти выход из описанных ситуаций вполне возможно. Для этого, в первую очередь, необходимо желание всех участников туристической цепочки. Так, для устранения неоправданного завышения цен отели и агенты могут договориться и перейти от системы накруток на свои услуги к принятой во всем мире системе скидок, когда максимальная цена за номер заявляется для индивидуального туриста, а далее вступают в действие различные (например, туроператорские или агентские) скидки. Величины скидок могут изменяться в зависимости от сезона, спроса, количества привлеченных данным агентом клиентов, а также других факторов, таких, как, например, массовые акции в местности, где расположен отель. Такое динамическое регулирование стоимости

проживания позволяет заполнить практически любой отель до 85-90%.

Разумеется, и отелям, и агентам необходимо возможно более тесно сотрудничать с системами резервирования — как глобальными, так и локальными. Мы уверены, что сегодня национальная туристическая индустрия вплотную подошла к созданию национальной системы резервирования туристических услуг — об этом уже неоднократно писалось на страницах профильной прессы, в т.ч. и УТ. Проекты ее создания уже существуют, и необходима лишь добрая воля всех участников туристической цепочки, а также определенные инвестиции для ее создания и запуска. В любом случае, запуск такой систему раз навсегда устранил явление

перепродажи мест, по крайней мере, в его нынешних объемах. Об этом свидетельствует хотя бы опыт Турции.

Наконец, как туристическим компаниям, так и отелям, стоит стремиться к наиболее полной комплектации своих услуг, для чего взаимодействовать с транспортными компаниями, ресторанами, развлекательными заведениями и другими инфраструктурными объектами. Нет сомнения, что турист, остановившись на курорте, гораздо охотнее заплатит за посещение соседнего аквапарка, если при предъявлении гостиничной карточки гостя он получит ощутимую скидку на входной билет. Точно так же турист, которого встретит на вокзале или в аэропорту водитель такси с табличкой, где будет указано

имя туриста, и доведет до места назначения за разумные деньги, с большим удовольствием вернется к агенту, который продал ему такой всеобъемлющий тур.

### Велосипед не изобретаем

Во всем перечисленном выше нет ничего революционно нового — это всего лишь схема работы современной туристической индустрии в мире. Чтобы ее внедрить в Украине, нужно не так уж много — возможно, такую работу на себя сможет взять общественная организация, действующая или будущая. Например, Ассоциация турфирм и отелей, которая поставит перед собой цель продвигать туризм в Украине как за рубежом, так и среди отечественных туристов. Ведь туристический потенциал нашей страны далеко еще не насыщен...

УТ



# Плавучий турбизнес: есть ли будущее?

Виктория САМОЙЛОВА

## Чиновничий гнев обрушился внезапно

Внезапная ликвидация дебаркадеров с киевской набережной Днепра вызвала недоумение даже у самых ярых противников такого рода сооружений. Большинство жителей столицы в недоумении — если плавсредства в течение десяти лет только множились, ютятся в этой четырехкилометровой зоне, то почему в один момент их объявили вне закона? Все эти отели и рестораны на воде действительно «экологические террористы», коими их пытается представить власть, или «всего лишь» жертвы столкновения чьих-то бизнес интересов? И хотя от дебаркадеров очистить набережную власти грозятся уже к сентябрю, возникает вопрос: а не перерастут ли их действия в затяжную войну с «уродующими вид баржами», как в Москве? И еще: почему в цивилизованных странах мира строения на воде не только украшение городов, но и элементарная необходимость, а у нас они, мягко говоря, не в фаворе?

По большому счету, настаивает не столько намерение властей очистить причальную стенку набережной Днепра, сколько проявленное рвение. В течение многих лет эти заведения функционировали без осо-



В УСТРАНЕНИИ ДЕБАРКАДЕРОВ С НАБЕРЕЖНОЙ ДНЕПРА ПРОСМАТРИВАЕТСЯ КОНФЛИКТ БИЗНЕС-ИНТЕРЕСОВ МЕЖДУ МЭРИЕЙ И ВЛАДЕЛЬЦАМИ ПЛАВСРЕДСТВ. ЭКОЛОГИЯ СТОЛИЦЫ – ДАЛЕКО НЕ НА ПЕРВОМ МЕСТЕ...

бых проблем, а столичные власти даже рассчитывали на флотели во время расселения футбольных болельщиков в период проведения Евро-2012. Но в один момент чиновники всех соответствующих контролирующих ведомств в один голос заговорили о вреде, который все эти заведения наносят окружающей среде. Появились уголовные дела, согласно которым «Мураками» и «River Palace» отбуксировали «до момента окончания расследования», а на всех остальных

объектах вдруг оказалась масса нарушений, например, отсутствие инженерных коммуникаций, из-за чего все бытовые и канализационные отходы попадали в воду Днепра. Позже появилось другое объяснение — все флотели и рестораны необходимо отвести от набережной в связи с необходимостью осмотра гидротехнических сооружений. Выстрел сделала и прокуратура Киева, заявив о том, что набережная — это «исключительно берегоукрепляющее сооружение, не приспособленное для отстоя

плавсредств». А министерство транспорта, несмотря на существование у предприятий договоров с региональным отделением Фонда Госимущества и ГП «Плесо», потребовало от владельцев дебаркадеров заключить договор напрямую с ним.

### Дебаркадеры мешают застройщикам?

Как выяснилось позже, тучи над плавсредствами сгустились уже год — к ним регулярно наведывались представители прокуратуры, налоговой, санэпидстанции, пожарной службы. За справедливостью хозяева заведений обратились в киевские суды, которые, в отличие от слаженной работы властей, прокуратуры и МВД, взялись за «дело о дебаркадерах» крайне неохотно. Владельцы недоумевают — если набережная действительно разваливается, то почему не решить вопрос с ее ремонтом цивилизованным путем? И почему, в соответствии с принятыми в 2004 году изменениями в законодательстве (дебаркадеры с тех пор не могут быть арендованы), с собственниками договор об аренде никто не расторгал? К тому же, если уж расчищать набережную, то можно было бы начать с плавучего ресторана «Адмирал», который наполовину затонул еще в марте и до сих пор гниет в воде. Так или иначе, эпопея с дебаркадерами, длящаяся уже пару месяцев, родила массу предположений и слухов, где вопрос экологии — далеко не на первом месте.

Наиболее адекватных вариантов того, что происходит на киевской набережной, два. Первый: освободить побольше мест у причальной стены, чтобы их могли занять новые владель-

цы на новых условиях, вплоть до аренды земли под Днепром, как бы абсурдно это не звучало. Не зря же ведь в середине августа в столичной мэрии пошли на пятую, заявив, что рестораны смогут находиться на прежнем месте, но только в случае соблюдения всех требуемых норм. Второй: дебаркадеры никак не прописаны в Генплане застройки Киева, который находится в завершающей стадии разработки. При этом архитекторы вовсю



обсуждают перестройку участка от моста Патона до Подольского — там предлагается оборудовать 12 парковых зон, накрыть проезжую часть крышей и оборудовать пешеходную зону, которая будет вести со склонов к воде. Домов там не будет — лишь зона отдыха с огромным паркингом. Скептики же утверждают обратное: вариантов застройки набережной — масса, и практически во всех предусмотрено строительство офисных центров. Иначе для чего строить гигантскую парковку?

### С Москвы — как под копирку

Вопрос о ликвидации дебаркадеров московские власти подняли еще в 2003 году, а всерьез взялись за это в 2007-м, когда

начали отводить за пределы города первые гостиницы и рестораны. Годом позже эту деятельность приостановила Федеральная антимонопольная служба, а позднее это решение подтвердили и еще три судебные инстанции. В общей сложности из акватории Москвы-реки убрали лишь два ресторана — у них выявили целый ряд нарушений, начиная от разрешительных документов до сброса отходов в реку. Сегодня, в теории, хозяева могут продлить лицензию, после чего их заведения будут функционировать и дальше. Но это возможно только в том случае, если власть не ищет зацепок для отзыва этих лицензий, а как раз этим сегодня и занимаются многочисленные инстанции, вплоть до Росприроднадзора и Генпрокуратуры. При этом применяемые методы также далеки от цивилизованных — то патрули ГИБДД не дают клиентам парковаться, то разрешения на подключение к городским коммуникациям у заведений не окажется, то от электричества и водоснабжения отключат... Но московские владельцы утверждают практически то же самое, что и киевские. Дело в том, что за стоянку плавсредства в московский бюджет поступает максимум \$1000 — это в сотни раз меньше, чем платят за землю предприятия, расположенные на суше.

### Европа для нас — не пример?

Возможно, ситуация, которая сложилась с дебаркадерами и в России, и в Украине, сложилась из-за небольшой популярности их в наших странах. Все-таки, так, как за рубежом, особенно в Европе, у нас они еще не прижились. Зато там это явление очень распространенное. На воде располагаются бесчисленные рестораны, кафе, ночные клубы, музеи. →



→ Казалось бы, и у нас можно было бы таким образом вести бизнес, в первую очередь — туристический. Ведь не секрет, что существует определенная категория туристов, которая предпочитает платить за пейзаж. А уж в этом столичные набережные составят конкуренцию многим. Да и дефицит гостиничных номеров перед Евро-2012 никуда не денся, а построить и установить флотель высокой категории можно гораздо быстрее, чем стационарный отель — главным образом, из-за отсутствия длительной и весьма затратной процедуры землеотвода.

В плюсы «водной» инфраструктуры можно занести и относительную дешевизну помещения. В Украине стоимость его квадратного метра, с учетом необходимого оборудования, составляет около \$1500, (для сравнения, в России — \$ 2500). При этом «коробка» дома на воде обойдется на 20% дешевле наземного из-за того, что не требуется выполнения подземной части строительства. К тому же объект может быть доставлен уже в готовом виде, под ключ. И безусловный плюс — все еще отсутствие платы за землю.

Но увы — отечественные реалии оказываются прямо противоположными... К негативным сторонам «дебаркадерного бизнеса» нужно отнести, в первую очередь, юридические вопросы. Во-первых, бюрократическую волокиту с оформлением разрешений в нашей стране. Во-вторых, дебаркадер в Украине нельзя зарегистрировать как объект недвижимости. Изменения в законодательстве если и произойдут, то лишь с массовым увеличением подоб-



ных плавсредств. К тому же, так как дебаркадер не является недвижимостью, договор аренды на него тоже заключить нельзя.

Таким образом, вопрос деятельности туристической инфраструктуры на воде остается в Украине открытым. Нет сомнения, что общественные организации, объединяющие профессионалов туристического

бизнеса и отстаивающие интересы своих членов перед властью, обратят внимание и на такие, казалось бы, далекие от туризма вопросы, как разработка и внедрение правовой базы для инфраструктуры, действующей на различных плавсредствах.

### Перечень основных документов, необходимых для установки дебаркадера в Киеве:

1. Заявление на имя начальника регионального отделения Фонда государственного имущества Украины в городе Киеве (прошу предоставить в аренду часть набережной (причалной стенки)).
2. Справка от балансодержателя (Киевский Речной Порт) о балансовой и остаточной стоимости данной причальной стенки.
3. Письмо от Киевской Городской Администрации в Региональное отделение Фонда Государственного имущества о том, что она не возражает против сдачи в аренду указанной причальной стенки.
4. Копии учредительных и право устанавливающих документов Арендатора, заверенные его печатью с пометкой копия верна. При наличии указанных документов будет подниматься вопрос о сдаче в аренду части набережной (причалной стенки) для установки дебаркадера. Фонд государственного имущества объявляет конкурс на проведение экспертной оценки состояния причальной стенки. Проводится экспертиза, которую оплачивает Арендатор. На основании экспертного заключения рассчитывается арендная плата (ориентировочно 12-15 грн. за м<sup>2</sup>; стоимость одного м<sup>2</sup> умножается на длину дебаркадера).
5. Договор аренды с Фондом государственного имущества. **УТ**

### КСТАТИ

О правовом хаосе в отношении инфраструктурных объектов, размещаемых на плавсредствах, свидетельствует случай, произошедший с одним из крупнейших отечественных банков — «Приватбанком». После того, как от причала поблизости от столичного моста Метро был отбуксирован дебаркадер, на котором находился развлекательный комплекс River Palace, на его место причалил плавучий офис «Приватбанка». Однако буквально через 2 дня и его отбуксировали в неизвестном направлении. Хотя, как утверждают сотрудники банка, все необходимые документы на размещение дебаркадера именно у этого участка причальной стенки у них есть...



# MIBS TRAVEL

## Уголок Пелопо

ВЕДУЩИЙ ТУРОПЕРАТОР ПО ГРЕЦИИ – КОМПАНИЯ MIBS TRAVEL – ОРГАНИЗОВАЛА ДЛЯ УКРАИНСКИХ ТУРАГЕНТОВ СЕМИНАР ПО ПРОДАЖАМ ТУРОВ НА ПЕЛОПОННЕС И О.КОРФУ

**Ж**арким вечером 3 августа туроператор MIBS Travel подарил 50 турагентам долгожданное чувство прохлады, организовав для них выездной семинар на теплоходе по спокойным водам Днепра. Мероприятие было посвящено одному из самых ярких греческих направлений компании — п-ову Пелопоннес и о. Корфу, куда MIBS Travel осуществляет этим летом собственные прямые вылеты. «Благодаря нашим рейсам на Пелопоннес и Корфу, трансферы от аэропортов до базовых отелей составляют от 15 до 50 минут, а цена наших пакетных туров на эти курорты теперь доступна практически любому туристу», — заверил Андрей Полосенко, генеральный директор MIBS Travel.



Со всеми преимуществами отдыха на Пелопоннесе и Корфу турагентства познакомил Максим Пашков, рг-директор компаний ЮЖНЫЙ КРЕСТ и MIBS Travel, который живо расписал величественное историческое прошлое этих регионов, их исключительную природную красоту, мягкий средиземноморский климат и большое количество солнечных дней в году. Особо эксперт отметил кристально чистое, спокойное бирюзовое море и не имеющие аналогов в Средиземноморье роскошные песчаные пляжи, где в окружении сосновых и оливковых рощ раскинулись современные отели, входящие в сети Aldemar и Grecotel.

# Пелопоннеса на Днепре

Возможности этих, одних из самых популярных отелей Пелопоннеса и Корфу подробно представили специальные гости семинара — Екатерина Лахтадыр и Татьяна Серова, официальные представители в Украине сетей Aldemar и Grecotel. Их выступления оказались не только информационно насыщенными и крайне полезными, но и весьма эмоциональными. Последнее отметили представители турагентств, открывших для себя Пелопоннес и Корфу с разных, в том числе совсем необычных, сторон.

Разумеется, не обошлось без конкурсов — ведь такие мероприятия закрепляют знания агентов о



продаваемом продукте, стимулируют сотрудников приобретать и совершенствовать навыки продаж именно этого направления. MIBS Travel наградила победителей прошедшего конкурса «Знаешь ли ты Grecotel?» оливковым маслом и тремя бесплатными путевками в Grecotel на Пелопоннесе. В заключение вечера

туроператор объявил о запуске нового семейного конкурса для сотрудников турагентств «Греция глазами детей!», где главным призом будет тур на 2 взрослых и 1-2 детей опять же на Пелопоннес, но в этот раз в отель Aldemar.

*Пресс-служба компании MIBS Travel*



# Чехия — направление визовое, но массовое



*Мариан ВИШНЁВСКИЙ,  
заведующий Консульским  
отделом Посольства Чешской  
Республики в Украине*



*Ани ШАГИНЯНОВА,  
начальник визового отдела  
Консульства ЧР в Украине*



## **Возможна ли визовая массовость?**

В туристической индустрии массовыми направлениями считаются такие, по которым отправляется не менее 100000 туристов в год. С этой точки зрения Чехия для Украины вплотную приблизилась к количественному критерию массового направления: сегодня общее количество всех виз, выдаваемых всеми чешскими консульствами гражданам Украины, превышает 100 тысяч в

год. Подавляющее большинство из этих виз — туристические, т.е. целью поездки в анкете аппликанты указывают «туризм».

Сегодня наша страна является членом Шенгенского соглашения, и для въезда на территорию Чехии с целью туризма граждане Украины должны оформлять в чешских консульствах шенгенские визы. Тем не менее, по нашему глубокому убеждению, наличие визового режима не является препятствием для раз-

вития туризма — об этом, в частности, свидетельствует статистика оформления чешских/шенгенских виз консульством Чехии в Киеве.

## **Турфирмы как партнеры**

В формировании туристического потока в Чехию определяющую роль играют украинские туристические компании, работающие на чешском направлении, и аккредитованные в нашем консульстве. Мы рассматриваем турфирмы, которые прошли процедуру аккредитации, как

своих деловых партнеров (в аспекте европейского понимания государственно-частного партнерства). Правила аккредитации туристических компаний в нашем консульстве полностью соответствуют требованиям Визового кодекса ЕС и являются унифицированными для каждой страны — члена Евросоюза.

Аккредитованные в нашем консульстве туристические компании осуществляют предварительную подготовку представленных туристами документов для оформления шенгенской визы, содействуют своим клиентам в правильном заполнении аппликационных форм, а также консультируют их по поводу комплекта необходимых для оформления визы документов и процедуры ее получения, т.е. берут на себя часть ответственности за соблюдение туристами шенгенских правил. Эта ответственность отражается в соглашении, которое Консульство заключает с каждой аккредитованной турфирмой, что отражено в комплекте документов, необходимых для аккредитации.

Благодаря такому партнерству, мы не бюрократизируем процедуру получения визы, в частности, в подавляющем большинстве случаев не требуем от туристов предоставления каких-либо дополнительных документов, кроме стандартных, и крайне редко прибегаем к практике назначения собеседования с аппликантом-туристом. Хотя, конечно, такие случаи встречаются — например, когда мы имеем какие-либо сомнения в соответствии заявленной цели поездки реальной.

В результате тесного взаимодействия с украинскими туристическими компаниями

количество отказов для туристов в нашем консульстве минимально, а в соответствии с данными одного из украинских общественно-политических изданий, Консульство Чехии признано наиболее дружелюбным среди пользующихся популярностью туристических направлений в Украине.

### Аккредитация по этапам

Туристические компании весьма часто обращаются к нам с просьбой аккредитоваться в Консульстве Чехии. Поскольку количество аккредитованных компаний напрямую определяется пропускной способностью нашего Консульства, аккредито-

вать всех желающих мы не можем по вполне объективной причине. Это, однако, не значит, что документы на аккредитацию не принимаются.

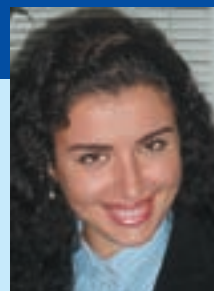
Таким образом, существует, как минимум, 3 этапа аккредитации в Консульстве Чехии:

- подготовка и подача документов на аккредитацию, их изучение в случае интереса Консульства к сотрудничеству Консульства с данной компанией;
- ожидание решения об аккредитации со стороны руководства Посольства;
- решение об аккредитации и начало полноценного сотрудничества с Консульством.

Все решения об аккредитации туристической компании обсуждаются среди руководства Посольства, собирается аккредитационная комиссия, а принимает решение об аккредитации (или отказе в ней — формально возможно и такое) глава дипломатической миссии — Чрезвычайный Полномочный Посол Чехии в Украине. Заметим также, что процедура аккредитации в нашем консульстве →



Наталья АНДРЕНАТИЙ,  
директор компании «ASNA Travel»:



Можно с уверенностью сказать, что чешское направление нельзя охарактеризовать низкими показателями спроса. Чехия всегда являлась достаточно доступной европейской страной с высоким уровнем качества обслуживания клиентов. С моей точки зрения, превращать высокоуровневый отдых в массовый туризм не хотелось бы, т.к. это неизбежно повлечет за собой снижение качества отдыха.

Клиентов, влюбленных в Чешскую Республику, постоянных наших туристов, в последний год начали интересоваться не просто экскурсии в

прекрасный и неповторимый Чешский Крумлов, богатейшую Моравию другие не менее уникальные экскурсионные объекты. Им интересно уже остановиться на несколько дней и познакомиться с этими местами поближе. Но, конечно, неизменное первенство занимают Прага и Карловы Вары, хотя, достаточно весомой альтернативой последним уже сейчас приходится Марианские Лазне.



Елена БЫЧЕК, владелица ООО «Максима Тревел»:



Чешское направление в туризме — однозначно массовое!

Хотя, конечно, в нем присутствует и сегмент индивидуального туризма.

Если рассматривать постоянных клиентов, то среди них наиболее востребовано санаторно-курортное лечение. Побывав в Чехии в составе экскурсионных групп, как правило, туристы уже хотят новых направлений. А вот если лечение дало результаты, то на курорты возвращаются снова и снова, меняя, может быть только отель! Юг и юго-восток Чехии интересен для бизнес-туристов, либо в зимний период для лыжников, предпочитающих личный транспорт для поездок на отдых.

Не в последнюю очередь на формирование стабильных турпотоков на чешском направлении влияет и политика консульства, которую мы оцениваем в целом

положительно. Так, при подаче документов мы точно знаем дату получения визы, что позволяет планировать поездку туриста. Упростилась система подачи документов турфирмами (существует запись на дни подачи и квота мест, которые всегда подтверждаются консульством). Проблемы с подачами документов на визы бывают только в периоды массового выезда наших сограждан за границу. Это Новогодние и майские праздники. В эти дни турфирмам приходится нелегко.

А для совершенствования сотрудничества турфирм и консульства было бы полезно чаще организовывать встречи представителей турфирм с работниками консульства.

Кроме традиционных туров в Чехию, эта страна интересна и с точки зрения формирования комплексных туров с выездом в соседние страны. Интерес к таким комплексным турам, как к авиа, так и к автобусным, конечно же, существует. И мы думаем, что такие туры всегда будут интересны и востребованы.

→ полностью прозрачна и открыта, мы не применяем излишних бюрократических процедур. Более того, все аккредитационные требования, список необходимых документов, а также аккредитованных в Консульстве туристических компаний размещены на Интернет-сайте Посольства Чехии в Украине, и обновляются в режиме реального времени.

### Лишиться аккредитации?

#### Это совсем просто!

Туристический бизнес — это сложный, многогранный процесс. В нем случается всякое, и мы прекрасно это понимаем. Поэтому никто из туристических компаний не может нас упрекнуть, что мы кого-то необоснованно, например, лишили аккредитации. В случае выявления каких-то нарушений мы сначала предупреждаем сотрудника фирмы, который это нарушение допустил, потом — проводим беседу с руководителем отдела визовой поддержки, директором или владельцем фирмы, и лишь в случае повторяющихся нарушений прибегаем к санкциям. Но и в этом случае мы не лишаем турфирму аккредитации сразу — у нас существует такой инструмент, как приостановка аккредитации на три месяца. Но и к такой мере воздействия мы прибегаем крайне редко. Что же касается лишения аккредитации, то подавляющее большинство таких решений принимается по объективным причинам: например, по заявлению самой турфирмы, или по факту утраты ею лицензии, фактическому прекращению деятельности (к примеру, фирма на протяжении года не привела ни одного туриста). Что же касается принудительного лишения аккредитации в случае грубых нарушений (например, содействия нелегальной миграции или банальной торговле визами), то эти случаи, пожалуй, можно пересчитать по пальцам одной руки. Но даже в этих случаях мы пытаемся максимально разобраться в ситуации, предоставляем фирмам шанс на оправдание.

Касательно количественных показателей турпотоков, хотелось бы подчеркнуть, что мы рекомендуем аккредитованным фирмам придерживаться определенного минимума в 70-100 туристов в год. Ведь Чехия — не какая-либо экзотическая, далекая от Украины страна, и туристов, желающих посетить Чехию, вполне достаточно.

### Украина как приоритет для чешской туристической индустрии

О важности турпотоков из Украины для туристической индустрии нашей страны говорит хотя бы тот факт, что вашими туристами заинтересовались и →

# ЧЕХИЯ з перших рук

- Індивідуальні тури
- Авіатури
- Комбіновані тури Чехія – Європа
- Гірськолижні курорти

### Лікування на курортах:

- Карлові Вари
- Маріанські Лазні
- Франтішкови Лазні та інші курорти

### А також:

Єгипет, Туреччина, Шрі-Ланка, Словаччина, Швейцарія...



  
maxima  
travel

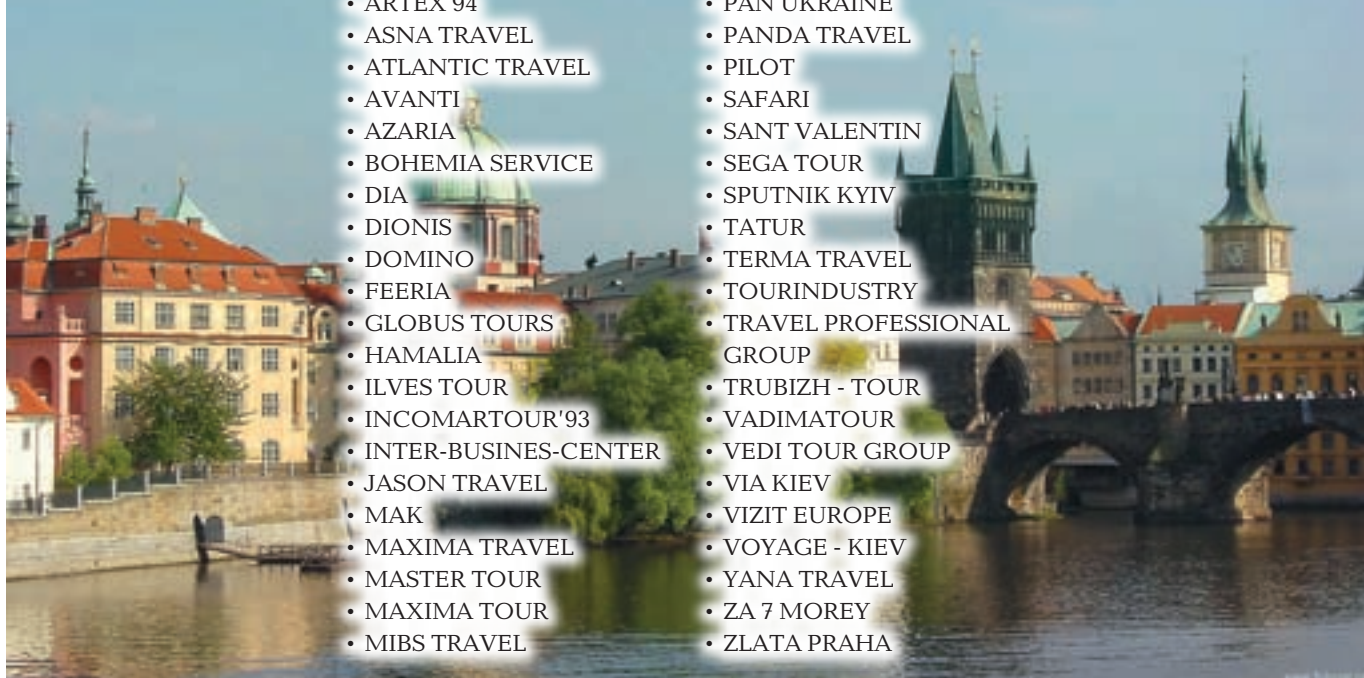
ТОВ Максіма Тревел  
вул. Гончара, 55 оф. 55  
м. Київ, Україна  
тел: 228-8223, 221-5995

info@maxima-travel.com.ua  
www.maxima-travel.com.ua

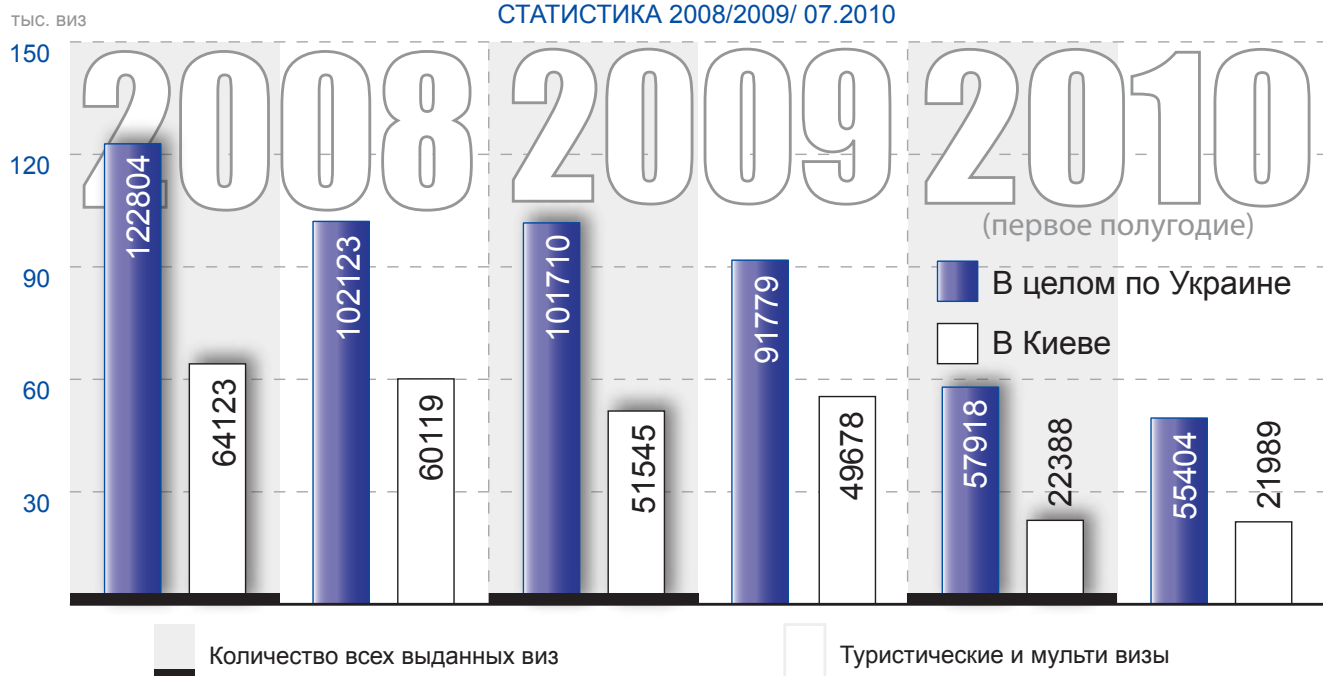
Туристические компании, аккредитованные  
Консульством Чешской Республики в Киеве  
(по состоянию на 20 августа 2010 г.)



- 4 SEASONS TOUR
- ARKA
- ARMAN
- ARTEX 94
- ASNA TRAVEL
- ATLANTIC TRAVEL
- AVANTI
- AZARIA
- BOHEMIA SERVICE
- DIA
- DIONIS
- DOMINO
- FEERIA
- GLOBUS TOURS
- HAMALIA
- ILVES TOUR
- INCOMARTOUR'93
- INTER-BUSINES-CENTER
- JASON TRAVEL
- MAK
- MAXIMA TRAVEL
- MASTER TOUR
- MAXIMA TOUR
- MIBS TRAVEL
- NATALY VOYAGE
- OBERIG
- OTUS
- PAN UKRAINE
- PANDA TRAVEL
- PILOT
- SAFARI
- SANT VALENTIN
- SEGA TOUR
- SPUTNIK KYIV
- TATUR
- TERMA TRAVEL
- TOURINDUSTRY
- TRAVEL PROFESSIONAL GROUP
- TRUBIZH - TOUR
- VADIMATOUR
- VEDI TOUR GROUP
- VIA KIEV
- VIZIT EUROPE
- VOYAGE - KIEV
- YANA TRAVEL
- ZA 7 MOREY
- ZLATA PRAHA



СТАТИСТИКА 2008/2009/ 07.2010





→ регионы Чехии, в которые никогда раньше не наблюдался сколь-нибудь значительный турпоток из Украины. Например, Моравия или Южная Чехия с завидной регулярностью проводят в Украине презентации своих турпродуктов, тамошние туристические администрации налаживают прямые связи с украинскими турфирмами... Всеми этому, разумеется, способствует готовность Консульства решать возникшие вопросы и неясности незамедлительно, организация официальных ежегодных встреч с представителями турфирм, а также деятельность киевского представительства Национального управления CzechTourism, которое весьма активно (и, хотелось бы заметить, эффективно) представляет туристические возможности Чехии в вашей стране. Все это в результате приводит к стабильному возрастанию туристических потоков

**20 ЛЕТ НАДЕЖНОСТИ И КАЧЕСТВА**



ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО В УКРАИНЕ  
чешская туристическая фирма  
**JASON TRAVEL s.r.o.**

- Индивидуальные и групповые туры
- Экскурсионные программы
- Лечение на курортах Чехии
- Специальные предложения

01030, г. Киев, ул. Гончара 55-А  
(044) 228-63-88 (многоканальный)  
(044) 228-63-80  
[www.jasontravel.cz](http://www.jasontravel.cz)  
[jason@jason.com.ua](mailto:jason@jason.com.ua)

из Чехии в Украину (несмотря на жалобы отелей на снижение количества туристов из Украины в кризисный период, по количеству выданных виз мы

этого не почувствовали). А следовательно, к углублению сотрудничества и взаимопонимания между жителями наших стран.



# Путь к сердцу Европы



*Анна БИРКОВСКАЯ, директор представительства в Украине Национального управления туристического управления Чешской Республики CzechTourism*

## СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПОТОКОВ ИЗ УКРАИНЫ НА ЧЕШСКОМ НАПРАВЛЕНИИ

### **Украина: перспективный донор**

Чешская Республика является весьма привлекательным туристическим направлением для украинских граждан, а следовательно, пользуется повышенным вниманием отечественных туристических компаний. Такой вывод, даже сделанный интуитивно, подтверждают цифры. Согласно данным Чешского управления статистики, Украина занимает 15 место среди 20 стран-эмитентов турпотоков в Чешскую Республику. Количество наших сограждан, зарегистрированных в качестве туристов, составило в 1 полугодии 2010 г. 44 918 человек, или 1.6%

от общего въездного турпотока в ЧР. Сопоставляя эти данные с данными чешских консульств в Украине о выдаче виз, можно сделать вывод, что подавляющее большинство граждан нашей страны въезжают в Чехию с туристической целью.

Что же касается числа ночей, проведенных гражданами Украины в Чехии, то этот показатель еще более красноречив: в первом полугодии 2010 года украинцы провели в Чехии 135 661 ночь (13-е место), что составило 1.7% от общего количества ночей, проведенных иностранными гостями в ЧР. При этом среднее количество ночей, проводимое украинцами в Чехии (4) превы-

шает усредненный показатель по всем странам-эмитентам (3.9), причем по этому показателю Украина находится на почетном 4-м месте, разделяя его с Норвегией и уступая лишь абсолютному лидеру — России (6.2 ночи), а также держателям 2-го и 3-го мест: соответственно Германии и Дании (4.5 ночи), Нидерландам и Израилю (4.3 ночи).

Что же касается темпов прироста туристического потока в Чехию, то здесь Украина является единоличным и абсолютным лидером: по отношению к аналогичному периоду 2009 года этот показатель в первой половине нынешнего года составляет 139.7%. Этот же показатель для ближайшего конкурента — Дании, занимающей 2-е место в этом рейтинге, составляет 122%.

Эти данные отчасти можно объяснить резким падением выездных турпотоков из Украины по всем направлениям в кризисном 2009 году. Однако нет сомнений, что такие показатели могут быть объяснены и по-другому, а именно неуклонно возрастающим интересом украинцев именно к чешскому туристическому направлению.

**Курорты Чехии: количество украинцев уменьшается, показатели по-прежнему высоки**

Вместе с тем, в некоторых сегментах чешского туристического рынка картина выглядит совсем не такой радужной. К примеру, количество украинцев, отдыхающих на курортах Чешской Республики, уменьшилось в первой половине нынешнего года по сравнению с аналогичным периодом прошлого на 8% и составило, согласно тем же данным, 3092 чел. против 3345 в аналогичном периоде прошло-



го года. По отношению ко всему турпоток на чешские курорты это составляет 2.05%.

В то же время, соседняя Россия демонстрирует рост количества отдыхающих на чешских курортах — 112%.

С другой стороны, Украина является одним из лидеров по количеству ночей, проведенных туристами на курортах ЧР: этот показатель в 1 половине нынешнего года составил 38272, а усредненный — 13.4 ночи. По последнему показателю Украина занимает почетное 2-е место, уступая лишь России (13.7 ночей). Чешское ➔

**ТОП-20 СТРАН-ЭМИТЕНТОВ ТУРИСТОВ В ЧЕШСКУЮ РЕСПУБЛИКУ В ПЕРВОМ ПОЛУГОДИИ 2010 Г.**

Страна	Количество граждан, въехавших в ЧР	%% к общему количеству	Среднее число ночей	Всего ночей	%% по отношению к общему количеству	%% по сравнению с I полугодием 2009 г.
Германия	622 036	22.30%	4.5	2 182 272	26.70%	99.6
Россия	183 705	6.60%	6.2	959 790	11.80%	114
Польша	170 623	6.10%	3.2	376 580	4.60%	101.9
Великобритания	164 757	5.90%	3.5	409 448	5.00%	95.3
Италия	157 771	5.60%	3.9	464 300	5.70%	88.4
Словакия	141 547	5.10%	2.9	272 187	3.30%	108.1
США	124 801	4.50%	3.6	325 019	4.00%	109.3
Франция	116 577	4.20%	3.6	298 461	3.70%	112.2
Австрия	81 454	2.90%	3.1	170 278	2.10%	107.4
Испания	79 042	2.80%	3.9	229 983	2.80%	110.4
Нидерланды	78 562	2.80%	4.3	262 012	3.20%	99.1
Япония	57 324	2.10%	2.9	107 312	1.30%	121.9
Дания	47 997	1.70%	4.3	156 793	1.90%	122
Венгрия	45 303	1.60%	3.1	95 049	1.20%	115.8
<b>Украина</b>	<b>44 918</b>	<b>1.60%</b>	<b>4</b>	<b>135 661</b>	<b>1.70%</b>	<b>139.7</b>
Швеция	40 062	1.40%	3.7	108 224	1.30%	110.2
Бельгия	38 415	1.40%	3.6	98 007	1.20%	96.4
Норвегия	37 007	1.30%	4	109 258	1.30%	105.3
Израиль	36 083	1.30%	4.3	120 229	1.50%	117.3
Швейцария	33 758	1.20%	3.5	83 435	1.00%	114
Всего	2 793 782	100.00%	3.9	8 167 610	100.00%	103.7
Топ-20	2 301 742	82.40%		6 964 298	85.30%	104.2
Остальные	492 040	17.60%		1 203 312	14.70%	101.7

Источник: Чешское управление статистики

→ управление статистики отмечает, что больше всего ночей на курортах ЧР проводят граждане так называемых «русскоговорящих» стран, к которым, кроме России, причисляет и Украину, а также Израиля (10.4 ночи).

Тенденции снижения количества граждан Украины, отдыхающих на чешских курортах, можно объяснить частично узкой направленностью курортной и спа-составляющей для наших сограждан в чешском направлении: украинцы предпочитают отдыхать в Карловых Варах и Марианских Лазнях, которые сами по себе являются недорогими курортами. К тому же многие из спа-туристов уже неоднократно побывали на известных им чешских курортах, и в последующих поездках отдают предпочтение курортам других стран (например, Австрии, Германии или Венгрии). Поскольку многие граждане Украины еще не обладают информацией о раз-



нообразии чешского курортно-рекреационного комплекса, для отечественных туристических компаний на этом направлении возникает хороший потенциал повышения турпотока и, как следствие, расширения клиентской базы.

### Мероприятия CzechTourism по привлечению новых туристов

Одной из важнейших задач украинского представительства CzechTourism является расширение информации о

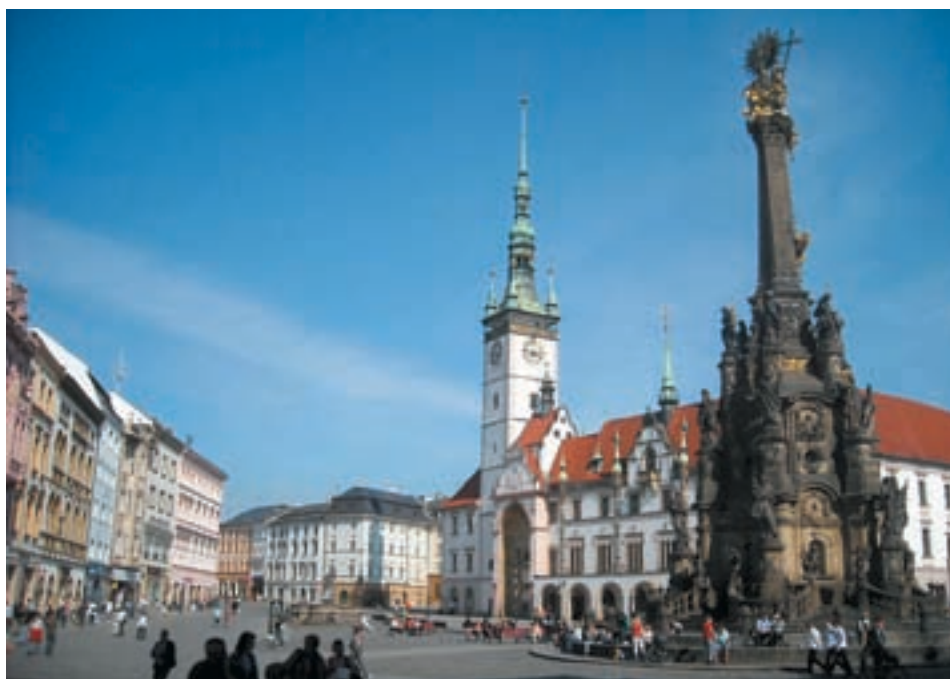
туристических возможностях для украинских граждан в Чешской Республике. Поскольку статистические данные свидетельствуют, что большинство украинцев при осуществлении поездки в ЧР пользуются услугами турфирм (не в последнюю очередь из-за необходимости оформлять для въезда в Чехию шенгенскую визу), представительство в сотрудничестве с украинскими туристическими компаниями регулярно проводит разнообразные мероприятия, направленные на повышение информированности наших сограждан касательно всех аспектов туризма в ЧР. Так, в ноябре 2010 г. в Киеве и Днепропетровске будет проведен традиционный воркшоп по чешским курортам, в котором традиционно примут участие представители туристической индустрии ЧР. В следующем году мы планируем пригласить украинских врачей-курортологов и терапевтов на специализированный семинар в рамках Карловарской недели: Таким образом, повышая уровень знаний медиков о возможностях курортной индустрии Чехии, мы надеемся и на увеличение рекреационного сегмента в общем турпотоке в Чехию.

ЧехТуризм будет традиционно участвовать на турсалоне «Украина-2010». Сообразно с направленностью этой выставки, основными темами экспозиции Чешской Республики станут возможности для зимних видов спорта и отдыха, а также возможности рекреационного сектора ЧР, которые, в своем подавляющем большинстве, не зависят от времени года.

Особое внимание этой осенью мы будем уделять представлению возможностей туризма в Чехии для западного региона Украины. Западные области располагаются недалеко от территории



ЧР, и многие жители региона сравнительно часто посещают эту страну. Мы хотим донести до них, что, несмотря на свои компактные размеры, Чехия является весьма многогранной в плане как историко-архитектурных достопримечательностей и культурных памятников, так и других видов отдыха и туризма, в т.ч. активного. Одной из своих основных задач на Западной Украине мы видим презентацию туристических возможностей тех регионов Чехии, в которые турпоток из нашей страны пока невелик. Например, Моравии. Тем более, что в последнее время Злинский край (Восточная Моравия) и Львовская область активно развивают партнерские отношения. Именно в поддержку упомянутого сотрудничества 22-26 октября во Львове для представителей туриндустрии будет проведена презентация туристического продукта «Моравский янтарный путь», а также Дни чешской кухни в известном ресторане «Віденська кав'ярня».



### Мотивация для турфирм

Анализ данных турпотоков из Украины в Чехию однозначно свидетельствует, что это направление далеко не насыщено, и для туристических компаний Украины на чешском направлении открываются широкие возможности продажи турпакетов.

Для этого, на наш взгляд, есть все предпосылки, а именно:

- близость территорий Чехии и Украины, хорошее транспортное сообщение между нашими странами;
- традиционно высокий уровень чешской туристической инфраструктуры, высокое качество предоставляемых услуг →

### КОЛИЧЕСТВО ИНОСТРАННЫХ ТУРИСТОВ НА КУОРТАХ ЧР В ПЕРВОМ ПОЛУГОДИИ 2010 Г.

	Количество туристов		%%20 10/2009	%% 2009	%% 2010	Среднее число ночей	Количество ночей
	2009	2010					
Германия	86 423	85 946	99%	59.34%	56.99%	9.2	708 097
Россия	27 457	30 835	112%	18.85%	20.45%	13.7	390 228
Азиатские страны	9 621	9 151	95%	6.61%	6.07%	6.5	50 142
Австрия	2 542	3 141	124%	1.75%	2.08%	6.9	18 628
<b>Украина</b>	<b>3 345</b>	<b>3 092</b>	<b>92%</b>	<b>2.30%</b>	<b>2.05%</b>	<b>13.4</b>	<b>38 272</b>
Словакия	1 935	2 269	117%	1.33%	1.50%	4.5	7 872
Другие европейские страны	2 050	1 943	95%	1.41%	1.29%	10.7	18 936
США	1 189	1 374	116%	0.82%	0.91%	7.9	9 440
Израиль	1 001	1 269	127%	0.69%	0.84%	10.4	11 884
Польша	1 596	1 249	78%	1.10%	0.83%	4.4	4 185

Источник: Чешское управление статистики

→ в сочетании с умеренными ценами;

- большое разнообразие видов туризма и отдыха в Чехии (экскурсионный, лечебно-релаксационный, событийный, активный, деловой, гастрономический, в т.ч. пивной и винный);
- сходство менталитетов двух славянских народов, принадлежность украинского и чешского языков к семье славянских, благодаря чему существенно понижается высота языкового барьера для украинцев в Чехии;
- конструктивная позиция консульств ЧР в Украине, которые охотно идут на сотрудничество с украинскими турфирмами и не создают дополнительных барьеров при оформлении тури-



стических шенгенских виз с целью посещения Чешской Республики.

Однако нет никаких сомнений, что реального и ощутимого повышения турпотоков на чешском направлении мы сможем добиться лишь сообща. Мы верим, что наши проекты помогают турфирмам сориентироваться среди новинок чешской туристической индустрии, а главное, найти партнеров среди чешских коллег. Что касается последних, то мы принимаем усилия, направленные на их поддержку на территории Украины, в частности и с помощью запланированных широкомасштабных PR-акций. Мы открыты для сотрудничества и с удовольствием поддержим инициативы, направленные на презентацию Чешской Республики как привлекательной туристической дестинации. **УТ**



**Елена БОЙКО**, ведущий менеджер направления туристической компании TPG-Travel Professional Group:

Чехию однозначно можно назвать массовым направлением. Огромный ценовой сегмент предложений: от наиболее дешевого автобусного тура (от 250 евро/чел), недорогих экскурсионных авиатуров (от 450 евро/чел на неделю), широчайший спектр санаторно-курортного лечения на бальнеологических курортах Чехии. По-прежнему, наиболее востребованными являются туры в Прагу и Карловы Вары + Мариански Лазне, расширяется интерес клиентов к экскурсионному обслуживанию, все больше туристов интересуются «жемчужинами» Чехии, к примеру Чешским Крумловом и т.д. Потока, который бы перепрофилировался на новые направления, еще не наблюдается, но интересы туристов становятся более разнообразными. В этом году меня буквально потрясла группа молодежи, которая ехала на фестиваль авторской песни в Градец Кралове. Повеселил и клиент, который хотел поехать на битву эльфов. Т.е. возникают спонтанные новые течения, которые образуются самостоятельно, что свидетельствует о популяризации этой страны среди наших граждан.

Если говорить о нашем сотрудничестве с чешским консульством, то оно, на мой взгляд, является самым

контактным и адекватным по уровню требований. Во-первых, очень грамотный, совершенно разумный пакет документов, доступный любому гражданину Украины. Нет передергивания в сторону частных сведений, которыми злоупотребляют другие консульства. В чешское консульство всегда можно дозвониться, причем в зависимости от вопроса, возможно и поговорить непосредственно с главой консульского отдела, получить спокойный и вразумительный ответ по любой ситуации. Прием документов тоже осуществляется по записи без проблем и т.д.

Надо отметить еще и тот аспект, что визу можно открыть в чистые паспорта, что совершенно невозможно в консульствах Франции и Австрии, к примеру.

Чехия интересна для нас и как база для формирования комплексных туров. Так, экскурсионные туры, когда, проживая в Чехии, клиенты посещают Дрезден, замки Баварии, Вену, очень популярны. И количество клиентов, которые непосредственно из Киева заказывают такие туры, увеличивается буквально ежемесячно. Часть клиентов покупают эти экскурсии непосредственно в Чехии. В процентном соотношении — ориентировочно 80 процентов туристического потока покупают экскурсии за пределы ЧР.

# Летать с ЧСА — удобно и выгодно

**К**онкуренция между авиалиниями за пассажирами в современном мире очень высока, поэтому каждая авиакомпания, каждый перевозчик разрабатывает комплекс мер для того, чтобы пассажир из множества вариантов перелета выбрал бы именно его. Разумеется, не остается в стороне и национальный авиаперевозчик Чешской Республики — авиакомпания ЧСА, или Czech Airlines. Дружественную политику мы проводим как в отношении пассажиров, т.е. конечных потребителей услуг пассажирских авиаперевозок, так и с туристическими агентами — нашими партнерами, которые продают билеты на наши рейсы.

Хотел бы привести несколько примеров такого сотрудничества. Сегодня для наших украинских пассажиров доступна услуга web-регистрации, которая действует, начиная за 24 часа до вылета, и заканчивается за 2 часа. Пассажир, зная номер своего электронного билета, может, зайдя на наш сайт [www.czechairlines.com](http://www.czechairlines.com), зарегистрироваться на свой рейс, распечатать посадочный талон и таким способом избежать очередей на регистрацию. Багаж в таком случае сдается на стойке бизнес-класса. Единственное неудобство — талон нужно распечатывать — услугу mobile-checking мы пока что не предоставляем.

Особо удобна услуга web-регистрации в случае туристических



*Павел ГРДЛИЧКА,  
генеральный  
представитель Czech  
Airlines в Украине*

групп — агенты, бронирующие билеты, всегда знают их номера и без проблем могут зарегистри-

ровать всю группу на рейс. Поэтому я призываю агентов вносить максимальное количество данных туристов в резервационные формы — это существенно ускоряет обслуживание ваших клиентов.

Для индивидуальных пассажиров web-регистрация также весьма удобна — интернет и принтер сегодня есть у многих.

Для удобства наших пассажиров и партнеров Czech Airlines создала круглосуточный контакт-центр поддержки клиентов. Звонки на номер 0 800 505 316 бесплатны со всех стационарных телефонов. Абонента, набравшего этот номер, перенаправляют на консультационный центр ЧСА в Праге, где русскоязычные сотрудники ответят на любой его вопрос, как касательно расписания полетов, резервации билетов, провоза багажа и т.п., так и предоставят другую информацию, например, как добраться из аэропорта в Прагу. С вводом в действие контакт-центра никто не пожалуется, что не смог до нас дозвониться.

Для наших партнеров — сотрудников турфирм-агентов и членов их семей — мы предлагаем специальный тариф. Стоимость билета до

Праги по такому тарифу составит \$120 + сборы, а в Европу — \$150 нетто. Эти тарифы предусматривают подтвержденные места.

Для того, чтобы иностранные, в том числе и украинские, пассажиры, отдавали предпочтение нашей авиакомпании при полетах в Европу, мы существенно понизили ставку топливного сбора при транзите через Прагу. Теперь он составляет 10 евро за сегмент (до Праги — 26 евро). В случае же форс-мажорных обстоятельств, например, отказе в оформлении визы, мы полностью возвращаем стоимость билета. В таких случаях агенты могут воспользоваться специальной формой на сайте [www.bsplink.iata.org](http://www.bsplink.iata.org). Для полного возврата денег необходимо письмо из консульства, подтверждающее отказ в визе, или штамп об отказе в паспорте.

С 26 июля 2010 года для ускорения и упрощения процедуры запроса группового тарифа мы ввели специальный класс бронирования G. По этому классу групповые резервации доступны с начала зимнего сезона, т.е. с 31 октября с.г.

Все эти шаги мы предпринимаем с целью повысить привлекательность нашей компании для пассажиров и партнеров. Разумеется, любые подробности мы с удовольствием сообщим по нашим киевским телефонам +38044-288-1060, факс 288-1064. Эту, а также другую информацию касательно всех аспектов авиаперевозок самолетами компании ЧСА, а также сотрудничества с нами, можно узнать на нашем сайте [www.czechairlines.com](http://www.czechairlines.com).

# Туризм в Чехию: турпотоки расширит Моравия



Наталья УСЕНКО

**П**редложения украинских туроператоров с разнообразными маршрутами по Чехии занимают не одну страницу. Но, внимательно изучив эти предложения, легко заметить, что выбор на самом деле не так и велик.

Большая часть предложений — смешанные туры, включающие кроме Чехии (а в большинстве случаев — ее столицы Праги) посещение туристических достопримечательностей в соседних с Чехией странах (в основном это Вена, Дрезден, Мюнхен, Венеция и пр.)

Если же предлагается тур исключительно по Чехии, то большинство операторов предлагают ту же Прагу, Карловы Вары, реже Марианские Лазни. Редко, но встречаются и моравские города Брно и Оломоуц. В предложениях также упоминается Ледницко-Валтицкий комплекс, но это уже совсем исключительный вариант. Как оказывается, совершенно зря. Безусловно, магическая Прага с неповторимой атмосферой, легендами и невообразимой красоты архитектурными сооружениями достойна внимания. Но есть

не менее древняя и неповторимо очаровательная Моравия, которая почему-то обделена вниманием отечественных туроператоров.

## **Моравия — широкие возможности разнопланового отдыха**

Моравия — это регион, буквально переполненный возможностями для самых различных способов времяпровождения и отдыха. Достопримечательности здесь самые разные: замки, крепости, храмы, развалины и прекрасно сохранившиеся крепостные валы, минеральные источники, уютные



винотеки и, конечно же, пиво. Кроме того, горы и реки создают прекрасные возможности для активного отдыха.

### **Винный туризм – дегустация обязательна!**

Южная Моравия – винный край. Безусловно, вина делают и в других регионах Чехии. Но именно здесь производится 75% всего чешского вина. Благодаря удачному сочетанию особого климата, белым известковым почвам и мастерству местных виноделов, моравское вино занимает достойные позиции в мировых винотеках и дегустационных домах. Что примечательно – у чешских виноделов самое лучшее техническое оборудование в Европе. Это объясняется просто: в последние годы виноделие в Моравии стало не только доходным, но и престижным занятием. Поэтому виноделы, развивая свое ремесло, приобретают самую современную технику.

Отведать моравские вина можно в многочисленных маленьких частных винотеках, или в винных подвалах замков, резиденций. Чешские экскурсионные бюро охотно пользуются открывающимися перед ними возможностями – дегустации включаются практически в каждый экскурсионный тур по региону.

### **Пивные туры: существенная составляющая регионального турпродукта**

Пиво в Чехии – это больше, чем напиток: его, скорее, можно назвать традицией. Или культурой. Здесь его ласково называют: «Пивечко!». Моравия тоже может гордиться своими пивными традициями. В частно-



сти, здесь производят «Старобрно», которое признано лучшим светлым пивом в Европе. Известны пивоварни «Бавор» в городе Злине и «Гостар» в Знойме. В городе Оломоуце выпускается «Литовел». Чешские турфирмы охотно организуют экскурсии на эти заводы, следовательно, здесь

открываются дополнительные возможности в формировании туров и для украинских туроператоров.

Пиво производят большие именитые пивзаводы и маленькие пивоварни, которые есть в каждом, даже самом маленьком, поселке, едва ли не в каждом доме. Путешествуя по Моравии, обязательно нужно пробовать местное пиво, т.к. в каждой городке оно разное. В меню чешских ресторанов, уличных кафе и клубов пиво присутствует всегда. Много пивзаводов проводит экскурсии по пивоварням, причем с дегустацией. Летом большие и малые пивзаводы устраивают пивные праздники, которые также являются потенциально привлекательными для клиентов украинских турфирм, организовывающих туры в Чехию.



### **Рекреационные возможности Моравии**

Моравия известна и своими лечебными источниками, а следовательно – курортами. Как среди чехов, так и их соседей весьма ➔



→ популярны такие курорты, как Есеник, Велке Лосины, Климковице (Северная Моравия), Острожска Нова Вес (Южная Моравия )

Но самый популярный моравский курорт — Лугачовице. Условия и химический состав минеральной воды здесь сходны

с карловарскими. Но сами чехи предпочитают оздоравливаться именно здесь, поскольку услуги инфраструктуры в Лугачовицах ощутимо дешевле, чем в Карловых Варах. Практически все дома в центре города — пансионы, что для туристов является хорошей альтернативой посе-

лению в отелях, а следовательно, и для туристических компаний. Однако следует обратить внимание, что у Лугачовицких домов нет номеров, зато есть названия. Это может вызвать некоторую путаницу у туристов, во избежание которой агент должен обращать внимание своих клиентов, планирующих пребывание в Лугачовицах, на это обстоятельство.

### Региональные отличия исторической области

Исторический регион Моравия сегодня разделен на 3 административно-территориальные единицы, или края: Южная Моравия (столица - Брно), Восточная Моравия (Злинский Край со столицей Злин) и Центральная Моравия с Оломоуцем во главе.

Каждый из трех краев заслуживает того, чтобы организовывать туда самостоятельные туры. Хотя для этого, конечно, необходима мощная рекламно-информационная поддержка как со стороны самих краев Моравии в сотрудничестве с укра-



Татьяна ГРАБАРЧУК, главный менеджер по направлению Чехии компании «СЕГА ТУР Французский Альянс»:

Чешское направление вполне отвечает критериям массовости. Для того, чтобы посещение Чехии стало ещё доступней, и это направление стало более «массовым», нужны более дешевые тарифы на авиаперевозки (Аэросвит, ЧСА).

Популярными у украинского туриста традиционно являются Прага и Карловы Вары. Что же касается регионов, то они пользуются спросом в виде элементов, включенных в экскурсионную программу, при этом турист как правило, высказывает желание оставаться, к примеру, в Праге. К сожалению, такие регионы как Моравия, Злинский край, а также Чехия горнолыжная пока не пользуются массовым спросом, хотя достаточно активно

популяризируются на туристическом рынке Украины.

Если говорить о чешском консульстве, то претензий и жалоб к нему у нас нет. Консульство Чехии уже на протяжении длительного времени работает весьма четко, это касается и оформления экспресс-виз. Впрочем, политику сотрудничества с туристическими компаниями я бы описала так: по всей видимости, консульство Чехии находится своего рода «в поиске», т.к. ранее количество аккредитованных турфирм было неизменно, а сегодня их состав и количество меняется.

После вступления Чехии в шенгенскую зону комбинированные туры в этом направлении стали наиболее интересны нашим туристам. Здесь вариации всевозможные: Чехия + Австрия, Чехия + Германия, Чехия + Словакия, Польша.

инским представительством CzechTourism (что во многом осуществляется уже сегодня), так и по инициативе самих агентов, заинтересованных в привлечении дополнительных туристов.

### Южная Моравия

Южная Моравия очень отличается от остальной Чехии: архитектурой, традициями, кухней. Город Брно, столица Южной Моравии, является вторым по величине в Чешской Республике. Это культурный, научный, промышленный и исторический центр. Главные архитектурные памятники Брно расположены в компактной исторической части города. Здесь стоит посмотреть собор Свв. Петра и Павла, монастырь Августинцев и Базилика Вознесения Богоматери, церкви Св. Якуба, Св. Томаша, Св. Яна и многие другие. Заслуживают внимания Новая и Старая Ратуши. В Арке Старой Ратуши расположились символы Брно — колесо и дракон.

Огромную роль в жизни города играет Международный выставочный центр, где проходит ряд крупнейших международных выставок и ярмарок. В том числе туристическая выставка «GO», в рамках которой проходит ярмарка «REGIONTOUR».

Здесь просто приятно побродить узкими улочками, полюбоваться домом с атлантами, а вечером продегустировать чудесные моравские вина в маленькой частной винотеке. Брно — хороший пункт для автобусных туров: город расположен существенно ближе к Украине, чем Прага, следовательно, автобусный переезд станет для туристов не столь утомительным. С другой стороны, высокое качество автобана, соединяюще-

го чешскую и южноморавскую столицы, делают доставку в Брно туристов, прибывших в Чехию по воздуху, необременительной.

Как вариант, возможна доставка туристических групп из Праги в Брно железнодорожным транспортом, в частности, экспрессами Intercity. Однако такой способ требует от туроператора тесного взаимодействия с чешскими железными дорогами (или с чешским партнером, который хорошо знает специфику местного ж/д транспорта) — тарифы для проезда в поездах очень сильно зависят от



времени суток, дня недели, времени и способа бронирования и т.п. Впрочем, если ориентироваться во всей этой специфике, можно не только существенно снизить стоимость турпродукта, но и весьма неплохо его разнообразить.

### Восточная Моравия

Город Злин — столица восточной Моравии — образец

современного зодчества. Здесь расположился небоскреб, который до Второй Мировой был самым высоким в Чехии и вторым по высоте в мире. В городе находится прекрасный зоопарк, второй по посещаемости в Чехии и один из самых популярных в Европе. Поразительно, что дома, построенные после войны, которые у нас пренебрежительно называют «хрущевками», здесь называются памятниками архитектуры и бережно охраняются. Внутреннюю планировку разрешается менять, но к новым владельцам предъявляются требования сохранять отделку

фасада, чтобы город сохранил свой неповторимый стиль.

Для чехов Злин связан, прежде всего, с именем успешного предпринимателя начала 20 века, короля обуви Томаша Бати. Именно ему город обязан своим процветанием.

С точки зрения экскурсионного туризма, Злин малоинтересен, однако в качестве базы для экскурсий по окрестным достопримечательностям подходит как нельзя →

➔ лучше: здешняя инфраструктура не избалована многочисленными туристическими потоками, следовательно, цены на ее услуги ощутимо ниже, чем в крупнейших туристических центрах Чехии.

### Центральная Моравия

Когда-то город Оломоуц был столицей Моравского государства. Время пощадило этот регион: здесь сохранились самые старые во всей Чехии строения. Жители города говорят, что Оломоуц — это вторая Прага, только более тихая и спокойная. Когда бродишь узкими средневековыми улочками, захватывает дух от ощущения причастности к истории. Здесь находится резиденция ныне здравствующего Архиепископа. В Оломоуце множество прекрасных старинных зданий, каждое из которых — произведение искусства. Гордостью города является коллекция оломоуцких фонтанов, выполненных в стиле барокко. В средние века они выполняли функцию водоснабжения города. В то время как большинство европейских городов ликвидировало старые фонтаны с введением в строй водопровода, в Оломоуце фонтаны, украшенные великолепными скульптурными группами, были сохранены как дополнительные резервуары на случай городского пожара. Оломоуц состоит из нескольких просторных площадей, главная из которых, Верхняя Площадь, украшена чумным столбом — Колонной Пресвятой Троицы. Самый значительный из Оломоуцких католических

храмов — Кафедральный Собор св. Вацлава. С храмом соседствуют старинный Пршемысловский Дворец и уникальный Архиепископский музей. Посетители музея могут ознакомиться с богатой коллекцией предметов искусства, принадлежащих



оломоуцкому епископству. Благодаря тому, что Оломоуц издавна был духовной столицей Моравии, здесь расположено множество старинных, заслуживающих внимания храмов и соборов с богатейшей историей. Колонна Святой Троицы (внесена в список ЮНЕСКО) является самой высокой монументальной скульптурной группой в стиле

барокко не только в Чехии, но и в целой Европе. Оломоуц является также значительным студенческим и научным центром Чехии. Университет Палацкого в Оломоуце был основан в 1573 г.

С точки зрения организации автобусных туров, Оломоуц еще более удобен, чем Брно — он находится совсем недалеко от польской границы, а значит, время в пути из Украины сокращается (по сравнению с дорогой до Праги) на добрых 5 часов. Что же касается авиатуров, то в этом случае лучше использовать рейсы, прибывающие в аэропорты соседних государств.

\*\*\*

О Моравии можно рассказывать очень много. Это действительно интересный регион с огромными туристическими возможностями. Туристические центры Южной, Центральной и Восточной Моравии предлагают интересные маршруты и экскурсионные программы. Безусловно, эти предложения для «вдумчивого туриста», т.к. в Моравии отсутствует предложение пляжей с анимацией. Но практика показывает, что в Украине таких туристов с каждым годом становится все больше. Кроме Праги и Карловых Вар, им все больше хочется новых впечатлений. Так может, пора открывать совсем близкую, но почти неизвестную Моравию?

*Автор благодарит украинское представительство Национального управления по туризму Чешской Республики CzechTourism, администрации региональных туристических центров Восточной Моравии, Южной Моравии, Центральной Моравии, а также авиакомпанию CzechAirlines, за возможность участия в пресс-туре по Моравии.*

УТ

# Моравские аттракционы



Город Миколов (бывший немецкий Никольсбург) — только ради этого городка стоит посетить Южную Моравию. Город расположен непосредственно на границе с Австрией. На австрийской стороне расположен городок Дразенхофен. Первоначально городком владела семья Лихтенштейнов. В 1572 г. Адам Дитрихштейн приобрел резиденцию Никольсбург, замок был перестроен и получил имя Дитрихштейн. В Миколове также находится самая большая в мире винная бочка. Сам городок настолько очарователен, словно вырос со страниц романов Майринка.



В местечке Визовице расположился заводик «Елинек», названный в честь его владельца и основателя Рудольфа Елинека. Здесь производят знаменитую чешскую сливовицу. Предприятие также специализируется на производстве других фруктовых водок: из груши, малины, ежевики и пр., а также изготавливает бренди и с 2005 года выпускает виски под названием Gold Cock. Все это широко представлено в фирменном магазине при заводе. И все это здесь можно продегустировать.





**Культурный комплекс Леднице-Валтице (Южная Моравия).**

Валтице (в Германии известен как Фельдсберг) — маленький городок, известный необычайной красоты резиденцией семьи правящих князей Лихтенштейнов. Залы и помещения замка богато оформлены настенными украшениями и потолочными фресками. Вместе с замком Леднице (в Германии называют Айсгруб), с которой Валтице связывает семи километровая липовая аллея, замок включен в список всемирного наследия ЮНЕСКО и именуется как Культурный комплекс Леднице-Валтице. Замок Леднице — одна из главных достопримечательностей Чехии. Необычайной красоты замок окружен прекрасным парком, который считается крупнейшим замковым парком в Европе.

Леднице — популярное место для проведения свадебных церемоний.

**Кромержиж (Восточная Моравия)**

В Кромержиже находятся сразу три памятника архитектуры, внесенных в список ЮНЕСКО: Архиепископский замок, Кветна и Подзаемский сад.

Внутри замка много прекрасно декорированных залов с мебелью различных эпох и коллекцией предметов искусства. Здесь в 1885 году проходили переговоры русского царя Александра I и австрийского Франца Иосифа I.

Гордость Кромержижа — замковая библиотека, насчитывающая 33641 раритетных тома.

Неотъемлемой частью замка являются знаменитые Архиепископские винные погреба, расположенные в двух уровнях подземелья.



**Замок Боузов** — самый популярный замок в Чехии. Он был построен как летняя резиденция австрийского Ордена Тевтонцев еще в четырнадцатом веке. Сейчас с апреля по октябрь он открыт для посетителей. Примечательно, что совсем недавно потомки тевтонцев пытались отсудить замок в пользу Ордена. Но суд оставил памятник в собственности государства. Коллекция предметов искусства примечательна тем, что здесь представлены только подлинники. Замок, кажущийся небольшим снаружи, на самом деле имеет множество залов и комнат, и даже внутренний дворик и часовню. Чешские молодожены очень любят проводить здесь свадебные церемонии. Получается по-настоящему торжественный и очень романтический праздник.

# Латинская Америка: перспективы турпотоков



Василиан ДОНЕЧАНИН

**В** середине лета информ-агентства сообщили, что отечественный МИД готовит соглашения о безвизовом режиме с двумя латиноамериканскими странами — Мексикой и Бразилией. Поскольку последние являются весьма привлекательными туристическими направлениями для туристов многих стран мира, вполне логичным является желание туроператоров присмотреться повнимательнее к возможности туризма в этом регионе.

Ни с Мексикой, ни с Бразилией безвизового режима пока еще нет. Впрочем, касательно Мексики, по данным украинского МИДа, с 1 мая 2010 года

попасть туда стало чуть проще — украинцы, имеющие въездную визу в США, могут наравне с американскими гражданами свободно пересекать мексиканскую границу. Впрочем, получение американской визы — процедура непростая, поэтому говорить о существенных улучшениях пока не следует. Так, небольшой шагок навстречу друг другу...

## Кто поедет в Мексику?

Если говорить конкретно об Украине, то надо признать, что массового посещения нашими гражданами упомянутых стран ожидать не стоит. Социальный портрет потенциального тури-

ста на этом направлении выглядит так: во-первых, это должен быть человек, который настолько хочет побывать в Латинской Америке, что его не пугает перелет продолжительностью от 15 до 20 часов, да еще и с пересадками. Во-вторых, он должен располагать достаточным количеством свободного времени и «лишних» денег, чтобы позволить себе вояж через океан недельки на две-три. Потому что провести чуть ли не сутки в салоне самолета ради недельного тура особого смысла нет. В-третьих, это человек, который еще помнит романы Ильфа и Петрова, фильм «Здравствуйте, я ваша тетья» и рассматривает завоевание империи инков Кортесом как акт агрессии

со стороны буржуазных империалистов — то есть, значительную часть жизни прожил в СССР.

Исходя из такого портрета, украинский турист в Мексике или Бразилии — это человек в возрасте, но с крепким здоровьем, достаточно состоятельный и не очень занятый непосредственным управлением своим состоянием, к тому же — заядлый путешественник. Такой типаж, конечно, является мейнстримом турагентств в сладких грезах о премии за перевыполнение плана продаж, но в реальности встречается нечасто.

#### «Золотая молодежь» как перспективный контингент

Хотя, с другой стороны, потенциальную аудиторию туристов на этом направлении стали пополнять представители «золотой молодежи» или «верхнего среднего» класса, которым надоела Ибица или развлечения подобного рода, и хочется каких-то новых ощущений. Такая аудитория вряд ли более многочисленна, чем «рожденные в СССР», однако за ней перспектива на будущее.

Тем не менее, малочисленность целевой аудитории — это, разумеется, не повод для турфирм сбрасывать со счетов эти страны как перспективные направления. Здесь главное — вовремя отказаться от своих обобщенных стереотипов, порожденных скудной информацией о специфике стран Латинской Америки, и четко представлять, чем именно отдых в Мексике отличается от такого же времяпрепровождения в Бразилии.

#### Мексика: сколько это стоит

Мексика давно и целенаправленно развивает свою туристи-

ческую отрасль, в результате чего стала одним из мировых лидеров въездного туризма.

С точки зрения украинцев, главное неудобство в дороге — отсутствие прямых рейсов. Обязательно будет пересадка. Если в Европе, то это, как правило, Париж или Амстердам. Есть варианты с пересадками в Штатах. В любом случае, утомительные 15-16 часов в дороге туристу обеспечены. Обойдется перелет в \$1000 или чуть больше в два конца. При этом неделя проживания в отеле в одной из курортных зон будет стоить примерной долины от суммы, затраченной на перелет — от \$300 до \$700.

#### Курортные зоны Мексики

Основных курортов в Мексике несколько, и у каждого есть свои преимущества.

Разумеется, легендарный Акапулько на тихоокеанском побережье. Рекомендуется «тусовщикам» — любителям

развеселой ночной жизни с вечеринками на пляже, текилой, живой музыкой... Короче, бесконечный карнавал. Похоже, иностранцев это постоянное веселье начинает утомлять, и в последнее время Акапулько имеет репутацию чисто внутреннего курорта.

Канкун — один из самых знаменитых курортов на побережье Мексиканского залива, расположен на полуострове Юкатан (Yucatan). Знаменит близостью к памятникам архитектуры цивилизации майя. Это самый посещаемый и популярный курорт Мексики. Преобладающая →







➔ национальность туристов на курорте — американцы.

Курортная зона Лос-Кабос протянулась вдоль моря почти на 40 км между городами Сан-Лукас и Сан-Хосе-дель-Кабо. Это новый, дорогой и престижный курорт. Основной контингент — американцы (около 90% от обще-

го числа отдыхающих), мексиканцев тут практически нет.

Ривьера-Майя — молодой курорт в 50 км от Канкуна. Основной контингент — европейцы. Ривьера-Майя хорошо подходит для отдыха с детьми и семейного отдыха. Отели в основном не превышают высоту пальм,

большинство клубных отелей предлагает систему питания «все включено».

Косумель — самый крупный остров Мексики (14 км в ширину и 53 км в длину), расположен в 19 км к востоку от полуострова Юкатан. Славится своим подводным миром и вторым в мире по величине коралловым рифом протяженностью свыше 700 км. Песчаная полоса пляжа занимает всего 3% от всей территории острова, на остальной части находится национальный парк.

### Поиграем в Индиану Джонса

Конечно, за одними пляжами ехать в Мексику вряд ли разумно — этого добра и поближе хватает. Туристов сюда привлекает, прежде всего, возможность прикоснуться к тайнам древности. В смысле, к пирамидам ацтеков, инков и прочих майя. А наши северо-восточные соседи испытывают к ним (как пирамидам, так и ацтекам) особо теплые чувства: самые эрудированные из российских туристов любят напоминать остальным, что иероглифы майя расшифровал российский ученый.



Ирина ЯЦЕНКО, исполнительный директор туристической компании «Ай Да Тур»:

Что касается Мексики, то ее имидж очень сильно подорвала эпидемия свиного гриппа, опасность которой в прессе была слишком преувеличена. После всех сообщений СМИ об эпидемиологической ситуации в этой стране, поток туристов в Мекси-

ку значительно снизился. Сегодня восстановлению первичного уровня спроса мешает то, что на украинском рынке другие экзотические направления стали более доступными, чем раньше (ввиду удешевления перелета, упрощения визового режима и т.д.). Поэтому необходима энергичная рекламная компания, которая будет поддерживать имидж Мексики, восстановит к

ней доверие туристов, а также будет способствовать спросу на это направление. Помимо этого, для увеличения спроса, Мексика предлагает специальные программы по проживанию в отелях на акционных условиях, такие как бесплатные ночи или питание, включенное в стоимость. Никогда ранее это направление не было так доступно!

Виза Мексики не является сложной в получении, но для ее оформления необходимо сдать отпечатки пальцев. Ранее это было немного проблематичнее, так как для этого туристам необходимо было лично посетить посольство. Теперь сдать отпечатки пальцев можно непосредственно в офисе туроператора, через которого осуществляется бронирование тура. Это немного упростило ситуацию с получением мексиканской визы.

В Мексике сохранились руины целых городов древних цивилизаций, возраст которых сложно даже вообразить — считается, что первые поселения появились здесь более 20 тысяч лет назад. Недалеко от Мехико лежат руины города Теотиуакан, памятники которого стоят в одном ряду с наиболее выдающимися мировыми памятниками древности. Среди руин возвышаются две пирамиды — пирамида Солнца и пирамида Луны. Туристические маршруты проложены к руинам и других древних городов. Среди них — Ла-Вента — центр древней цивилизации ольмеков, Тула (Толлан) — столица тольтеков с четырьмя огромными фигурами воинов и великолепными храмами, многочисленные центры цивилизации индейцев майя, такие, как Паленке, Пьедрас-Неграс, Чичен-Ица, Ушмаль, Тулум и др.

### Не майя едиными...

Из современных достопримечательностей можно вспомнить знаменитую мексиканскую кухню. Американцы утверждают, что и мастерство тамошних пивоваров заслуживает внимания. С другой стороны, удивить своим *ceviza* (по-испански это значит «пиво») людей, знакомых с продукцией баварских или чешских кудесников, вряд ли получится...

Единственное, чем не может похвастаться Мексика, так это безопасностью для туристов. Во всех обзорах на этом делается



особый акцент. Передвигаться советуют только днем и ни в коем случае не пешком. Однажды в Донецке принимали английскую делегацию. И британцам посоветовали соблюдать осторожность, ибо низкий уровень жизни, высокая преступность (дело было в середине 90-х). «Это у вас-то преступность? — удивились жители Туманного Альбиона. — В Мехико нас вообще ограбили прямо на выходе из отеля»...

УТ



Марина МОГИЛЕВСКАЯ, менеджер туристической компании «Нисан-СВ»;

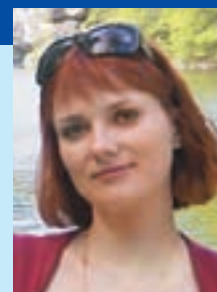
В последние несколько лет правительство Мексики, ее ведущие туристические операторы и представители крупных отельных сетей проводят многочисленные семинары, конференции, презентации в Украине. Цель таких мероприятий — знакомство со страной, ее историей, основными достопримечательностями, главными туристическими и рекреационными ресурсами Мексики, презентация туристических продуктов, обучение работы с ними, ознакомление с отельной базой Мексики.

Однако, несмотря на вышеуказанные мероприятия, туристический поток в эту страну сегодня на нашем рынке недостаточно насыщен из-за ряда факторов. Например, ситуация прошлого, 2009, года, а именно, развитие в мексиканском регионе свиного гриппа, негативно отразилось на туристическом потоке в эту страну, точнее, свела его практически к нулю. В настоящее время нефтяное пятно в Мексиканском заливе также негативно влияет на посещение этого региона с туристическими целями. Как один из факторов, можно назвать также отсутствие прямых перелетов из Украины, что неблаго-

приятно отражается на стоимости авиабилетов и делает путешествие в Мексику «удовольствием не из дешевых»...

Однако, страна интересна и перспективна в плане туризма. Выход к морю, роскошные пляжи, богатое историческое наследие привлекает самую разнообразную аудиторию путешественников. Перспективно и интересно мексиканское направление для организации групповых, комплексных туров, круизных программ, вип-туров, дайвинга, экстремального туризма.

Огромное влияние для оптимизации туризма в этот регион имела бы отмена визового режима для украинских граждан. Это бы упростило планирование путешествия и Мексика вошла бы в ряд стран, в которые можно лететь, приняв решение спонтанно, не занимаясь долговременным планированием и не усложняя процесс организации тура сбором различных документов.



# Бразилия: прорыва не будет

Василиан ДОНЕЧАНИН



## Тропическая природа и темперамент местных жителей как туристическая аттракция

В отличие от Мексики, все красоты и достопримечательности Бразилии — исключительно природного происхождения. Но красоты эти заслуженно пользуются всемирной славой. Чудесный климат, по отзывам туристов, — замечательный

антидепрессант, и умиротворение наступает едва ли не на второй день после приезда. Видимо, поэтому здешние индейцы пребывали в праздности и не позаботились о том, чтобы оставить потомкам какие-нибудь живописные развалины.

Сами потомки тоже не испытывают стремления к созидательному труду. Во многом потому, что в Бразилии челове-

ку реально не нужна крыша над головой, и бездомный человек может бездельничать в свое удовольствие хоть всю жизнь. Даже одежда не особо нужна, здесь все ходят, как правило, в футболках и шортах. Местный житель, выйдя из, скажем, магазина, может с равным успехом сесть за руль припаркованного «Мерседеса» или завалиться спать в грудку картонных коробок на тротуаре.

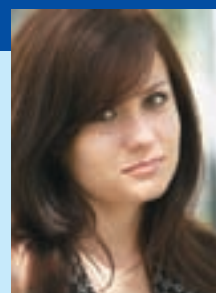
**Рио: экстрим-направление**

Хотя самым знаменитым городом страны является Рио-де-Жанейро, именно туда знающие люди соваться как раз и не советуют. посмотреть на карнавал лучше всего по телевизору... ну, или из ВИП-ложи стоимостью \$ 1500, если не жалко. А просто так плясать на самбу, гуляя по улицам, стоит лишь любителям экстрима. Мулаты в белых штанах, впечатлившие когда-то Остапа Бендера, сегодня являются чем-то вроде «бойцов» Бени Крика родом из тех же времен. Они всегда не прочь «взять на гоп-стоп» зазевавшегося туриста или, за неимением оного, своего соотечественника... Согласитесь, общение с такими личностями — удовольствие довольно сомнительное...

Власти Бразилии, утомленные характерной для Латинской Америки бесконечной ➔



**Ирина ЯЦЕНКО, исполнительный директор туристической компании «Ай Да Тур»:**



На украинском рынке такие направления, как Бразилия и Мексика, пока еще не входят в число особо популярных и массовых. Однако, потенциальная «аудитория» для них — это туристы, которые уже побывали во многих уголках планеты, не раз летали на отдых в экзотические страны и хотят открыть для себя что-то новое.

В отношении Бразилии ожидается увеличение спроса среди потенциальных туристов. Это связано, в первую очередь, с выбором Бразилии местом проведения Кубка мира FIFA в 2014 году. В Йоханнесбурге уже состоялась передача Южной Африкой эстафеты по проведению чемпионата и прошел запуск международной туристической компании, которая проходит под лозунгом «Бразилия зовет тебя. Приезжай насладиться жизнью». Также Бразилия будет первой южноамериканской страной, где пройдут Олимпийские игры: в прошлом году Рио-де-Жанейро был выбран местом проведения Олимпийских игр 2016 года. Помимо этого, увеличение потока туристов в значительной степени должна

способствовать отмена визового режима. Хотя процедура получения визы Бразилии не является сложной: при предоставлении всех документов, которые требует посольство, она открывается без проблем. Что касается опыта соседней к нам России, то там отмена визового режима уже привела к увеличению турпотока. В Москве даже заговорили о перспективах прямого авиарейса в Рио. Так что есть все основания полагать, что и у нас поток увеличится в значительной степени.

В отношении как Бразилии, так и Мексики, разработка комплексных программ на увеличение турпотока особо не повлияет (за исключением классической комбинации Аргентина + Бразилия, но и она давно стала привычной). Две эти страны настолько интересны сами по себе, что необходимо достаточно много времени, чтоб познать каждую из них и в полной мере ощутить их колорит.

→ чередой революций, переворотов и прочих милых темпераменту здешних обитателей «развлечений», взять ситуацию под контроль не могут или не хотят, поэтому уличная преступность в Рио — запредельная...

Немало трудностей доставит и языковой барьер. Очень мало бразильцев говорят по-английски или на других европейских языках, кроме собственного диалекта португальского.

Не советуют соглашаться на авиаэкскурсии по стране. Бразилия — большая, и на дорогу уйдет больше времени, чем на собственно отдых.

### Курортные зоны Бразилии

Как правило, здравомыслящие туристы во время первого приезда выбирают один из курортов штата Рио-де-Жанейро. Например, район Ангра-дус-



Рейс, где находится один из крупнейших яхт-клубов. Места эти славятся невероятной красотой. Обильные дожди способствуют богатой растительности Атлантического леса. Тучи как бы цепляются за вершины гор и создают фантастическую картину. Одной из популярнейших услуг местной инфраструктуры является аренда яхты или катера.

Аналогичные услуги предлагают также Кабо-Фрио и Армасаодос-Бузиос. Последний известен как самый безопасный курорт Бразилии — здесь даже можно

ходить по улицам в любое время суток! Но природа на этом курорте не столь живописна.

Еще рядом есть большое соленое и мелкое озеро Араруама с хорошими пляжами и всегда теплой водой. Араруама соединяется протоками и каналом через Кабо-Фрио с Атлантическим океаном. Неподалеку расположен лесной курорт Саны с мини-отелями и ресторанчиками. Говорят, воздух там настолько хорош и целебен, что многие бросают курить.

### Туристическая фокус-группа для Бразилии

Общению с природой, правда, постоянно мешают мелкие неудобства — отели не везде пригодны для жилья изнеженных европей-



цев, валюту не везде можно снять в банкомате, а, тем более, обменять на местные реалы, с транспортом тоже не всегда гладко выходит... Но разве все эти мелочи могут помешать истинному ценителю посмотреть на то лучшее, что способна создать природа?

Туристы, которых могут заинтересовать туры в Бразилию, во многом сходны с фокус-группой для Мексики: это или уверенные в себе состоятельные бизнесмены «родом из СССР», либо представители «золотой молодежи» и «верхнего среднего класса». Что касается последних, то их интересы могут в чем-то расходиться с традиционным образом индивидуального туриста: представители этой группы вряд ли оценят юмор о «стране, где много диких обезьян», зато они вполне могут позволить себе поучаствовать в VIP-зонах (которые, кроме всего прочего, еще и безопасны) карнавала в Рио...

#### Вопросы виз и перелетов

Бразилия и Украина подошли к установлению безвизового режима гораздо ближе, чем та же Мексика: по утверждениям представителей отечественного МИДа, все подготовительные процедуры завершены, и главам внешнеполитических ведомств остается лишь подписать соответствующее межправительственное соглашение. Хотя, по отзывам туроператоров, получение бразильской визы сегодня проблем не представляет, следовательно, потенциальное установление безвизового режима будет выглядеть скорее актом доброй политической воли, чем иметь какое-то реальное экономическое наполнение.

Гораздо больший интерес вызвала информация о намерении авиационных администраций наших стран установить между Украиной и Бразилией прямое авиасообщение. Такой шаг, вне всякого сомнения, существенно повлиял бы на туристические потоки между нашими странами (да и другими туристическими направлениями региона), вот только выглядит он очень уж фантастическим... Даже с учетом соседних стран, у украинских авиакомпаний нечем заполнять дальние трансатлантические рейсы, да и судов, способных совершать такие перелеты, тоже нет. Возможно, суда есть у бразильских коллег, но экономическую составляющую в авиации еще никто не отменял — гонять дальнемагистральный лайнер из-за 2-3 пассажиров не станет никто. Поэтому какого-либо прорыва на бразильском направлении в ближайшем будущем, скорее всего, ожидать не стоит. **УТ**



## ТУРОПЕРАТОР МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

Індивідуальні та групові тури:

США	Мальдіви	Шрі Ланка
Куба	Таїланд	Домінікана
Індія	Японія	Китай
Балі	Французька	Полінезія

**Ми завжди раді Вам**

вул. Пушкінська, 11а, оф.5,  
м.Київ, 01034, Україна

/044/ 583-55-30	/044/ 229-83-69
/067/ 442-12-42	/044/ 229-83-59

[www.AIDA-TOUR.com](http://www.AIDA-TOUR.com)

Ліц.: АВ 020479 від 21.04.2006 р.

# Италия: туризм круглый год



Семен ПТАХИВ, Таисия УСЕНКО

**Д**ля большинства туристических компаний год делится на 2 четко выраженных сезона: летний, т.е. пляжно-купальный, и зимне-горнолыжный. Но практика показывает, что продавать туры, а значит и получать прибыль, успешно можно и в межсезонье. Классическим примером такой работы является традиционный экскурсионный туризм по странам Центральной и Западной Европы. Однако существуют и другие направления, для разработки которых наилучшие возможности открываются как раз в межсезонье.

В качестве примера рассмотрим Италию. Эта страна

ПРОТЯЖЕННОСТЬ АПЕННИНСКОГО ПОЛУОСТРОВА, НАЛИЧИЕ НА НЕМ РАЗЛИЧНЫХ КЛИМАТИЧЕСКИХ ЗОН И ГЕОГРАФИЧЕСКОГО СТРОЕНИЯ РЕГИОНА ПРИВОДЯТ К НЕПРЕРЫВНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТОКА В ИТАЛИЮ НА ПРОТЯЖЕНИИ КАЛЕНДАРНОГО ГОДА. ВОЗМОЖНО ЛИ УВЕЛИЧЕНИЕ ТУРПОТОКОВ В ЭТУ СТАНУ СО СТОРОНЫ УКРАИНЫ?

расположена на Апеннинском полуострове, который вытянут в направлении с северо-запада на юго-восток, а также на средиземноморских островах, таких как Сицилия, Сардиния и множестве меньших. Юг Апеннинского полуострова находится в явно выраженной зоне субтропического климата, а на островах встречаются области, по климатическим условиям приближающиеся

к тропикам. С другой стороны, на севере Италии, где расположены Альпы — самый высокий горный массив в Европе — в течение долгих месяцев существуют условия для зимних видов отдыха, таких как горнолыжный туризм. Следовательно, Италия является прекрасным направлением для формирования туров на протяжении всего года, в том числе и в межсезонье, т.е. осенью и весной.

### Пляжный туризм: на уровне с Турцией

Принято считать, что пляжно-купальный сезон весь год продолжается в североафриканских странах. К примеру в Египте, Тунисе или Марокко. Но особенности средиземноморского климата Италии приводят к тому, что традиционные пляжные туры на курорты Сицилии и Сардинии можно формировать и в октябре-ноябре, а также начиная с февраля. На курортах этих островов в указанный период температура воздуха составляет около 25 градусов, а температура воды в море — 21-22 °С. Кроме того, в межсезонье резко уменьшается заполняемость местных отелей, снижаются цены на услуги инфраструктуры, следовательно, в межсезонье в эти места вполне возможно формирование экономических туров. Правда, на стоимость такого продукта существенно влияет цена авиабилета: прямых рейсов в этот регион из Украины нет, а чартеры туда если и летают, то лишь в разгар туристического сезона. Впрочем, разнообразие акций и бонусов, предлагаемых европейскими авиаперевозчиками в посткризисный период, приводит к тому, что при определенной доле усидчивости агент сможет сформировать для клиента тур, мало отличающийся по стоимости от хорошей «пятерки» в Турции или Хорватии.

### Экскурсионный туризм: золотая пора

Можно сказать, что путешествие в Италию является удачным совмещением отдыха и саморазвития. В то же время, для экскурсионного туризма осень и весна являются наилучшим

временем года. По концентрации исторических и культурных памятников с Италией мало кто может соперничать на равных, в то же время туристов при посещении этих памятников не будет донимать душная жара. Кроме того, общий закон снижения цен на услуги инфраструктуры действует и в отрасли экскурсионного туризма: отели и рестораны в межсезонье пустеют, количество посетителей в музеях резко снижается, что ведет к существенному удешевлению конечного турпродукта.



### Время фестивалей!

Италия предоставляет вниманию отдыхающего не только традиционный, но и тематический туризм. Этот вид туризма уже сейчас является одним из самых динамично развивающихся и востребованных. По прогнозам теоретиков, к 2020 году он прочно займет первую позицию в списке самых популярных видов отдыха. К сожалению, на постсоветском пространстве такой турпродукт все еще недостаточ-

но хорошо проработан, в отличие от большинства стран Европы.

Именно в осенний и весенний период в Италии проводится значительное количество праздников — как чисто фольклорных, так и сельскохозяйственно-туристических. Например, праздник урожая, праздник молодого вина, выкатка сыра, фестиваль пасты (есть в Италии и такое мероприятие) и т.п. Участие в подобных мероприятиях, кроме традиционного приобщения к винному или гастрономическому туризму, существенно расширяет кругозор туриста, а также позволяет ему окунуться в аутентичную атмосферу праздника, лучше понять традиции и уклад местных жителей, а значит — спланировать участие в подобного рода мероприятиях и в будущем. Таким образом, агентам стоит акцентировать внимание именно на таких возможностях для туризма, а туроператорам — включать посещение подобных мероприятий в программы своих туров. На наш взгляд, это автоматически расширит клиентуру туристических компаний с одной стороны, и возможности проведения свободного времени у граждан Украины — с другой.

### Экономные яхтенные круизы

Субтропический климат центрального Средиземноморья, где расположены Сицилия и Сардиния, благоприятствует широкому распространению мини-круизов на яхтах и катерах (без выхода из итальянских территориальных вод). Тем не менее, большинство туристических плавств в межсезонье становятся на прикол из-за резкого снижения спроса на такой вид отдыха. По этой же причине резко падают ставки фрахта означенных плавств. Но вряд ли кто-то из хозяев откажется →



→ сдать яхту в чартер в октябре или ноябре, поэтому для туроператора в межсезонье возникает широкий выбор предложений такого рода отдыха. Разумеется, отдых на яхтах априори не может рассматриваться как массовый: оптимальный состав группы для такого вида туризма — 3-6 человек. Часто высказывают желание арендовать яхту семьи. Следовательно, туроператорам и их агентам не следует упускать возможность и таких предложений для своих клиентов: аргументированное предложение с озвученными ставками фрахта может склонить к такому виду отдыха даже самого консервативного туриста.

### Комплексные туры

Одной из неплохих возможностей формирования туров в

Италию является предложение комплексных туров с базой в Словении. Эта страна является членом Шенгенского соглашения, в то же время, словенское консульство в Украине демонстрирует гораздо более либеральное отношение к украинским туристам и турфирмам, чем итальянское. С другой стороны, такие туры ограничены шенгенскими правилами, следовательно, они являются неплохим инструментом для первого знакомства туриста с Италией (или же для таких туристов, которые по каким-либо причинам не смогут оформить визу в итальянском консульстве, например, обладателям «белых» паспортов), но и только.

\*\*\*

Кроме описанных видов туризма, Италия предоставляет

возможность своим гостям для весьма разнообразного проведения времени. Например, весьма популярными являются в Италии специализированные свадебные программы. Или шоп-туры по бутикам, где цены на изделия кутюрье с известными во всем мире именами удивляют своей демократичностью... Особенно в сезон разнообразных скидок, акций и распродаж, т.е. опять-таки, осенью и весной. Но невозможно не согласиться с тем, что Италия предлагает туристическим компаниям прекрасную возможность для продвижения своего продукта на протяжении всего года, и при надеждающей подготовке к продажам итальянского направления отечественная турфирма может и не заметить окончания «высокого» сезона...

УТ



**БОЛЕЕ 20 РАЗРАБОТАННЫХ ПРОГРАММ ПО ИТАЛИИ**

Самые популярные:

- Экскурсионные туры 8 дней от 500 евро
- Круизы – 8 дней от 650 евро с чел
- Винные туры – 6 дней от 600 евро
- Агротуризм – 5 дней от 700 евро
- Туры выходного дня «поиск трюфелей» – 3 дня от 400 евро
- Этногастрономические туры – 4 дня от 600 евро
- Посещение «Кининг классов» – 2 дня от 300 евро
- Феррари туры – 5 дней от 2000 евро за машину
- Велло туры – 7 дней от 570 евро
- Лечебные и SPA программы – 10 дней от 1500 евро
- Организация свалеб – от 3000 евро
- Шопинг туры – 5 дней от 800 евро
- Посещение выставок – 4 дня от 500 евро
- Горнолыжные туры – 8 дней от 570 евро
- Отдых на море – 8 дней от 480 евро
- Аренда яхт – 7 дней от 1500 евро за яхту
- Аренда вилл – 7 дней от 900 евро за виллу

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  
vsesvit@vse-svit.com.ua  
www.vse-svit.com.ua

# «Мой онлайн» - не только бизнес, но и имидж!

**Что это такое и для кого предназначено?** Речь пойдет о последней разработке компании ТИТБИТ, реализующей онлайн-бронирование собственных туров оператора через его же сайт — сервисе «Мой онлайн».

Не секрет, что в наше время возможность онлайн-поиска туров через собственный сайт — не только инструмент для удобства работы с клиентами и агентами, но и показатель значимости самого оператора.

Как правило, эта возможность реализуется двумя путями: операторы либо очень серьезно автоматизируют свой офис (приобретая дорогостоящее оборудование, спецпрограммы, хороший канал интернет) и запускают на сайте готовую систему онлайн-бронирования (тоже недешевую), либо делают заказ разработчикам сайта на создание персонального модуля бронирования.

**В итоге получаем** — в первом случае компания должна «дорости» до определенного уровня автоматизации, а до тех пор она теряет время и, соответственно, имидж и реальный бизнес-инструмент, а во втором случае — вынуждена вовлекаться в достаточно трудоемкие и затратные процессы, в том числе связанные с наполнением сайта информацией и поддержкой ее актуальности (которая делается, как правило, в ручном режиме).

Поэтому мы поставили перед собой задачу (и выполнили ее) — создать такое решение, которое позволило бы КАЖДОМУ нашему партнеру без серьезных затрат получить полноценное «представительство» в интернете с точки зрения подбора туров в онлайн. При этом мы учли, что процесс внедрения этого решения для турфирмы должен быть максимально простым, данное решение должно работать в любой конфигурации технических средств в офисе оператора (начиная от одиночного компьютера до развитой локальной сети), процесс сопровождения и поддержки модуля подбора туров не должен требовать привлечения дополнительного

*Анатолий ДЕМАШ, технический директор компании ТИТБИТ*



персонала (своих специалистов или разработчиков сайта), модуль подбора туров должен быть «размножаемым», т.е. свободно распространяться среди агентов оператора.

## **Как происходит процесс внедрения?**

Если вы уже используете одну из «расчетных» программ ТИТБИТ плюс имеете возможность выхода в интернет, вам достаточно на своем сайте выделить страничку (или место на странице) и «прописать» там несколько строчек предоставленного нами HTML-кода. И ВСЕ — окно поиска уже на сайте, механизм бронирования уже работает! Т.е. весь процесс внедрения занимает максимум один день, причем основное время уходит на подбор туроператором цветовой гаммы для своего модуля, консультирование разработчиков его сайта или решение оргвопросов самим оператором...

Такой же код (несколько измененный — чтобы бронирования с сайта агентов шли непосредственно в офис этого агента, а не в офис оператора) может быть предоставлен для размещения на сайтах агентов.

**Что в результате?** Туроператор, начиная с самого первого дня участия в сервисе, запускает на своем сайте (и при желании — на сайтах своих агентов) функциональный, надежный, простой в эксплуатации модуль подбора и заказа туров. Простота внедрения, простота эксплуатации, экономичность, надежность, независимость от каких-либо «третьих сторон» (разработчиков сайта и пр.) — вот основные преимущества внедрения данного решения.

**Что дальше?** А дальше — новые возможности для участников сервиса, связанные с передачей данных в формате XML. Ведь программы ТИТБИТ, установленные на хостинг-сервере сервиса, позволяют выгружать данные туроператора также и в различные внешние системы (например, на туристические порталы — консолидаторы туров).

**И что в итоге?** Эффект, можно сказать, синергический — туроператор-участник сервиса «Мой онлайн», когда он прямо из внутриофисной программы ТИТБИТ «публикует» данные на хостинг-сервер сервиса, одновременно в режиме реального времени закрывает всю «кучу» проблем, связанных с распространением своего турпродукта (через собственный сайт, среди своих агентов, в публичных поисковых системах). При этом ничто не забыто, ничто не утеряно, актуальность данных гарантирована, трудоемкость — минимальная. И вместо затрат времени и средств на решение всевозможных технологических вопросов туроператор может полностью сосредоточиться на ведении своего бизнеса...

ТИТБИТ, г. Киев, ул. Федорова, 20

(044) 2712452, 2712125 info@titbit.com.ua www.titbit.com.ua

