

Туніс

оазис середземномор'я



www.oasis.com.ua

Туроператор по Тунісу з 1998 року



№1 2010

Всеукраинское издание для профессионалов
туристического бизнеса

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

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

Заместители главного редактора:
Наталья Парубоча i@mw.com.ua

Обозреватели: Василина Загоскина,
Вячеслав Коновалов,
Святослав Михайловский,
Роман Козловский, Лилия Мыць

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,
Елена Князева reklama1@mw.com.ua,
Виктория Караконстантин rekl@bj.kiev.ua

Отдел доставки:
Сергей Граев, Владимир Баранов

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

Заместитель директора
Наталья Усенко up@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.



Туризм без политики?

Наступил новый, 2010 год, Украина получила нового президента, а вместе с ним и надежду на политическую стабильность в стране, паузу на все виды выборов, а значит, и более-менее нормальные условия для развития. Тем более, что мировая экономика демонстрирует признаки восстановления, а туризм – это одна из наиболее динамичных отраслей мировой экономики.

Таким образом, перед отечественной туристической отраслью открываются перспективы оздоровления и развития после спада в кризисные времена, который оказался для отечественных турфирм весьма существенным. В этом номере мы публикуем статистические данные, которые свидетельствуют о глубине этого спада. Так что отечественной туристической отрасли есть, что восстанавливать.

Конечно, совсем без политики обойтись вряд ли удастся: туристическая отрасль нуждается в либерализации бизнес-климата. Как, впрочем, и любая другая отрасль отечественной экономики. А этим ведают политики... Обзор «туристических» законопроектов, находящихся в секретариате Верховной Рады, иллюстрирует, что проблемы отрасли еще далеки от понимания законодателями.

В начале года мы традиционно публикуем рейтинг, составленный редакцией по вашим, дорогие читатели, ответам. Цель такой информации – выявить лидеров отрасли. Мы не изменили этой многолетней традиции и в 2010 году, но привнесли в нее некоторые новации: кроме информации о результатах прошлого года, мы просим вас дать прогноз развития отрасли по направлениям вашей деятельности. Разумеется, прогнозы, наиболее точно совпавшие с реальностью, будут опубликованы в конце этого года и начале следующего.

Не оставляем мы без внимания и традиционные рубрики журнала, такие, как «Авиа», «Визы» или «Технологии». На протяжении всего года мы предполагаем уделять этой тематике соответствующее внимание, однако не будем обходить и другие, актуальные для туристической отрасли, вопросы. Например, актуальные для отелей и других мест размещения, таких, как пансионаты, хостелы и т.п. Я верю, что таким образом, вместе с вами, дорогие коллеги, мы сможем не только работать в отрасли, но и сделать ее более дружелюбной для профессионалов турбизнеса.

Искренне ваш,
Юрий САМОЙЛОВ,
Главный редактор



PEGAS

TOURISTIK



Київ
Харків
Одеса
Донецьк
Львів

НА КРИЛАХ ПЕГАСА ДО ЗДІЙСНЕННЯ МРІЙ!

Запитуйте наші тури в турагенціях Вашого міста
детальніше на сайті:
WWW.PEGAST.COM.UA

Починає діяти серія АВ № 34364 від 12.10.2007



32



38



48



68

РЕЙТИНГИ

Кто в отрасли лучший? 12

ТЕНДЕНЦИИ

Въездной туризм-2009:
итоги заставляют задуматься 24

Выездной туризм-2009:
экономия во всем 28

Австрия «в плюсах» 30

АВИА

Авиалинии vs пассажиры:
рейтинг антилояльности 32

АКТУАЛЬНО

Буковель: с претензией на элитарность 38

КОНСУЛЬСТВО

Контроль по-европейски. Что дальше? 40

Турфирмы – за честный бизнес 42

Вернем визы, уничтожим турпоток? 44

ИНТЕРВЬЮ

Украина – Франция:
турпоток восстанавливается 46

ТУРИЗМ

Не Парижем единым 48

Фестиваль как стимулятор турпотока 52

Страны развитого шоппинга 56

ОТЕЛИ

Выкручивание рук,
или лоббизм по УЕФАвски 62

CHOOSE UKRAINE 68

КИЕВ – LUBEK. ЛЮБЕК – KIEV 68

POLTAVA 72

ODESSA 76

ALUSHTA 80

EVPATORIA 86

KHARKIV 92

DONETSK 96

WESTERN UKRAINE 98



ЕКСКУРСІЙНІ ТУРИ ПО ЄВРОПІ НА НОВИЙ РІК ТА РІЗДВО

потяг • автобус • авіа

Париж (3 дні) • Відень • Мюнхен • Брюссель
Амстердам (2 дні) • Гаага • Баден-Баден
Новий рік у Амстердамі!

14 днів
від **699** у.о.

Прага (3 дні) • Париж (3 дні) • Бургундія
Женева • Верона (оз. Гарда) • Венеція
Новий рік у Парижі!

13 днів
від **570** у.о.

Краків • Прага (2 дні, Карлови Вари)
Мюнхен • Зальцбург • Відень
Різдво у Мюнхені!

9 днів
399 у.о.

Верона • Мілан • Піза • Флоренція
Рим • Неаполь • Венеція • Ніцца
Новий рік у Ніцці!

14 днів
825 у.о.

Дрезден • Бремен • Гаага
Делфт • Лейден • Берлін
Новорічна Голандія!

10 днів
495 у.о.

Любляна • Трієст • Верона • Парма
Флоренція • Піза • Рим • Венеція
Новий рік у Римі!

11 днів
595 у.о.

Уся Швейцарія • Німеччина
Австрія
Новий рік у Берні!

13 днів
730 у.о.

Швеція • Норвегія
Данія • Польща

*Новий рік у Стокгольмі!
Новий рік у Копенгагені!*

11 днів
680 у.о.
від **650** у.о.

Лондон (4 дні) • Брюссель
Амстердам

Новий рік у Лондоні!

12 днів
795 у.о.
від **620** у.о.

Прага • Нюрнберг • Париж • Реймс
Люксембург • Мюнхен • Відень
Новий рік у Празі!

13 днів
599 у.о.

Уся Прибалтика
Новий рік у Латвії!

7 днів
від **330** у.о.

ЕКЗОТИКА ЕКСКУРСІЙНА!

- ПАР - Зімбабве - Ботсвана
- Китай - Гонконг
- В'єтнам - Камбоджа
- Гранд-тур по Індії
- Ізраїль - Йорданія
- Аргентина - Бразилія - Чілі • Перу
- Гранд-тур по Таїланду
- Гранд-тури по США
- Уся Куба з відпочинком
- Єгипет • ОАЕ • Туреччина

(044) 537 2324

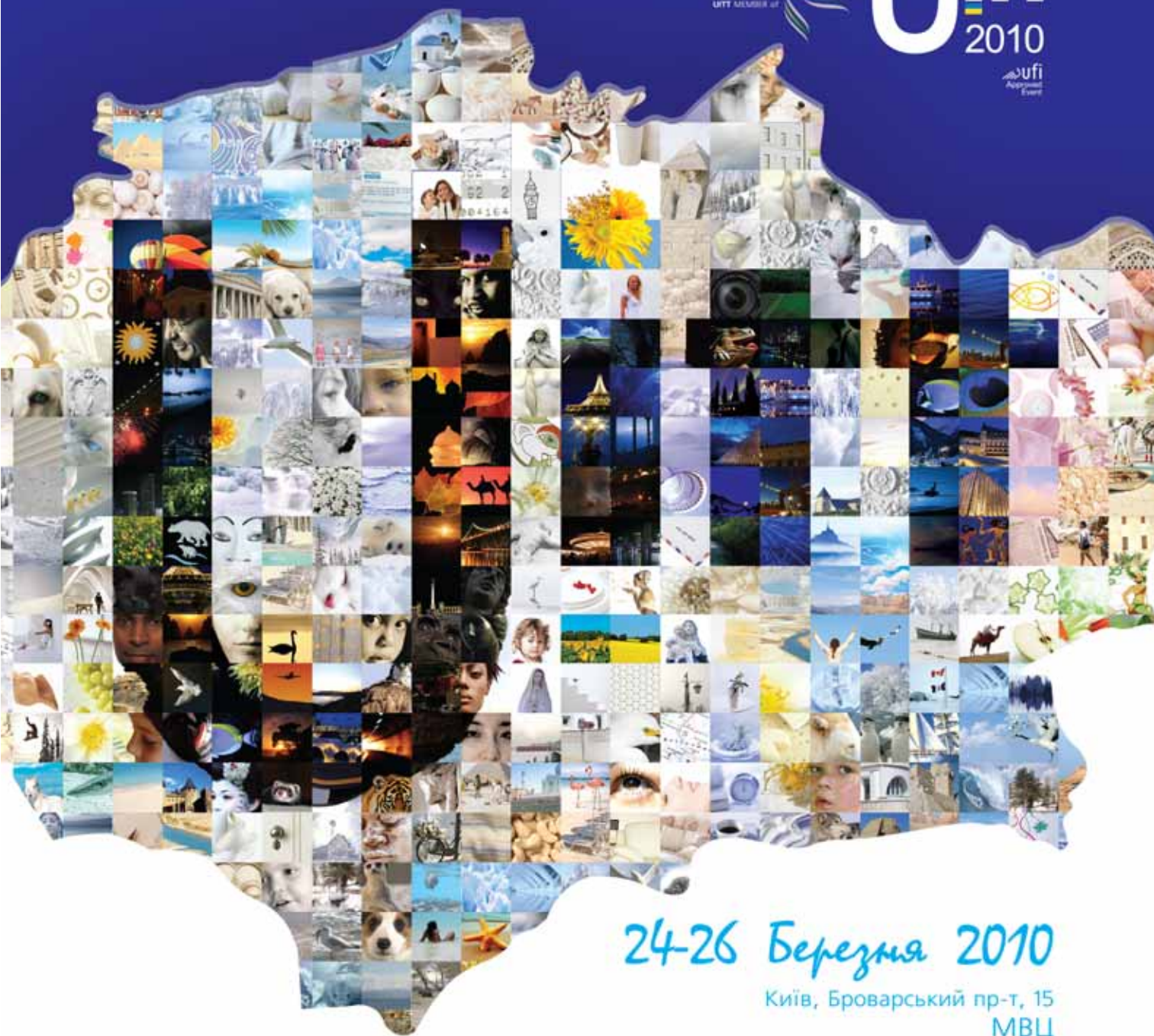
Україна, Київ, вул. Володимирська, 65, офіс 8

e-mail: travel@incomartour.kiev.ua www.incomartour.kiev.ua



Uitt 2010

ufi
Approved
Event



24-26 Березня 2010

Київ, Броварський пр-т, 15
МВЦ

Україна-Подорожі та Туризм

XVI МІЖНАРОДНА ВИСТАВКА

За підтримки

 Міністерство культури та туризму України

 Київська міська державна адміністрація

он-лайн реєстрація
www.uitt-kiev.com

Членство:



Організатори:



Генеральний інформаційний спонсор:



ПРЕМ'ЕР ЕКСПО

вул. Пимоненко, 13-Б, Київ, Україна, 04050

Тел.: +38 044 496 8645, Факс: +38 044 496 8646, E-mail: uitt@pe.com.ua, www.uitt-kiev.com

Анкеты – только в Интернете

Начиная с 26 февраля с.г., посольство США принимает от визовых аппликантов, желающих отправиться в США по неиммиграционной визе, только онлайн-анкету формы DS-160. Новая форма анкеты призвана заменить сразу 3 документа, применявшихся ранее: DS-156, DS-157 и DS-158.

Скачать анкету можно на сайте <https://ceac.state.gov> Форму необходимо скачать, заполнить на английском языке и через Интернет отправить в посольство заранее – до назначенной даты собеседования. На собеседование необходимо принести распечатанную страничку подтверждения в приеме анкеты.

Кроме иммиграционных виз, новый порядок не распространяется на визы, предназначенные для жениха/невесты. Этим категориям визовых аппликантов по-прежнему по почте высылаются пакет документов с формой DS-156 и инструкциями по ее заполнению.

*Отдел прессы, образования
и культуры посольства США в Украине*



Авиакомпания "Хорс": Ваши желания - наши возможности

Чартерные рейсы - по всему миру

Регулярный рейс "Киев", Жуляны - Симферополь - "Киев", Жуляны (с 16 апреля 2010 - ежедневно)

Авиакомпания "Хорс"
 Ул. Механізаторів 10,
 Київ, Україна 03 035
 Тел./факс: + 38 044 494 32 86
 email: khors@khors.kiev.ua
www.khors.com.ua

Рок-звезды приглашают в Тель Авив



В Тель Авиве этим летом пройдут концерты таких звезд мирового уровня, как Элтон Джон, Пол Анка, Род Стюарт, группа «Металлика». Некоторые из них уже выступали в Израиле: к примеру, Элтон Джон, Пол Анка и «Металлика» выступят в Тель Авиве в третий раз, Род Стюарт впервые дал концерт на Святой Земле в 1983 году. Приедут также в Израиль Боб Дилан и The Pixies.



Для содействия в организации фан-туров украинские туристические компании могут обращаться в представительство Министерства туризма Израиля в Украине (тел. 044-586-1584, Анна Серокурова).

ГОТЕЛЬ ДЛЯ СОБАК ТА КОТІВ

тел.: 8 (044) 404-76-42
моб.: 8 (067) 917-95-85

пр-т Відрадиний, 31
03061, м. Київ



www.doghotel.com.ua, ross-husky@ukr.net

Израиль таки отменит визы для Украины

Премьер-министр Израиля Беньямин Нетаньягу поручил Министерству иностранных дел начать с Украиной переговоры о введении безвизового режима для взаимных поездок граждан. «Это отвечает национальным интересам Израиля», – заявил он. Такое решение было принято после заседания правительства 14 февраля, на котором состоялось обсуждение перспектив введения для граждан Украины безвизового режима в случае краткосрочных поездок. По итогам заседания правительство одобрило инициативу установления безвизового режима для Украины, которую выдвинули министры иностранных дел Авигдор Либерман и туризма – Стас Мисежников.

Несмотря на активное сопротивление министра внутренних дел Израиля Эли Ишая, который считает Украину главным источником работников секс-индустрии и страной с высоким уровнем торговли людьми, по итогам голосования никто из министров не проголосовал против начала переговоров.

По материалам пресс-службы Министерства туризма Израиля

Минтранс привлекает круизных туристов

В соответствии с приказом Минтрансвязи Украины №19 от 21.01.2010 г. уменьшаются ставки сборов за услуги в морских портах Украины, которые предоставляются иностранным судам. Скидка в 20% (в осенне-зимний период – 50%) предоставляется иностранным круизным судам, которые заходят в морские порты Украины с туристическими целями.

По мнению представителей Государственной морской администрации, внедрение скидок на тарифы на обслуживание судов и портовые сборы позволит повысить конкурентоспособность украинских портов, увеличить количество суднозаходов и, таким образом, увеличить прибыльность отечественных морских портов. Сегодня потенциал Одесского, Севастопольского и Ялтинского морских пассажирских портов, которые обладают инфраструктурой для обслуживания круизных судов, используется лишь на 5-10%.

Пресс-служба МТЗУ

Африка наращивает турпоток

По данным UNWTO – Всемирной туристической организации ООН – глобальный кризис частично переориентировал турпоток на Африку. В 2009 году количество туристов, посетивших «черный континент», увеличилось на 5%. Ожидается, что дополнительным стимулом для дальнейшего увеличения турпотоков в африканском направлении станет Мундиаль – первенство мира по футболу, которое в 2010 году пройдет в ЮАР.



НОКС-ФИЛЬМ
ТУРОПЕРАТОР

Австрія
Франція
Італія
Швейцарія
Німеччина

Мексика
Перу
Гватемала
Кенія
Танзанія

Балі
Шрі-Ланка
Мальдіви
Сейшели
Куба
Домінікана

В'єтнам
Камбоджа
Китай
Таїланд
Малайзія
Японія

490-62-69 ☎ 490-92-04 **АВІАКАСА**
www.noksfilm.com.ua 495-50-05 ☎ 462-53-27

«Сапсан» приобретает популярность

За месяц эксплуатации железнодорожного рейса Москва-Санкт-Петербург, осуществляемого высокоскоростными поездами «Сапсан», услугами нового для России вида транспорта воспользовались 77 043 пассажира. На маршруте используются электропоезда Siemens серии Velaro RUS, изготовленные в Германии. Из одной российской столицы в другую можно добраться по железной дороге за 3 часа 45 минут. Ежедневно «Сапсан» перевозит около 2.5 тысяч человек.

График движения скоростного поезда состоит из трех ежедневных рейсов, отправляющихся из обоих городов в 6:45, 13:00 и 19:00. Дневной рейс прибывает на полчаса позже, так как останавливается на нескольких промежуточных станциях. Утром и вечером поезда, способные развивать скорость до 250 км/ч, следуют без остановок.

Стоимость проезда в вагоне 1-го класса поезда «Сапсан» составляет около 1600 грн, в вагоне 2-го класса – около 850 грн. Для сравнения, стоимость про-



езда в поезде №79 Волгоград – С-Петербург по тому же маршруту в купейном вагоне находится в пределах 210-400 грн, цена билета в плацкартном вагоне составляет 168 грн.

rzd.ru

Агенда Video

Техническое сопровождение:





**презентаций,
выставок,
конференций,
мероприятий.**







г. Киев, Украина
Тел.: +38(044) 585- 1245
www.arvi.com.ua

Шлях до серця Азії

Київ— Алмати

З 11 березня двічі
на тиждень

Безкоштовно:

- Багаж (до 40 кг)
- Харчування на борту
- Он-лайн бронювання
- Он-лайн реєстрація на рейс
- Можливість вибору місць у салоні
- Участь у програмі Панорама Клуб



☎ 8 044 581 50 50 📞 566 МТС, КИЇВСТАР,
LIFE!, BEELINE

МТС - згідно з тарифним планом наданим на мобільний телефон / Київстар та Life! - 1 грн за виклики / Beeline - 0,05 грн за виклики.
Ліцензія МАУ ДАА № 348671 серія АВ від 20.02.2009 р.



MAU

Агентства - лидеры по продаже авиабилетов



- 1 Туристический клуб
- 2 Аквавита
- 3 Пилот
- 4 Кий Авиа
- 5 Телехаус
- 6 Транско
- 7 Верано
- 8 Загорье
- 9 Яна
- 10 Алвона



- 1 Транско
- 2 Аквавита
- 3 Загорье
- 4 Пилот
- 5 Кий Авиа
- 6 Обрий
- 7 Via Kiev
- 8 Кий Авиа Крым
- 9 Спутник
- 10 Универсальное международное агентство (Харьков)



- 1 Air Travel (Авиатур)
- 2 Алвона
- 3 American Travel Group
- 4 Аквавита
- 5 Кий Авиа
- 6 Обрий
- 7 Пилот
- 8 Сам
- 9 Via Kiev
- 10 Загорье

Данные приведены в алфавитном порядке
без расстановки по предпочтениям



- 1 Кий Авиа
- 2 Пилот
- 3 Аквавита
- 4 Алвона
- 5 Вояж Киев
- 6 Пан Украин
- 7 Загорье
- 8 UFSA
- 9 Сам
- 10 Телехаус



- 1 Кий Авиа
- 2 Пилот
- 3 Пан Украин
- 4 UFSA
- 5 Орион
- 6 MIBS Travel
- 7 Алвона
- 8 Кий Авиа Крым
- 9 Обрий
- 10 Сам ТФ



- 1 Кий Авиа
- 2 Пилот
- 3 Обрий
- 4 Алвона
- 5 Универсальное международное агентство (Харьков)
- 6 Телехаус
- 7 Аквавита
- 8 Via Kiev
- 9 Сентоза-тур
- 10 Загорье



- 1 Кий Авиа
- 2 Алвона
- 3 Пилот
- 4 Air Travel (Авиатур)
- 5 Кий Авиа Крым
- 6 UFSA
- 7 Вимед LLC
- 8 Универсальное международное агентство (Харьков)
- 9 Арт-тур
- 10 Загорье



- 1 Кий Авиа
- 2 Алвона
- 3 Пилот
- 4 Аквавита
- 5 Via Kiev
- 6 Обрий
- 7 UFSA
- 8 Фабрика туризма
- 9 Глобус турс
- 10 Транско



- 1 Кий Авиа
- 2 Пилот
- 3 UFSA
- 4 Алтис
- 5 Арт Тур
- 6 Алвона
- 7 Обрий
- 8 Worldservice Group
- 9 Аквавита
- 10 Авиатур



- 1 Кий Авиа
- 2 ПИЛОТ-1
- 3 АВИАТОР
- 4 АВИАТУР (ДНЕПРОПЕТРОВСК)
- 5 АВИАКОМПАНИЯ АНП
- 6 УНИВЕРСАЛЬНОЕ МЕЖДУНАРОДНОЕ АГЕНТСТВО (ХАРЬКОВ)
- 7 МАГАЗИН ПУТЕШЕСТВИЙ «МЕРСИ»
- 8 АЛВОНА
- 9 UFSA
- 10 АВИА ВОЯЖ



- 1 Кий-Авиа и Авиатур
- 2 АЛВОНА
- 3 АКВАВИТА
- 4 ПИЛОТ
- 5 VIA KIEV
- 6 ОБРИЙ
- 7 ГЛОБУС ТУРС
- 8 ЭЛИТА-БИЗНЕС
- 9 UFSA
- 10 САМ



- 1 Кий Авиа
- 2 УНИВЕРСАЛЬНОЕ МЕЖДУНАРОДНОЕ АГЕНТСТВО (ХАРЬКОВ)
- 3 ПИЛОТ
- 4 АЛВОНА
- 5 VIA KIEV
- 6 АКВАВИТА
- 7 AIR TRAVEL
- 8 ПИЛИГРИМ (ЛЬВОВ)
- 9 ОБРИЙ
- 10 ФАБРИКА ТУРИЗМА (ОДЕССА)



- 1 ЗАГОРЬЕ
- 2 АКВАВИТА
- 3 Кий Авиа
- 4 АЛВОНА
- 5 ПАН УКРЕЙН
- 6 ЯНА
- 7 ТРАНСКО
- 8 КАВС (КИЕВСКОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНЫХ СООБЩЕНИЙ)
- 9 САМ
- 10 ОБРИЙ



- 1 Кий Авиа
- 2 Кий Авиа КРЫМ (СИМФЕРОПОЛЬ)
- 3 АВИАТУР (ДНЕПРОПЕТРОВСК)
- 4 ПИЛОТ
- 5 СЕНТОЗА-ТУР (ДНЕПРОПЕТРОВСК)
- 6 UFSA
- 7 УНИВЕРСАЛЬНОЕ МЕЖДУНАРОДНОЕ АГЕНТСТВО (ХАРЬКОВ)
- 8 ИНТЕРГРАД (ДНЕПРОПЕТРОВСК)
- 9 АЭРОТУР-СЕРВИС (ДНЕПРОПЕТРОВСК)
- 10 ОБРИЙ



- 1 ТУРОПЕРАТОР «МОРЕ»
- 2 Кий Авиа
- 3 ТУРИСТИЧЕСКИЙ КЛУБ
- 4 ГТО
- 5 НОРД



- 1 Кий Авиа
- 2 UFSA
- 3 УНИВЕРСАЛЬНОЕ МЕЖДУНАРОДНОЕ АГЕНТСТВО (ХАРЬКОВ)
- 4 АВИАТУР (ДНЕПРОПЕТРОВСК)
- 5 Кий Авиа КРЫМ
- 6 НИКОЛАЕВСКОЕ АГЕНТСТВО ВОЗДУШНЫХ СООБЩЕНИЙ
- 7 ПИЛОТ
- 8 ПИЛОТ-1
- 9 ТТА «ГАЛ-ЭКСПОТУР»
- 10 АГЕНТСТВО ПО ПЕРЕВОЗКАМ И ТУРИЗМУ «СХИД-АВИА»

Украинские агентства – лидеры продаж авиабилетов по всем направлениям в 2009 году

№ п/п	Название турфирмы	Количество IATA-локаций
1	Кий Авиа	32
2	Пилот	9
3	АЛВОНА	5
4	Аквавита	4
5	Загорье	1
6	UFSA	10
7	Обрий	3
8	Via Kiev	3
9	САМ	2
10	Air Travel	7

Данные для рейтинга
взяты из открытых источников

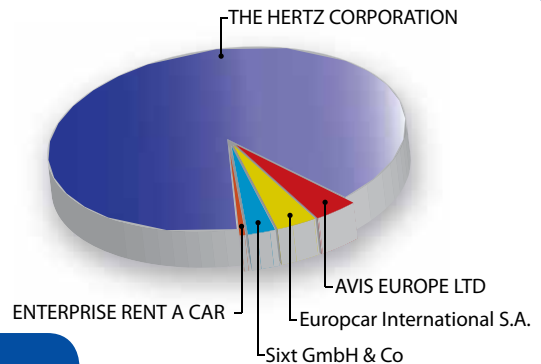


Амадеус: travel-IT завоевывает популярность в Украине

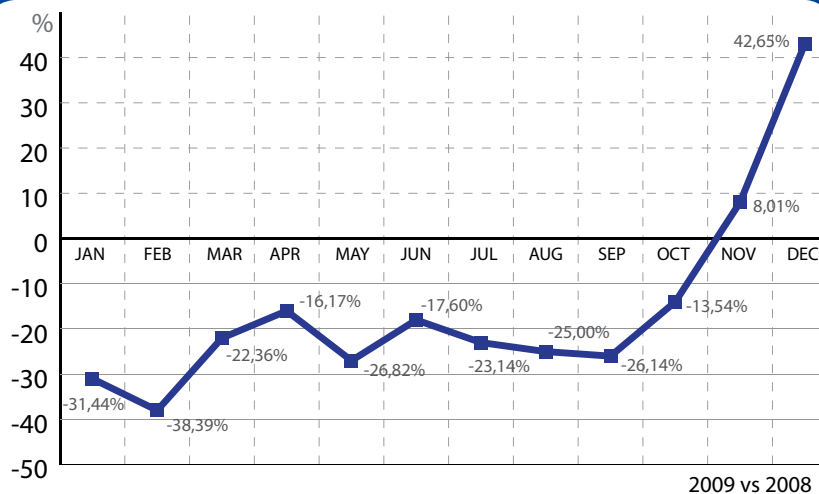
Сегодня вряд ли возможна работа туристической компании — будь то турагент или, тем более, оператор — без использования глобальных систем дистрибуции

(GDS), которые постоянно внедряют новые продукты для работы с тревел-услугами. По утверждению пред-

ТОП провайдеры проката авто в 2009 году

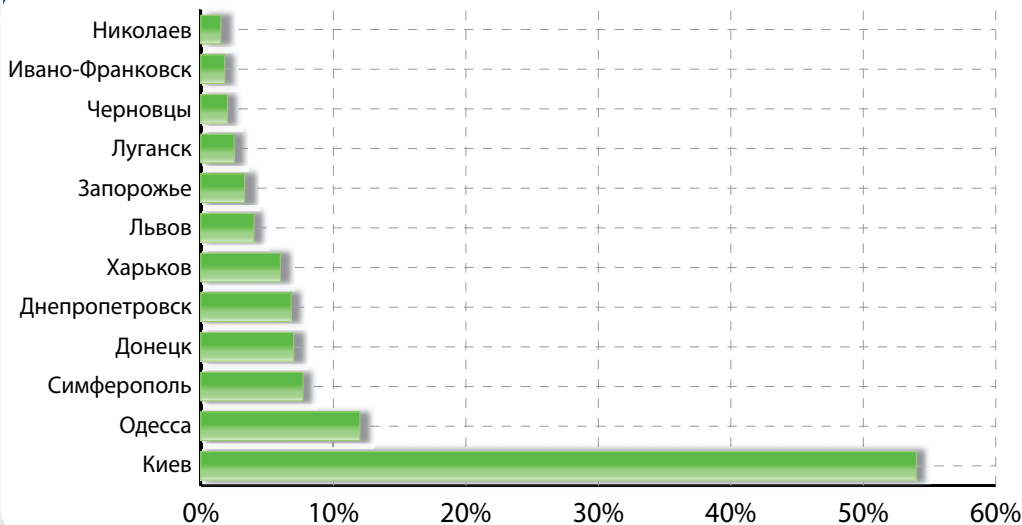


Динамика падения/роста объемов бронирования авиационных перевозок агентствами Украины в 2009 г по отношению к 2008 г.



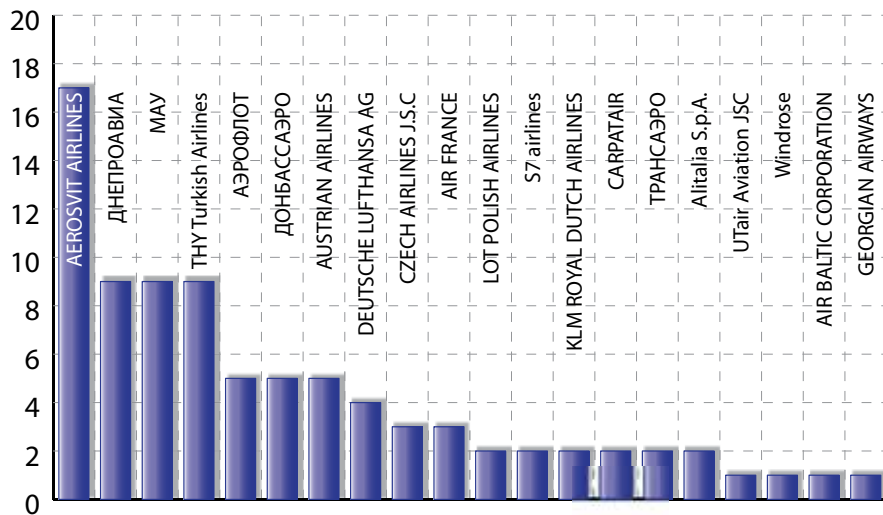
ставителей GDS, внедрение в повседневную практику новых IT-решений и продуктов для тревел-индустрии приводит к тому, что процесс поиска вариантов, бронирования и продажи тревел-услуг становится более быстрым, а также удобным для пользователя, т.е. менеджера турфирмы. А значит, повышает производительность труда сотрудников, позволяя за единицу времени предложить потенциальному клиенту большее количество вариантов, получая, таким образом, преимущество перед конкурентами.

Географическое распределение объемов бронирований по городам за 2009 г.



Приведенная ниже информация свидетельствует о динамике использования туристическими компаниями инструментов, предлагаемых наиболее распространенными в Украине GDS. На наш взгляд, такая информация может служить достоверным индикатором состояния отрасли в прошлом году.

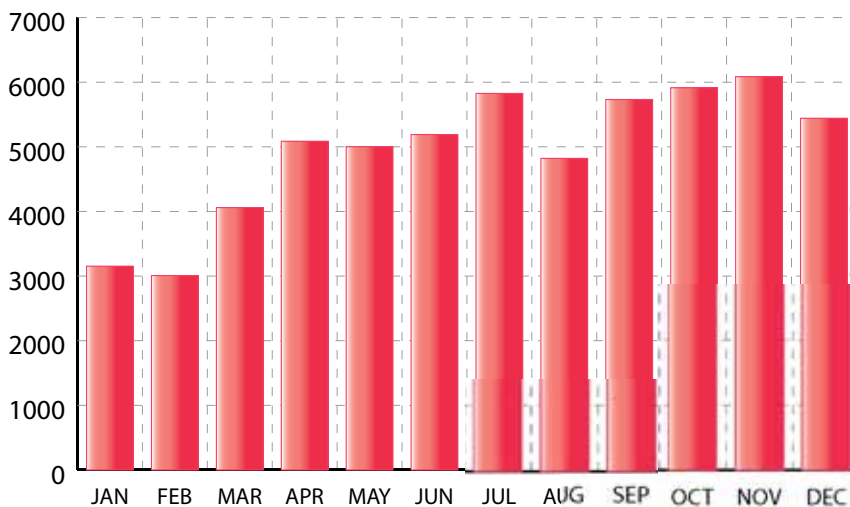
Доли бронирования ТОП 20 авиакомпаний в 2009 году



Доли выпуска страховых полисов с помощью Amadeus local insurance 2009



Динамика оформляемых электронных билетов при помощи Amadeus Remote Ticket Solutions за 2009 электронных билетов



Galileo: Интенсифицируем и оптимизируем турбизнес



*Алексей СМОТРОВ,
менеджер по продажам
и маркетингу представительства
ГДС Galileo в Украине,
Беларуси и Молдове*

Основным фактором, повлиявшим на объемы продаж авиаперевозок в Украине в 2009 году, как в целом по отрасли, так и в сегменте агентской продажи посредством системы бронирования GDS Galileo, является экономический кризис, охвативший все сферы бизнеса и экономики нашей страны. Однако нельзя не отметить, что наряду с негативными последствиями присутствуют и положительные тенденции, о которых хотелось бы рассказать. В «новых условиях» туристические агентства и компании, специализирующиеся исключительно на продаже авиабилетов, стали уделять больше внимания оптимизации собственных бизнес процессов, многие из них пересмотрели подходы к продажам. В результате, на рынке был отмечен значительный интерес со стороны агентств к новым продуктам и решениям, позволяющим организовать бронирование и продажу авиабилетов в режиме on-line. Широкое распространение получили программы поощрения агентств, активизировалась работа с субагентами за счет выгодных и простых программ сотрудничества, увеличилось количество сотрудников агентств, прошедших обучение и подготовку на курсах.

Компании из TOP 10 2008, не вошедшие в TOP 10 2009

Агентство	Изменение позиции
Битско	-12
САМ	-13
Ариола Груп	-8
Времена года	-5
Трансавиа Тур	-3

Безусловно, рыночные тенденции 2009 года не могли не отразиться на перераспределении позиций в топ десятке агентств, использующих GDS Galileo. Первые 2 места занимают бессменные лидеры и давние партнеры Travelport | Galileo, компании «Пилот» и «Карлсон Вагонлит Украина». Лидерство данных компаний обеспечивается за счет высоких стандартов обслуживания, инвестиций в новые технологии и персонал. В то же время, почетное третье место заняла компания «Алтис», являющаяся одним из лидеров в сфере on-line продаж среди украинских партнеров компании Travelport | Galileo. Продуманная стратегия и использование наиболее современных технологий позволило данной компании в 2009 году подняться на 13 позиций

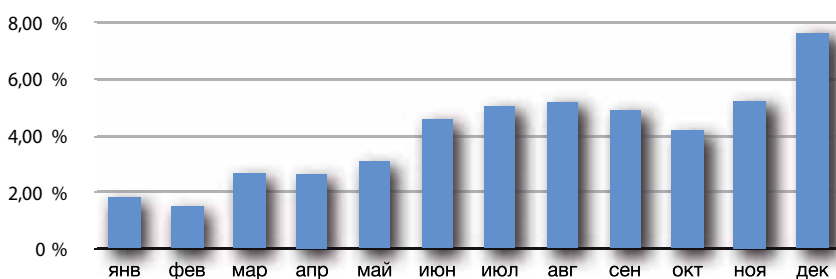
Агентство	Новое в рейтинге	Изменение позиции
Пилот		0
Карлсон Вагонлит Украина Лимитед		0
Алтис	✓	+13
ТИС	✓	+8
Реина	✓	+49
Парадиз		+2
Вимед	✓	new
Пилот-1		-4
Тревел Центр Трайм	✓	+4
Київзовніштур		-1



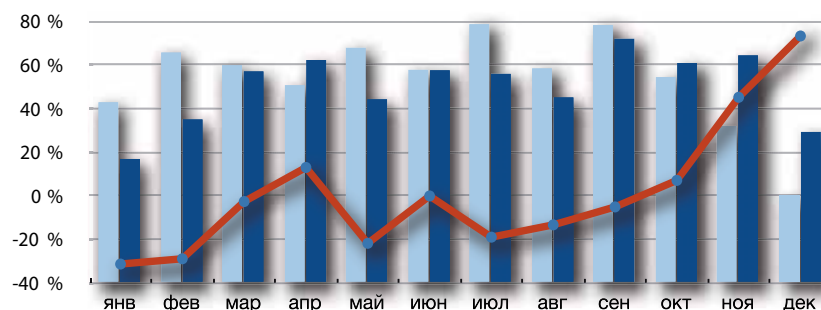
в нашем рейтинге. Если говорить об on-line продажах в целом, то нельзя не сказать, что это становится чуть ли не обязательным каналом продаж для современного туристического агентства. Так, 90% компаний из десятки лидеров уделяют этому направлению продаж особое внимание. Наметившаяся тенденция позволяет нам говорить о том, что на данный момент практически каждый 12-й билет, проданный посредствам системы бронирования GDS Galileo, является забронированным через сайт.

Говоря о негативных последствиях экономического кризиса в сегменте продаж авиаперевозок, стоит отметить значительное снижение объемов бронирования на рынке. Так, компании, которые входили в десятку лидеров по итогам 2008 года, уступили свои позиции и опустились в рейтинге. Ключевым фактором, повлиявшим на снижение объемов продаж большинства этих агентств, является их направленность на корпоративный сектор, который значительно сократился. В этой связи хочется надеяться, что взятый курс на изменение бизнес стратегии данных компаний, в соответствии с новыми реалиями, позволит восстановить утраченные лидирующие позиции.

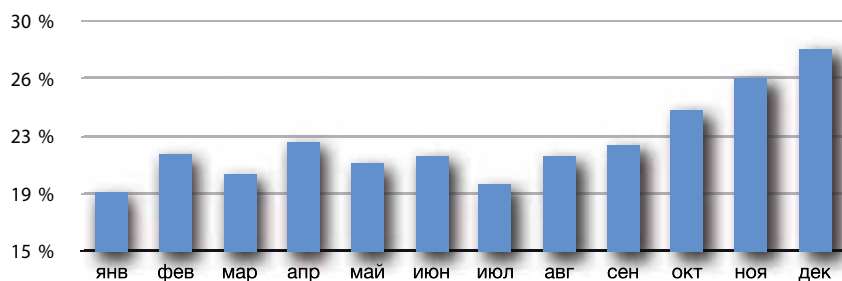
Принимая во внимание вышесказанное, мы, тем не менее, отмечаем уверенный рост объемов брони-



■ Доля on-line продаж в общих продажах Galileo



○ Изменение % ■ Galileo 2008 ■ Galileo 2009



■ Доля Galileo на Украинском рынке GDS

рования через систему GDS Galileo, начиная со второй половины осени.

Мы связываем это с ростом числа пользователей нашей системы, увеличением объемов бронирования существующих партнеров, а так же с некоторой стабилизацией ситуации на рынке авиаперевозок. В условиях жесткой конкуренции мы проявляем максимальную лояльность к своим клиентам, предлагаем выгодные условия сотрудничества, участие в бонусных программах,

стимулируем обучение персонала, а также предлагаем наиболее современные программные комплексы для туристической индустрии. Вышесказанное является составной нашей стратегии, которая направлена на планомерное увеличение количества партнеров, использующих GDS Galileo в качестве основной системы бронирования. И сейчас мы фактически вплотную приблизились к тому, чтобы занять треть рынка GDS в Украине.



Равенство, возведенное в абсолют

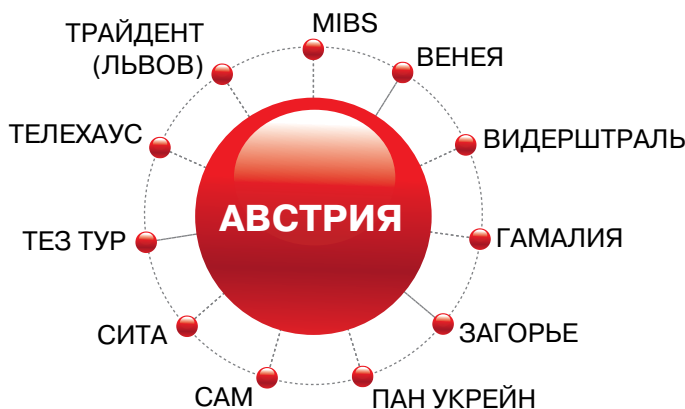
Уважаемые коллеги,

Вот уже много лет редакция журнала «Украинский туризм» в начале каждого года составляет и публикует рейтинги туристических компаний, инфраструктурных объектов, а также представителей смежных, тесно связанных с туризмом, отраслей экономики. Но жизнь не стоит на месте, и каждый год мы пытаемся усовершенствовать наполнение нашего журнала, в том числе и рейтинговую информацию. Какие-то рейтинги появляются и получают «путевку в жизнь», какие-то «отмирают» по естественным причинам.



На наш взгляд, весьма актуальным и интересным для наших читателей будет взглянуть на себя не только глазами коллег и партнеров, но и, определенным образом, со стороны. Именно для этого мы в прошлом году инициировали составление рейтинга туристических компаний с точки зрения представительств в Украине иностранных туристических администраций. Составляя этот рейтинг, мы получили от руководителей турпредставительств названия турфирм, которые, на их взгляд, наиболее тесно сотрудничают с этими организациями. Предоставленную нам информацию мы и опубликовали в «Украинском туризме» №2 за 2009 год.

К сожалению, среди некоторых наших партнеров возникло непонимание касательно порядка расстановки туристических компаний в этом рейтинге. Поэтому мы хотели бы подчеркнуть: публикуя инфор-





мацію в цьому рейтингу, ми не займаємося оцінкою діяльності тих или інших туристических компаній по указанным напрямленням. Порядок публікації турфірм в цьому рейтингу никоим образом не отражает ни об'єм продаж туров, ни количество отправленных туристических групп, ни разнообразие программ в тех или иных странах. Этот рейтинг лишь выражает мнение туристических представителств

об активності співробітництва приведених здесь турфірм именно с ними, т.е. представителствами, а не странами или, скажем, консульствами! Мы не сомневаемся, что у турпредствителств существуют свои критерии оцнки активності співробітництва, причем, скорее всего, у каждого свои.

В прошлом году некоторые наши читатели присылали как в редакцию, так и в иностранные

ТІТБІТ

Автоматизація

ПРОГРАМНИЙ КОМПЛЕКС
ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ

Базові програми комплексу:
 Розрахунок турпакетів
 Ціни + Рейси
 Back-office
 а також додаткові модулі, в т.ч. "Імпорт готелів"

Програми для онлайн-бронювання турів:
 "Tibet" (ПЗ - на власному сервері турфірми)
 "Економ-онлайн" (ПЗ - на сервері розробника)

ТІТБІТ - вітчизняний виробник
 НАЙфункціональнішого продукту з НАЙдемократичнішою вартістю!

www.titbit.com.ua Київ, вул. Федорова, 20 (044) 271-2452, 271-2125



турпредставительства, запити, суть яких можна изложити таким образом: «Чому моя компанія не на першому місці?» або «Чому я в рейтингу нижче, ніж компанія Х?» Для того, щоб раз навісгда сняти подібні питання, починаючи з цього року, ми розробили спеці-



альную схему розміщення турфірм в цьому рейтингу, яка виключає будь-яке переважання одних учасників над іншими.

Таким образом, просим понять нас правильно – цей рейтинг не призначений для в'яснення, хто краще, а хто гірше на даному напрямку, а приведена в ньому інформація відображає лише точку зору іноземних туристических представителів в Україні на співпрацю з вами, дорогі колеги.

**Искренне ваша,
редакция УТ**



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

ИЗРАИЛЬ

**СПЕЦІАЛЬНА
ПРОПОЗИЦІЯ!**



- Медичний туризм
- Паломництво
- Оформлення віз

Серія АВ №428500 від 17.10.2008р

**ВЕЛИКДЕНЬ
на Святій Землі**

**ТРАВНЕВІ СВЯТА
в Ізраїлі**

**ГАРАНТОВАНІ
ГРУПОВІ ТУРИ**
вкл. авіа, готель, сніданки
та вечері, екскурсій,
трансфери, віза

**Авіаквитки в
Ізраїль від 480\$**



США КРУЇЗИ



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



**СПЕЦІАЛЬНА
ПРОПОЗИЦІЯ!**

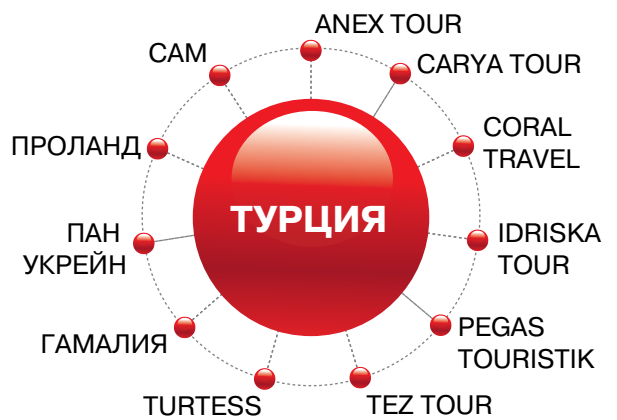
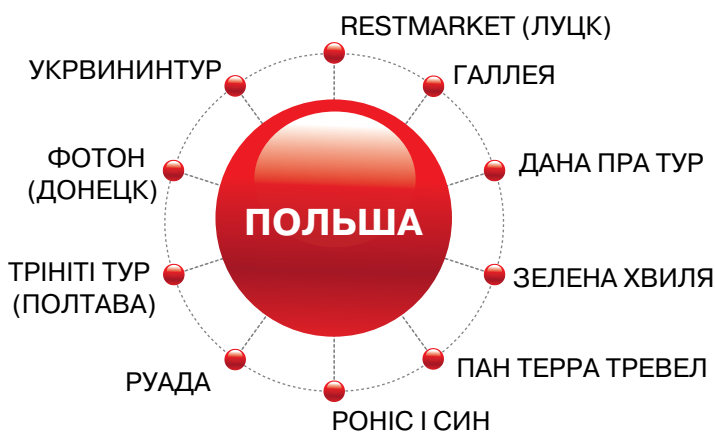


- Тури на Ваш смак
- Виставки
- Авіаквитки

Запитайте нас, як придбати нерухомість у США!



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



Туристическая фирма «Руада»
 г. Киев-01025, ул. Владимирская 19 а, оф.1
 тел./факс. (044)461-90-11, 279-41-57
www.ruada-tour.com.ua

ПОЛЬША
Криница

Туристическая фирма «Руада»
 представитель в Украине отеля
 в Кринице Hotel SPA Dr. Irena Eris

Отдых в SPA круглый год!

Приглашаем к сотрудничеству турагентства!





18 ЛЕТ НАДЕЖНОСТИ И КАЧЕСТВА

Т 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. Чапаева, 4-в, офис 46
 тел.: +38(044)238-63-08 (многоканальный)
 факс: +38(044)230-80-30
www.jasontravel.eu
jason@jason.com.ua

Топ-20 отелей мира:

- 1 – [Villa Cortes](#) – Тенерифе
- 2 – [Corinthia Grand Royal](#) – Будапешт
- 3 – [Turquoise](#) – Сиде, Турция
- 4 – [Eden Mar Hotel](#) – Фунчал, Мадейра
- 5 – [Elysium Beach Resort Hotel](#) – Пафос, Кипр
- 6 – [Qubus Hotel](#) – Краков
- 7 – [Concorde De Luxe Resort](#) – Лара, Турция
- 8 – [Tivoli Marina Vilamoura](#) – Виламура, Альгарве
- 9 – [Costa Los Gigantes Suites&Spa](#) – Тенерифе
- 10 – [Pestana Alvor Park Hotel](#) – Альвор, Альгарве
- 11 – [Iberostar Costa Calero Hotel](#) – Лансароте
- 12 – [Bitacora Hotel](#) – Тенерифе
- 13 – [Arona Gran Hotel](#) – Тенерифе
- 14 – [Cordial Mogan Playa Hotel](#) – Канарские острова
- 15 – [Caesars Palace](#) – Лас Вегас
- 16 – [Las Marismas De Corralejo Hotel](#) – Пуэртевентура
- 17 – [Porto Bay Falesia Hotel](#) – Альбуфейра, Альгарве
- 18 – [Mare Nostrum](#) – Тенерифе
- 19 – [City Inn Westminster Hotel](#) – Вестминстер, Лондон
- 20 – [Marina Luz Hotel](#) – Майорка



1



2

*По данным британского
онлайн-туроператора
TravelRepublic*

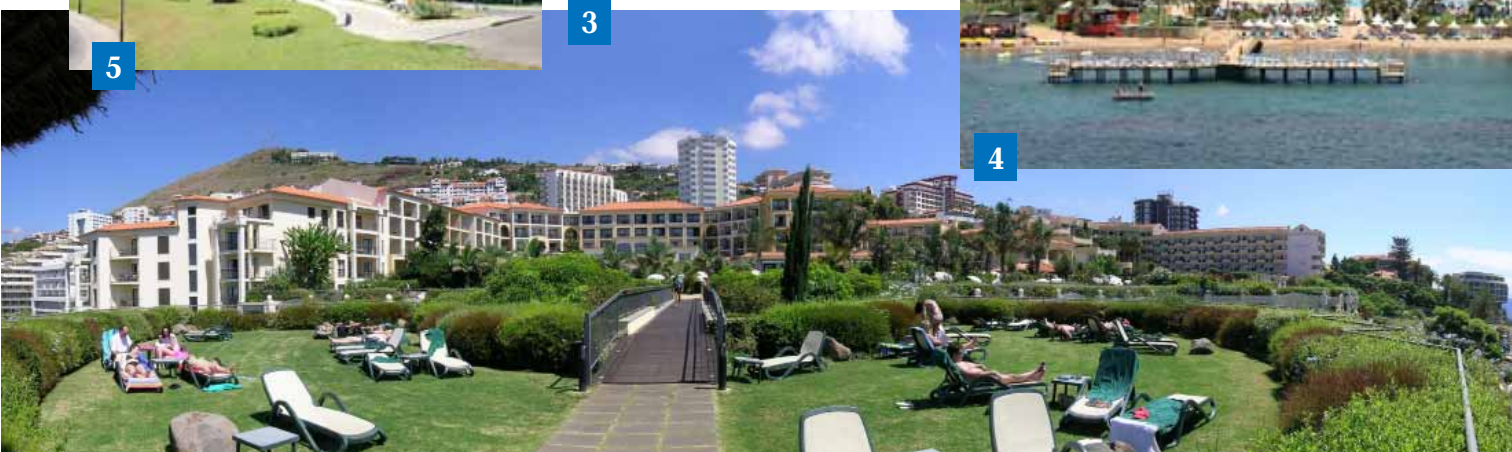


5

3



4



ВЪЕЗДНОЙ ТУРИЗМ-2009: ИТОГИ ЗАСТАВЛЯЮТ ЗАДУМАТЬСЯ

Роман КОЗЛОВСКИЙ



Искаженный учет

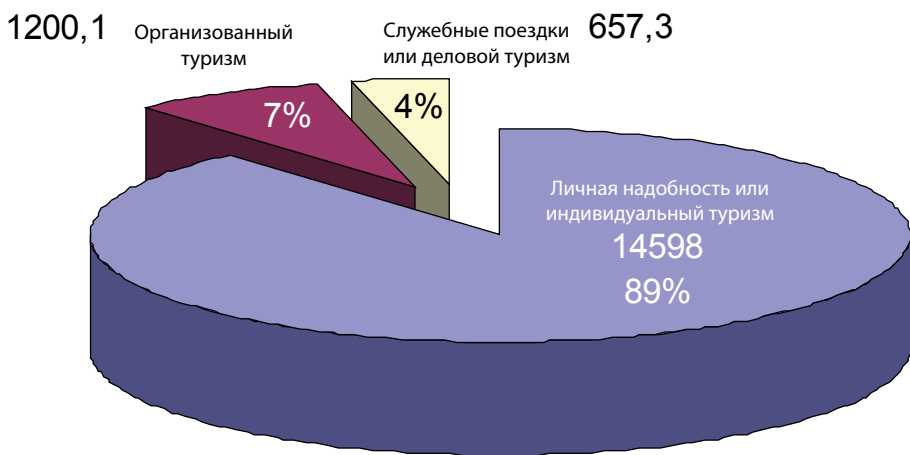
Учет туристов, прибывающих в Украину, затруднен в связи с тем, что регистрация иностранных граждан производится только в момент пересечения ими границы — это делают офицеры Госпогранслужбы. Больше на территории страны учетом иностранцев не занимается никто — в отличие, скажем, от наших соседей, России и Беларуси, где иностранный гражданин обязан, по прибытию к месту временного пребывания, зарегистрироваться в специальных органах по учету мигрантов. У наших европейских соседей такое не практикуется, однако там четко налажен учет посетителей инфраструктурных объ-

ектов, таких, как отели и другие объекты размещения, а также количества участников экскурсий, посетителей музеев, выставок, аквапарков и т.д. В Украине же многие предприниматели, работающие в туристической отрасли, действуют либо вообще вне правового поля, либо работают по упрощенной системе налогообложения, которая не предполагает подачи статистических данных о количестве туристов.

Таким образом, статистический учет тех категорий украинских и иностранных граждан, к которым применимо понятие «туристы», ведут в Украине две организации — Государственная пограничная служба и Государ-

ственная служба по туризму и курортам Министерства культуры и туризма Украины. Но уже на этом этапе начинается путаница. Дело в том, что пограничники считают не количество людей, а количество пересечений границы Украины. В том числе и тех, которые въезжают в страну с целью туризма. Вот и получается, что один и тот же человек может 10 раз в год посетить Украину, а статистика Госпогранслужбы выдаст 10 прибывших туристов. Кроме того, многие приезжие указывают целью визита «туризм» для того, чтобы побыстрее пройти все документальные формальности на границе. Вот и получается, что пограничники заявляют, скажем, о 20 млн. прибывших туристов, а данные от турфирм, гостиниц и санаториев, подаваемые в Госслужбу по туризму и курортам, свидетельствуют только о 500 тыс. приезжих. С другой стороны, Госпогранслужба никак не учитывает внутренних туристов, которые не пересекают украинскую границу.

Кроме того, весьма усложняет учет туристов наличие большого числа неофициальных и неучтенных отелей. Да и официально зарегистрированные отели для уменьшения налогов показывают далеко не всех своих постояльцев. То же самое происходит в турфирмах, которые официально показывают гораздо меньшее количество туристов, чем они реально обслужили. И вот все эти искаженные данные попадают в официальную статистику, по цифрам которой и надо подводить



* Данные в тыс. человек

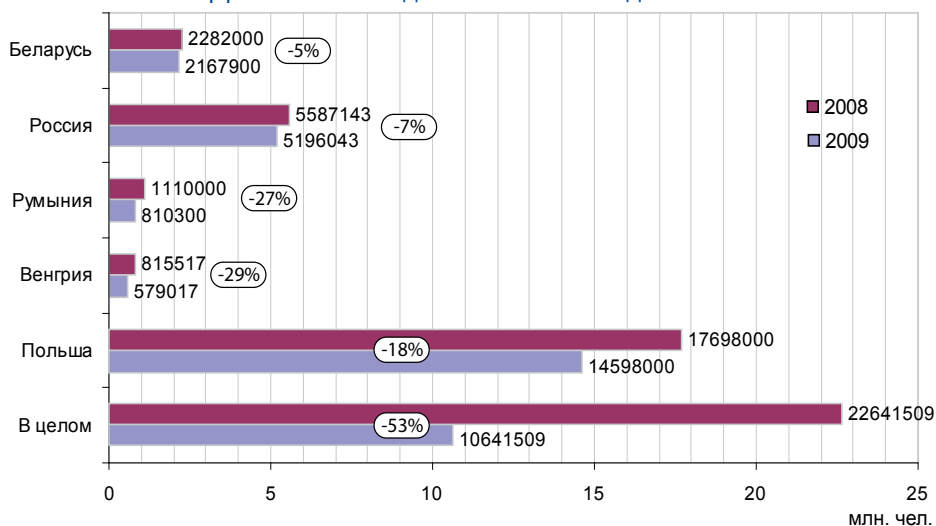
Основной тенденцией туристической деятельности ушедшего года было неуклонное уменьшение числа прибывающих в Украину туристов. Так, если распределить количество приехавших туристов по трем мотивациям, то выглядеть это будет следующим образом: поездки по личной надобности — прибыло 14598 тыс. человек или 89% от общего потока туристов, организованные поездки — прибыло 1200,1 тыс. человек или 7% от общего потока и служебные поездки — 657,3 тыс. человек или ➔

итоги. Впрочем, в этой путанице какой-то порядок может навести определение UNWTO, согласно которому туристом считается каждый иностранец, проведенный на территории страны как минимум одну ночь. Госпогранслужба, впрочем, не отслеживает сроки пребывания иностранных граждан на территории Украины (исключения делаются лишь в случаях нарушений, например, когда превышен 90-дневный срок пребывания). Тем не менее, на наш взгляд, приведенные данные хорошо иллюстрируют тенденции снижения общей посещаемости Украины в целом, и турпотоков в частности.

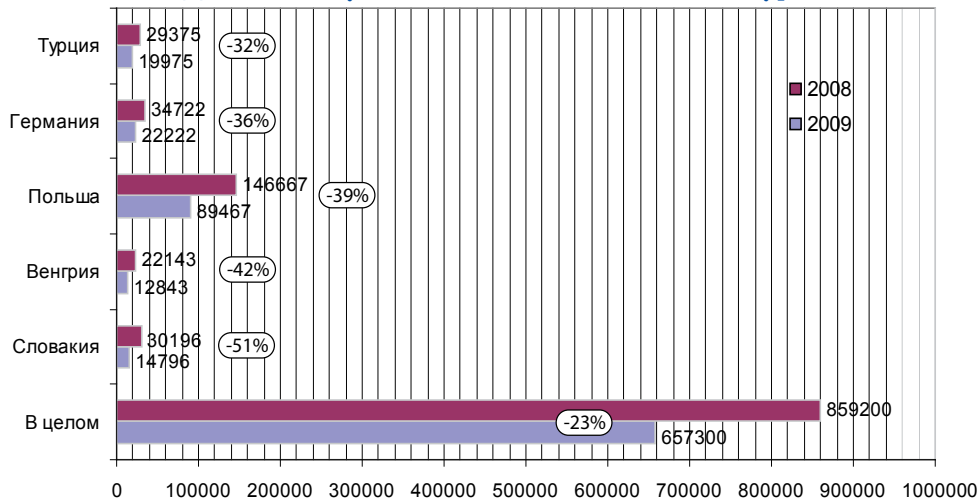
Данные Госпогранслужбы

За 9 месяцев 2009 года (к моменту сдачи номера в печать более свежие данные еще не были опубликованы — Ред.) нашу страну посетило 16,5 млн. иностранных туристов. Это на 18% или на 3,7 млн. человек меньше, чем за аналогичный период 2008 года. Путем несложных экономических вычислений можно предположить, что за весь 2009 год в Украину прибыло около 21 млн. туристов. Или, точнее, человеко-трансферов.

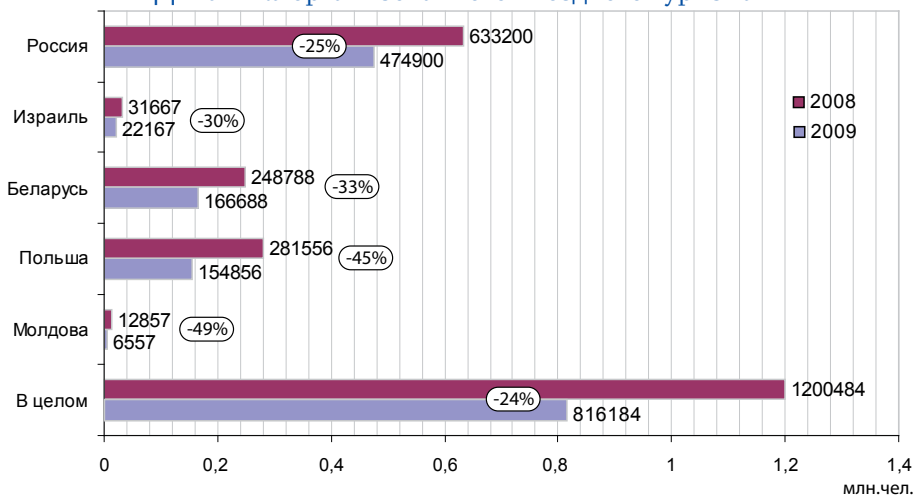
Динамика поездок по личным надобностям



Динамика служебных поездок или делового туризма



Динамика организованного въездного туризма



➔ 4% от общего числа прибывших туристов. Теперь давайте подробнее рассмотрим все эти три категории.

Поездки по личной надобности уменьшились на 18%. Несомненным лидером в падении количества таких туристов стала европейская «соседка» Польша, из которой в прошлом году приехало на 53% или на 1,2 млн. человек меньше, чем за 9 месяцев в 2008 году. В топ-пятерку по снижению числа туристов, прибывающих по личным целям, можно включить также Венгрию — падение на 29% или 236,5 тыс. человек, Румынию — минус 27% или 299,7 тыс. человек, Россия — минус 7% или 391,1 тыс. человек, Беларусь — минус 5% или 114,1 тыс. человек.

Если говорить об организованном туризме, то здесь спад составляет 24%. Страны-лидеры по этому показателю: Молдова — минус 49% или 6,3 тыс. человек, Польша — минус 45% или 126,7 тыс. человек, Беларусь — минус 33% или 82,1 тыс. человек, Израиль — минус 30% или 9,5 тыс. человек, Россия — минус 25% или 158,3 тыс. человек.

Здесь же следует упомянуть

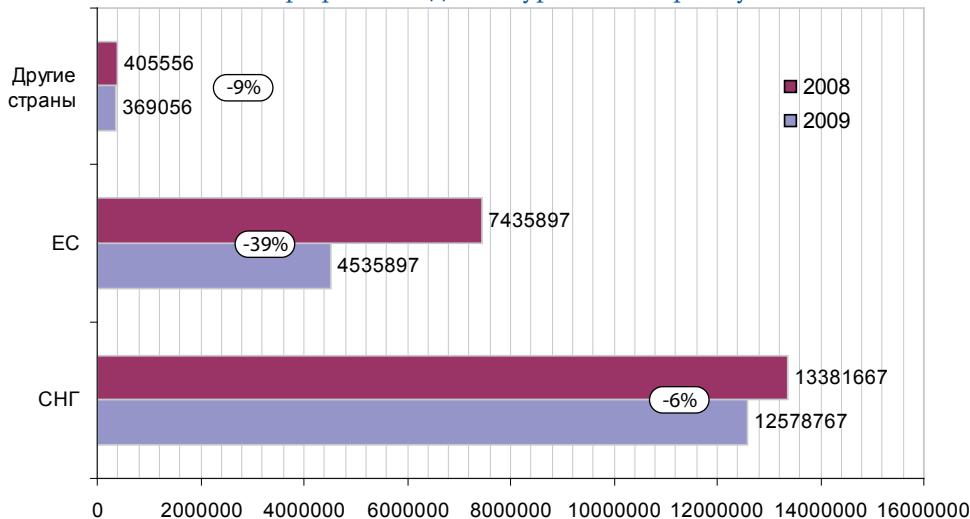
снижение на 23% количества туристов, прибывших по служебной надобности. Здесь лидером падения является Словакия — минус 51% или 15,4 тыс. человек. Также не сильно отстают и Венгрия — минус 42% или 9,3 тыс. человек, Польша — минус 39% или 57,2 тыс. человек, Германия — минус 36% или 12,5 тыс. человек и Турция — минус 32% или 9,4 тыс. человек.

Что касается географии прибывающих туристов, то здесь лидирующие позиции занимают страны СНГ (что неудивитель-

но), из которых в Украину приехало 11,7 млн. человек или 71% от общего потока. При этом из ранее братских республик за 9 месяцев прошлого года к нам прибыло на 6% или 802,9 тыс. человек меньше по сравнению с аналогичным периодом 2008 года. Если говорить о странах ЕС, то падение числа европейских туристов более значительно — за 9 месяцев 2009 года к нам прибыло 4,4 млн. человек или 27% потока, что на 39% или 2,9 млн. человек меньше. Что же касается других стран, то из них прибыло 346,5 тыс. человек или 2% общего потока. Кстати, примечательно, что с этих других стран падение числа туристов гораздо меньше, чем с Европы: 9% или 36,5 тыс. человек.

Приведенные выше цифры отражают ситуацию за 3 квартала ушедшего года, но, скорее всего, тенденции, которые наблюдались за этот период, будут продолжаться и в последнем квартале 2009 года. Напомним, что все эти цифры приведены Государственной пограничной службой, учет которой сегодня день далек от идеала. Впрочем, тенденции на туристическом рынке Украины эти цифры обозначили довольно точно.

География въездного туризма в Украину



Разбор полетов

Почему именно наблюдается такой спад? Мировой кризис — причина, конечно, уважительная, но весьма расплывчатая. Тем более, далеко не все страны мира, ориентированные на туризм, понесли убытки в этот период. И уж если быть предельно честным — туристическая отрасль нашего государства и в лучшие времена не отличалась высокой доходностью.

Одной из главных причин уменьшения турпотока можно назвать рост цен в Украине. Как выяснилось, даже для иностранцев отдых в нашей стране — удовольствие не из дешевых. Например, по мнению многих туроператоров, существенно выросло в нашей стране питание иностранных туристов. Так, если в 2009 году средний чек на одного туриста составлял 15-17 долларов США, то уже в 2009 —

30-40 долларов. И это только питание, а ведь затраты туриста складываются еще из оплаты проживания в отеле, экскурсий и многого другого, чем интересуется иностранный турист.

Рост цен вынудил туроператоров, занимающихся внутренним туризмом, вносить изменения в свои расценки в сторону увеличения. Результат не заставил себя ждать: в феврале-марте начались повальные отказы от предварительно заказанных туров. Вообще, по мнению профессионалов отрасли, цифра в 30% аннулированных отказов является еще допустимой, но в данном случае она была явно выше.

Если говорить о снижении числа служебных поездок, то здесь ситуация еще более очевидная: с одной стороны, кризис вынудил многие предприятия сократить представительские расходы и траты на командиров-



ки, а с другой — значительное число фирм и предприятий в Украине либо прекратили, либо временно приостановили свою деятельность. Таким образом, надобность в деловых поездках в Украину отпала по вполне объективным причинам.

Таким образом, итоги 2009 года не впечатляют, и заставляют всерьез задуматься о повышении привлекательности нашей страны как туристического направления. Возможно нынешний, 2010 год окажется более благополучным, но четкую картину можно будет получить лишь в конце летнего сезона.

УТ

8-10 АПРЕЛЯ 2010



ОДЕССА
КОНЦЕРТНО-ВЫСТАВОЧНЫЙ ЗАЛ
ОДЕССКОГО ТОРГОВОГО
МОРСКОГО ПОРТА

VIII МЕЖДУНАРОДНАЯ АССАМБЛЕЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА
VIII МЕЖДУНАРОДНЫЕ ВЫСТАВКИ

ТУРМАРКЕТ · ОТЕЛЬ

V МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА **БОТ экспо** V МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА **ДАЙВИНГ экспо**



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ

МИНИСТЕРСТВА КУЛЬТУРЫ И ТУРИЗМА УКРАИНЫ
ОДЕССКОЙ ОБЛГОСАДМИНИСТРАЦИИ
ОДЕССКОГО ГОРИСПОЛКОМА

МЕДИАПОДДЕРЖКА



ОРГАНИЗАТОР



ЭКСПО ЮГ СЕРВИС
ВЫСТАВКИ / ТУРИЗМ

(048) 777-60-68
iv@expodessa.od.ua
www.expodessa.od.ua

ВЫЕЗДНОЙ ТУРИЗМ-2009:

ЭКОНОМИЯ ВО ВСЕМ

Роман КОЗЛОВСКИЙ

Экономика по-брежневски

«Экономика должна быть экономной». Когда-то эту сенсацию произнес незабвенный генсек ЦК КПСС, однако ее актуальность подтверждается и сегодня, в совершенно других экономических условиях. Например, в туристической индустрии всестороннюю экономию можно смело назвать главной тенденцией ушедшего года. Так, если говорить о выездном туризме в Украине, то многие туристы решили сэкономить на услугах туристических агентств или туроператоров: не желая оплачивать посреднические услуги, они самостоятельно подыскивали себе тур через Интернет. Таким же образом многие из них заранее планировали поездку, подыскивая и тщательно просчитывая цену билетов. В этих случаях туристические агенты либо выпадали из сферы интересов туристов, либо же привлекались сугубо для открытия визы в страну поездки.

Заметим, что в этом году можно ожидать возврата таких туристов к традиционным формам взаимодействия с инфраструктурными объектами и транспортными компаниями через посредничество турфирм — привлекательный на первый взгляд Интернет таит множество подводных камней (эта тема затрагивается в одной из статей в этом же номере — Ред.). В то же время использование

ГОД НАЗАД МНОГИЕ ЭКСПЕРТЫ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА ЗАЯВЛЯЛИ О ВЫСОКОЙ ВЕРОЯТНОСТИ В 2009 ГОДУ ПЕРЕОРИЕНТАЦИИ УКРАИНСКИХ ТУРИСТОВ, РАНЕЕ ОТДЫХАВШИХ ЗА РУБЕЖОМ, НА ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ КУРОРТЫ. ПО ИХ МНЕНИЮ, ЭКОНОМИЧЕСКИЙ КРИЗИС, УДАРИВШИЙ ПО ДОХОДАМ НАШИХ СОГРАЖДАН, ВЫНУДИТ ПОСЛЕДНИХ ОТКАЗАТЬСЯ ОТ ДОРОГИХ ЗАГРАНИЧНЫХ КУРОРТОВ. СЕГОДНЯ МОЖНО СКАЗАТЬ, ЧТО ЭТИ ЭКСПЕРТЫ БЫЛИ ПРАВЫ. НО ЛИШЬ ОТЧАСТИ...

специальных методов резервирования билетов на транспорт и номеров в отелях (например, блочный выкуп мест или раннее бронирование), туристических тарифов и скидок, представляемых тур-операторам, зачастую приводят к тому, что тур, приобретенный через туристическую компанию-посредника, оказывается дешевле, чем сформированный самостоятельно.

Также к этой тенденции можно отнести и сокращение расходов на рекламу стран, традиционно позиционирующих себя как туристические дестинации. Здесь будет уместно упомянуть Грецию, Чехию, Австрию, Кипр и другие страны, солидная доля госбюджета которых рассчитана на валюту из кошельков прибывающих туристов.

В этой связи следует обратить внимание на то, что иностранные партнеры отечественных туроператоров старались максимально заинтересовывать украинских клиентов всевозможными дополнительными бонусами и акциями. Например, предлагалось 7-дневное проживание в отелях по цене шести дней или четырех — по цене трех. То же

самое можно сказать и об авиаперевозчиках, которые максимально снижали стоимость авиабилетов в непиковые даты, а на «горящих» рейсах и вовсе исключали транспортную составляющую из стоимости туристической путевки, тем самым сводя к минимуму свои прогнозируемые убытки.

Немного статистики

Итак, начнем с главных цифр — количество украинских туристов, посетивших зарубежные страны в 2009 году, как и предрекали эксперты, уменьшилось по сравнению с 2008 годом. Так, за 9 месяцев прошлого года всего лишь 37% или 695,3 тыс. человек, к которым применимо понятие «туристы», выехали за рубеж. Это на 34% меньше, чем за аналогичный период прошлого года. При этом доля внутреннего туризма увеличилась не так существенно — с 44% туристов в 2008 году до 51% в 2009 году. Однако спад в 34% не означает, будто все эти люди никуда не поехали. Все дело в том, что многие из них решили самостоятельно организовать себе отдых, без услуг турфирмы. Соответственно, в статистических данных, подаваемых турагентствами, они не фигури-

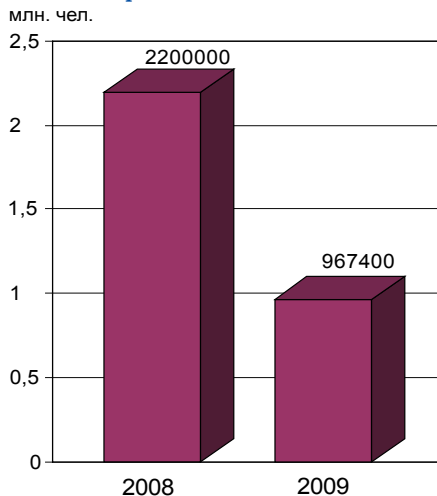
руют. А поскольку многие из инфраструктурных объектов осуществляют хозяйственную деятельность в соответствии с одной из упрощенных форм бухгалтерской отчетности, а то и вовсе не являются юридическими лицами, туристы, остановившиеся, например, в усадьбе зеленого туризма, вообще не фигурируют в статистических отчетах.

По словам экспертов туристической отрасли, в 2009 году больше всего на украинском рынке выездных туристических услуг пострадал низкий ценовой сегмент, или отдых эконом-класса. В большинстве случаев украинцы в поисках экономичного отдыха в условиях кризиса, как и описывалось выше, отказались от услуг турагентств, предпочитая самостоятельное путешествие.

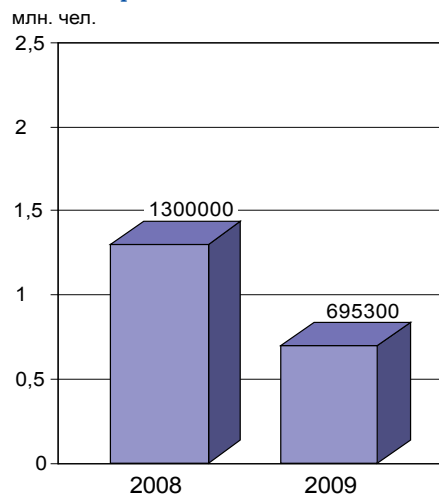
Если говорить об отдыхе средней категории и VIP-сегменте, то экономический удар по ним был не так силен. Правда, если раньше, в 2008 году, наиболее покупаемыми были путевки стоимостью 900-950 долларов США с человека за неделю отдыха на зарубежном море, то в 2009 году этот показатель снизился почти на треть — до 600-650 долларов США. Кроме того, отечественные туристы стали чаще интересоваться проживанием в 3-звездочных отелях, хотя еще два года назад львиная доля продаж приходилась на 4- и 5-ти звездочные отели, особенно на европейских направлениях.

Изменилась и сама география пребывания туристов. Например, кто до 2009 года был ориентирован на 5-звездочный отдых в таких экзотических странах, как Мальдивы, Таиланд, Доминикана, Маврикий, ОАЭ, то в

Показатели внутреннего туризма в Украине за 2008 и 2009 гг.



Показатели выездного туризма в Украине за 2008 и 2009 гг.



	Средняя стоимость тура, USD	Средняя стоимость страхового туристического полиса, Европа, 10-дневный тур, грн.
2008	900-950	40-50
2009	600-650	80-100

условиях кризиса эти туристы стали активно подыскивать туры в менее дорогие страны, например в Турцию, Чехию. При этом «звездность» отеля уменьшалась до 4 или даже 3 звезд.

Кто пострадал

В целом практически все туроператоры и турагентства, ориентирующиеся на выездном туризме, сходятся в одном — 2009 год прошел под знаменами кризиса и прибыли предприятий туристической отрасли резко уменьшились, а кто-то окончил год и с убытками. Как сообщает официальный сайт Государственной службы по туризму и курортам Украины, за 9 месяцев 2009 года турфирмы заработали на 8% меньше, чем за аналогичный период 2008 года. В итоге, отраженный в статистических данных валовой доход туристических компаний составил почти 5,8 млрд грн.

Кроме того, из-за снижения выездного туризма пострадала еще и смежная с туризмом сфера украинского бизнеса — страхование. Так, в прошлом году на 20-30% упали объемы страхования выезжающих за рубеж туристов по сравнению с 2008 годом, хотя стоимость такого страхового полиса увеличилась практически вдвое. Например, если раньше такой полис для 10-дневного отдыха в Турции стоил 40-50 гривен, то в прошлом году — за 80-100. Как объясняют страховые эксперты, это произошло из-за значительного снижения курса национальной валюты осенью-зимой 2008-2009 годов, к которому привязана составляющая обязательной медстраховки — страхование от внезапной болезни на отдыхе в другой стране. Ведь страховщики получают платежи от туристов в гривне, а выплаты производятся контрагентам за рубежом в валюте, которую им нужно приобрести.



АВСТРИЯ «В ПЛЮСАХ»

Наталья ПАРУБОЧА

Результаты туристической отрасли Австрии, как и других западноевропейских направлений, оказались более оптимистичными, чем предполагалось изначально. Динамика развития туристического потока в течение всего 2009 года была неравномерной. Падение объемов в первые месяцы сменилось медленным ростом, заметно увеличившимся в последнем квартале. В итоге, уменьшение количества прибытий туристов на австрийские курорты составило менее одного процента. Этот показатель включает в себя трехпроцентное сокращение потока иностранных туристов и увеличение количества австрийцев на 2,6%. Таким образом, из 32,3 млн. человек, посетивших курорты Австрии, иностранцы составили две трети.

Первенство среди всех стран, из которых едут отдыхать в Австрию, принадлежит Германии. Ее доля в общем турпотоке составила 50%. С большим отрывом за ней следуют Голландия и Италия — соответственно 8 % и 5% прибытий.

В то же время, произошло заметное уменьшение количества отдыхающих из Великобритании, Румынии, США и России, обычно обеспечивающих большой туристический поток в Австрию.

Более активными в течение прошлого года были сами австрийцы. Причиной стали небольшие расстояния до местных курортов, из-за которых

БЛАГОДАРЯ СПОСОБНОСТИ БЫСТРО ВОССТАНАВЛИВАТЬСЯ В НЕБЛАГОПРИЯТНОЙ ОБСТАНОВКЕ, К КОНЦУ 2009 ГОДА ТУРИСТИЧЕСКАЯ ОТРАСЛЬ НАЧАЛА ОЖИВАТЬ СРЕМИТЕЛЬНЫМИ ТЕМПАМИ. ЭТА ТЕНДЕНЦИЯ БЫЛИ СВОЙСТВЕННЫ И РЫНКУ ТУРИЗМА АВСТРИИ. ЕЩЕ ОДНА ЕГО ОСОБЕННОСТЬ – ОБЪЕМ ВЪЕЗДНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТОКА ЗАМЕТНЕЕ, ЧЕМ ОБЫЧНО, ОТЛИЧАЛСЯ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ СТРАН ПРОЖИВАНИЯ. СРЕДИ ГОСУДАРСТВ, КОЛИЧЕСТВО ТУРИСТОВ ИЗ КОТОРЫХ ПРОДОЛЖАЛО УВЕЛИЧИВАТЬСЯ, И УКРАИНА: В 2009 ГОДУ АВСТРИЮ ПОСЕТИЛО НА 8,3% БОЛЬШЕ НАШИХ СОГРАЖДАН, ЧЕМ В ПРЕДЫДУЩЕМ



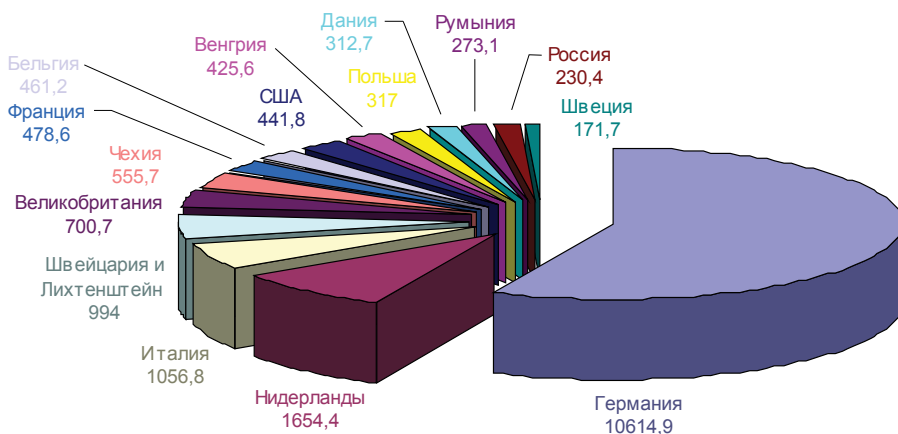
отдыхающие могут сэкономить на авиаперелете, отправившись в путешествие на автомобиле. Нередко гости из Венгрии, Румынии, Хорватии и Словении, как и граждане Австрии, выбирали отдых в пределах своей страны, также стремясь сократить расходы на дорогу. Отсюда — сокращение туристических потоков из этих государств. В то же время, количество туристов из Чехии, Швейцарии и Франции, как и наших соотечественников, продолжало увеличиваться, хотя и медленнее, чем в 2008 году.

Наиболее популярными среди гостей страны были такие направления, как Тироль — 39% всего тупотока, Зальцбург с 18% отдыхающих и столица Австрии, которую посетили почти 16% туристов. Сами же австрийцы предпочитали Штирию — этот регион выбрала пятая часть граждан страны.

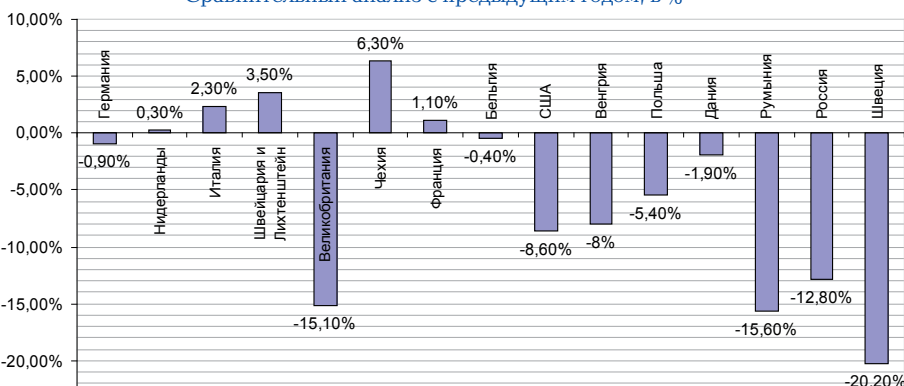
В 2009 году наблюдался стабильный спрос гостей из Украины на отдых на австрийских курортах. Неутешительные прогнозы после резкого падения оборотов в феврале не оправдались — рост потоков продолжился, хотя и не так стремительно, как раньше. В прошедшем

НОКС-ФИЛЬМ
ТУРОПЕРАТОР
 Киев, 04071, ул.Константиновская 20 14
 Тел (044) 490-6269, 492-9204
 e-mail noks@noksfilm.kiev.ua
www.noksfilm.com.ua

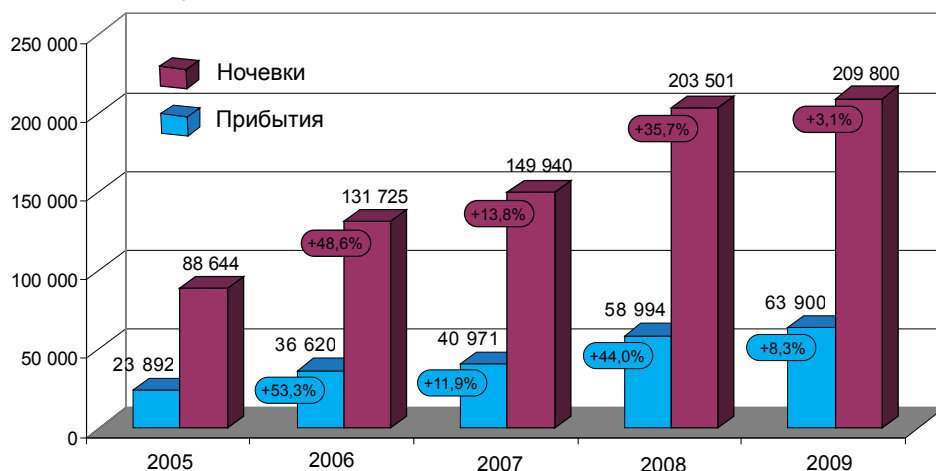
Динамика прибытий в Австрию в 2009 году (тыс.)



Динамика прибытий в Австрию в 2009 году
Сравнительный анализ с предыдущим годом, в %



Динамика туристического потока из Украины в Австрию, 2005-2009гг



Динамика прибытий в отели Австрии в 2009 году
Сравнительный анализ с прошлым годом, изменения в процентах

Категория отеля	Декабрь 2009	Январь-декабрь 2009
5/4 звезды	-0,5	-3,6
3 звезды	-2,4	-3,2
2/1 звезда	-10,5	-4,8
апартаменты	-2,1	+3,2

году количество украинских туристов, выбирающих австрийские направления, увеличилось на 8,3%. Положительная динамика сохранилась благодаря оптимальному соотношению цены и качества сервиса, являющемуся одним из факторов, делающих австрийские курорты привлекательными. Кроме того, их целевая аудитория – представители среднего и высокого сегментов рынка туризма Украины – не так сильно пострадала от кризиса.

Следует отметить, что спрос на летний туризм в Австрии повышается у наших соотечественников не столь равномерно, в отличие от популярности горнолыжных туров. Среди всех австрийских направлений наилучшие показатели в 2009 году у федеральных земель, а вот количество поездок в Вену незначительно снизилось – на 3%.

Количество украинцев, выбирающих Австрию для отдыха, постоянно растет в течение последних пяти лет. В 2008-2009 гг. наши соотечественники стали приезжать чаще, но оставались не так долго, как раньше. Еще одна тенденция украинского рынка – туристы все чаще самостоятельно берутся за организацию поездок в Австрию, особенно при повторном визите в страну. Если в 2004 году документы с помощью турагентств подавали 90% украинцев, то теперь их около 70%. Это стало возможным благодаря получению информации в Интернете, например, на новом украинском сайте Австрийского Туристического офиса.

По материалам Австрийского национального туристического офиса и Федерального института статистики Австрии **УТ**

РЕЙТИНГ АНТИЛОЯЛЬНОСТИ АВИАКОМПАНИЙ ПО ОТНОШЕНИЮ К ПАССАЖИРАМ

Вячеслав КОНОВАЛОВ

УЖЕСТОЧЕНИЕ
ВСЕВОЗМОЖНЫХ НОРМ
И ПРАВИЛ В АВИАЦИИ
НЕГАТИВНО ВЛИЯЮТ
НА ОТНОШЕНИЕ
ПАССАЖИРОВ К
ПЕРЕЛЕТАМ...

1. АНТИТЕРРОРЕСТИЧЕСКИЕ МЕРЫ В АМЕРИКАНСКИХ АЭРОПОРТАХ

Похоже, после неудавшейся попытки теракта в небе над Америкой в декабре прошлого года службы безопасности как будто с цепи сорвались. Спецназовцы готовы стрелять на поражение при любом сколько-нибудь подозрительном поведении человека.

Так, на борту лайнера авиакомпании US Airways Express, летевшего из Нью-Йорка в штат Кентукки, чуть не растерзали молодого еврея, решившего помолиться. Тфилин (две маленькие коробочки из выкрашенной кожи кошерных животных, содержащие написанные на пергаменте отрывки из Торы), который иудеи носят на лбу и правой руке, пассажиры приняли за взрывное устройство. Бедного еврея скрутили, а самолет совершил экстренную посадку в Филадельфии. После разбира-



тельства задержанного отпустили, но сам факт истерии говорит за себя. Америка боится и готова из-за этого терпеть неудобства.

В аэропортах уже ни у кого не возникает удивления по поводу необходимости прибытия за 4-5 часов до вылета, чтобы успеть пройти регистрацию и многочисленные проверки безопасности. Норма же, запрещающая посещение туалета в самолете за полчаса до приземления и запрет на использование пледов во время посадки, принята как сама собой разумеющаяся. Протесты противников «раздевающих»

пассажиров сканеров уже забыты: боязливые американцы готовы «раздеваться». Пока еще лишь перед сканерами...

Однако за истерией как-то забывается цена вопроса. Ведь все эти дополнительные нормы и правила стоят денег, и немалых. Эти деньги взимаются, прежде всего, с пассажиров. Ведь раздутые штаты сеньюрити, дополнительные сканеры и очереди в аэропортах съедают громадные бюджеты. Их размер — тщательно охраняемая тайна, но все таки оценить их можно — ведь пассажиры платят дополнительные сборы за авиационную безопас-



ность. А это уже не просто \$5 с человека, в некоторых аэропортах этот показатель зашкаливает за \$20. Вдумайтесь: вам создают проблемы, заставляют выстаивать многочасовые очереди, вводят дурацкие ограничения, и за это еще берут деньги! Естественно, многие пассажиры, для которых есть возможность переноса путешествия, отказались от идеи куда-то лететь. Пока что временно, но кто знает?

2. НА ВТОРОМ МЕСТЕ АНТИРЕЙТИНГА МЫ ПОСТАВИЛИ ОЧЕРЕДНЫЕ «ЗАБОБОНЫ» АВИАКОМПАНИИ BRITISH AIRWAYS

Компания и ранее славилась своими неадекватными нормами и правилами, но в последнее время они вообще стали выходить за границы здравого смысла.

Чего только стоит педофильский скандал! Британский бизнесмен Мирко Фишер подал в суд на British Airways, обвиняя её в «унизительной» политике по отношению к пассажирам мужского пола. А все потому, что

г-ну Фишеру запретили сидеть в самолете рядом с 12-летним подростком. Якобы в авиакомпании существует правило, согласно которому экипаж самолета перед взлетом проверяет, не сидят ли незнакомые мужчины рядом с детьми или подростками, которые путешествуют в одиночку, или чьи родители сидят далеко от них. Если это оказывается так, мужчину просят сменить кресло,

и самолет не взлетает до тех пор, пока требование не будет выполнено. Авиакомпания отказалась комментировать ситуацию до суда. В этой ситуации возникает вопрос: если в самолете нет свободных мест или пассажир отказывается пересаживаться, кто будет платить за простой воздушного судна? Как-то сразу вспоминается подзабытая шутка: «Принесите справку о том, что вы — не верблюд!»

Впрочем, на этом скандалы с британским перевозчиком не заканчиваются. Сотрудница British Airways Надя Эвейда подала жалобу в суд, в которой обвинила авиакомпанию в дискриминации христиан, и требует заплатить ей компенсацию в 120 тысяч фунтов. Служащая бюро регистрации аэропорта Хитроу требует от менеджмента авиакомпании признать прежние нормы корпоративной политики British Airways, запрещающие сотрудникам ношение украшений и религиозных символов поверх одежды, дискриминацией по религиозному признаку. Ведь, мусульманские платки-хиджабы и сикхские тюрбаны сотрудникам носить не запрещается. ➔



→ Стоит отметить, что экипажи British Airways не всегда ведут себя адекватно по отношению и к украинским туристам. В редакцию УТ регулярно поступают сведения о явно предвзятом отношении стюардесс по отношению к пассажирам, следовавшим из Киева в Лондон и обратно. При любом подозрении на состояние алкогольного опьянения при посадке в самолет пассажиру следовало предупреждение и во время полета ему, естественно, спиртного не наливали. Аналогичная ситуация была и в отношении пассажиров, от которых пахло табачными изделиями. Пассажир получал предупреждение о запрете курения на борту со всеми вытекающими последствиями, а любые попытки разобраться, в чем суть претензий, приводили к заявлению о возможном отказе в перевозке, если последуют дальнейшие препирательства. Таким образом, очередные судебные разбирательства стали подтверждением сложившейся тенденции

ухудшения лояльности авиакомпании по отношению к пассажирам и своим сотрудникам.

3. БОРЬБА С ОЖИРЕНИЕМ

На третьем месте мы поставили в очередной раз начавшуюся кампанию по борьбе с излишним весом пассажиров. Еще несколько лет назад среди ведущих авиакомпаний мира началась гонка по дискриминации полных пассажиров. Ряд американских перевозчиков заявили о намерении заставить платить за второй билет пассажиров, чья комплектация не позволяет им поместиться на одном сидении. Это вызвало бурную реакцию среди пассажиров. Одни, которые страдают от соседства с тучными пассажирами, полностью поддерживали проект (76% опрошенных поддержали идею), сами же толстяки бурно протестовали против нововведения. Кроме общественного резонанса, на перевозчиков посыпались и иски.

Очередной виток борьбы с лишним весом начался в США,

но в конце прошлого года начались проблемы у толстяков и в Европе. Сотрудники Air France-KLM в достаточно настойчивой форме предлагали тучным пассажирам купить второй билет с 25%-ой скидкой. Якобы эта мера обязательна и введена в целях безопасности. Такая мера действительно была введена еще в 2005 году, но была лишь рекомендательной. А в прошлом году ее решили сделать обязательной для всех. Правда, как впоследствии выяснилось из объяснений представителей авиакомпании, речь шла все же о рекомендательном характере этой меры. Комментируя эту информацию, представители перевозчика заявили, что, наоборот, возвращают деньги пассажирам, которые оплатили дополнительное место в самолете для своего удобства, если на рейсе еще остаются места. Правда, не совсем ясен механизм компенсации, точно так же как и не ясны параметры тучности пассажира. Таким образом, третье место в рейтинге антилояльности заняли американские перевозчики и альянс Air France-KLM.

УТ





**весь мир.
 одна выставка.**

3.000 участников
 свыше 120 стран и регионов мира
 более 85.000 посетителей
 55.000 кв. метров экспозиции

Mitt

ufi
 Approved
 Event

17-я Московская международная выставка
ПУТЕШЕСТВИЯ И ТУРИЗМ
17–20 марта 2010
 Москва, **ЭКСПОЦЕНТР** на Красной Пресне

**ОТКРЫТА РЕГИСТРАЦИЯ
 ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ПОСЕТИТЕЛЕЙ**

www.mitt.ru получите свой именной
 билет для входа на выставку



На правах рекламы.

Организатор:

ITE / АйТиИ (Москва)
 Департамент турвыставок
 +7 (495) 935 7350
 travel@ite-expo.ru

a member of
ITETRAVEL
 EXHIBITIONS



Официальные спонсоры:



Стратегический
 медиа-партнер:
туринфо

Генеральный
 интернет-партнер:
MediaTravel
 туристические рекламные кампании

Официальный
 медиа-партнер:
Точности
 продажи

СЕВЕРНАЯ ЕВРОПА ИЗ ИЛЛЮМИНАТОРА ESTONIAN AIR

Евгения ПАНЧЕНКО, менеджер
по продажам Estonian Air в Украине

Регулярные рейсы из Киева в Таллинн авиакомпания Estonian Air выполняет уже более 10 лет. Все это время мы отмечаем тенденцию роста количества пассажиров. И только в 2009 году мы были вынуждены изменить частоту рейсов в зависимости от колебаний спроса. Многие авиакомпании в прошлом году пересматривали карту своих маршрутов, сокращая некоторые направления и отдавая приоритеты другим, чтобы пережить сложный для всех период в авиаиндустрии. Авиакомпания Estonian Air не явилась исключением из правил. В этой ситуации мы реагировали на все изменения рынка вовремя, в связи с чем авиакомпании на некоторый период пришлось сократить частоту рейсов Киев – Таллинн и добавить рейсы на более востребованные направления.

В ближайшем времени мы планируем:

- восстановить три частоты в неделю на маршруте Киев-Таллинн (Пн, Ср, Пт);
- продолжить сотрудничество с украинскими авиаперевозчиками, что дает нам возможность предлагать пассажирам, живущим в регионах (Симферополь, Харьков и др.), удобные стыковки на прямой рейс до Таллинна;
- внести изменения в концепцию обслуживания на борту.

За 18 лет работы авиакомпании на рынке авиаперевозок мы несколько раз меняли концепцию обслуживания на борту воздушного судна, стараясь все больше соответствовать требова-



ниям пассажира. И теперь мы рады сообщить, что с 9 февраля этого года авиакомпания возвращается к практике обеспечения пассажиров бесплатным питанием и напитками на всех регулярных рейсах Estonian Air вне зависимости от класса обслуживания. Так что сегодня, попадая на борт нашего воздушного корабля, пассажир не испытывает никаких стрессов, связанных с дополнительными, пускай и мелкими, денежными тратами, а только наслаждается профессиональной работой нашего экипажа.

Парк самолетов Estonian Air современный, и авиакомпания следит за тем, чтобы техническое и эстетическое состояние воздушных судов достигало только высоких оценок. Этот факт был отмечен и другими авиаперевозчиками, которые приобретали самолеты после эксплуатации их Estonian Air.

Основные клиенты Estonian Air - бизнесмены. Учитывая постоянно развивающиеся деловые отношения между Украиной и Эстонией, наша авиакомпания не оставила без внимания этот важный для нас сегмент. Estonian Air предлагает корпоративные цены для предпринимателей, летающих часто в Эстонию либо Скандинавию и не желающих зависеть от временных рамок по выкупу билета, аннуляции и штрафов.

Нашими услугами так же пользуются люди, которых с Эстонией и Скандинавией связывают родственные узы. Такие пассажиры, как правило, лояльны к датам путешествия и стараются не упустить возможность купить билет во время проведения акций, на которые, к слову, Estonian Air щедра.

Несмотря на то, что сегодня поток туристов в Эстонию не очень велик, в этом году мы все же делаем ставку на



туристический и MICE-сегмент. Учитывая демократичные цены на гостиничные номера, которые предлагают эстонские отели и туроператоры, а также стоимость трансфера и питания, несложно предположить, что в Эстонии в этом году не побывает разве что ленивый.

В Европе и в России стало модным путешествие в Эстонию благодаря многочисленным возможностям для проведения небольших совещаний и крупных конференций, тысячам интересных площадок, подходящим под любой формат мероприятия, креативным решениям туроператоров, необычайной гостеприимности муниципальных властей, характеру средневекового города и многому другому.

Интерес украинских туристов к Эстонии возрастает. На майские праздники и летний период от туристических компаний поступают групповые заявки. Растет популярность туров выходного дня.

Таллинн все чаще попадает в расписание концертных туров всемирно известных исполнителей и музыкальных групп. В прошлом году, к примеру, в Таллинне выступала Мадонна, Патрисия Каас и др., в этом - эстонцы будут принимать рок группу-легенду — «Металлика».

Если Таллинн является конечным пунктом путешествия, то турист будет приятно удивлен очень быстрым трансфером из аэропорта до отеля. Все дело в том, что отели Таллинна в основном сосредоточены в центре города либо возле него, а расстояние из аэропорта до Старого Таллинна всего 5 км, соответственно и такси стоит недорого (около 8 евро).

Немногие знают, что Эстония расположена не только на материковой части, но и на островах (около 1500 островов). На многих из них туристы могут порыбачить или поохотиться. И почему бы не предложить уже избалованному туристу именно это, еще малоизученное направление. К тому



же Estonian Air разрешает провозить бесплатно на своем борту снаряжение для рыбалки (20 кг — эконом класс, 30 кг — премиум), а стоимость перевоза амуниции для охоты составит 20 евро за направление.

Для более взыскательных — эстонские СПА курорты! Качеством они не уступают раскрученным европейским СПА центрам, а ценой удивят даже любителей бюджетных туров. Авиакомпания Estonian Air предлагает всего за 30 минут добраться из Таллинна в столицу эстонского СПА — г. Курессааре (о. Сааремаа).

Но Эстония может стать только началом путешествия. Таллинн зачастую называют воротами в Скандинавию, так как через Ревель (так город называли в 15-16 веках, когда он был одним из важнейших купеческих городов Ганзейского союза) проходит много различных транспортных магистралей.

В Копенгаген, Стокгольм и Осло Estonian Air предлагает ежедневные регулярные рейсы. А до столицы Финляндии всего 80 км. Два часа на пароме — и турист уже гуляет по Хельсинки.

Что касается других стран Прибалтики, то близкое расположение

Латвии, дает возможность туристу путешествовать на арендуемом авто, а добраться до Литвы помогут ежедневные рейсы Estonian Air.

Специальные тарифы на авиаперелет для комбинированных туров по Прибалтике и Скандинавии и нестандартные программы турагентств дают возможность получить необыкновенно насыщенный, интересный, удобный и экономичный турпродукт, соответствующий полету фантазий клиента.

Мы всегда предлагаем низкие цены и лояльные условия приобретения авиабилетов для желающих открыть для себя Эстонию. Кроме того, согласно правилам авиакомпании, предоставляем полный возврат стоимости авиабилета для пассажира, которому по какой-либо причине консульство отказало в открытии визы.

Всегда доброжелательная и взаимовыгодная политика по отношению к агентам, здоровая конкуренция и демократичные цены на авиаперелет (как для индивидуальных заявок, так и для групповых заказов) — это залог успеха Estonian Air.

«БУКОВЕЛЬ»: С ПРЕТЕНЗИЕЙ НА ЭЛИТАРНОСТЬ

Лилия МЫЦЬ



фото www.bukovel.com

Жемчужиной зимнего отдыха в Карпатах считается туристический комплекс «Буковель» — самый «раскрученный» украинский горнолыжный курорт, снискавший себе популярность не в последнюю очередь благодаря регулярным визитам сюда Виктора Ющенко и его семейства. Он находится рядом с селом Поляница (Ивано-Франковская обл.) примерно в 100 км от областного центра и в 30 км от г. Яремче (Закарпатская обл.).

Объективности ради стоит сказать, что этот курорт — один из немногих, действительно могущих похвастаться неплохим сервисом (сауны, бары, рестораны, медпункты, спасательная служба, автостоянки, прокат и т.д.), сравнительно развитой инфраструктурой и стремлением

приблизить их к европейским стандартам.

Претензия на элитарность — сколько стоит

Но за все в этом мире приходится платить. И за претензии на элитарность в том числе. К примеру, разрекламированный в прошлом году семидневный отдых в формате All Inclusive стоит от 9 786 грн. (низкий сезон) до 128 972 грн. (рождественские праздники). И хотя пакет включает авиаперелет (рейсами авиакомпании «Дніпроавиа», чьи владельцы — холдинг «Приват» — также являются и собственниками «Буковеля»), трансфер, проживание в фешенебельном шале, полный пансион, страховку и прочие приятности, его стоимость заставит призадуматься даже

зажиточных европейцев. Кстати, «кусаются» и обычное проживание в местных гостиницах «Буковель», «Эдельвейс» и «Shelter» — от 290 грн. за сутки.

В результате искушенные фаны горных лыж и сноубордов, среди которых практически не встретишь миллионеров, как правило, останавливаются в близлежащих к подъемникам селах: Татаров, Поляница, Яблуница и Микуличин. Во-первых, это намного дешевле, а во-вторых, с хозяевами без проблем можно договориться насчет завтрака и ужина, ибо в ресторанах, барах и колыбах, расположенных непосредственно на самом курорте, аналогичная трапеза обойдется в 4-5 раз дороже.

Но если гостиничные услуги в этих краях предполагают какую-никакую, но альтернативу, то без услуг подъемников горнолыжникам никак не обойтись. А в этом отношении туркомплекс «Буковель» является монополистом, и туристы-горнолыжники вынуждены платить заявленную цену. (Немного выигрывают лишь те из них, кто тщательно отслеживает все акции, проводимые «Буковелем», и примерно за полгода до начала сезона приобретает абонемент. Кстати, другие отечественные горнолыжные курорты такие акции вообще не практикуют). Так, один подъем во время уикенда (пятница-воскресенье) стоит 29 грн. Опытный горнолыжник с отменным здоровьем за день в состоянии сделать

15-20 спусков. Естественно, ему есть смысл покупать не разовые билеты, а дневной абонемент за 278 грн. Новичку же, который лишь смутно представляет сколько раз он «сползет» к подножью горы, лучше приобрести абонемент стоимостью в 290 грн. на 20 спусков. Он хорош тем, что не имеет временных рамок и «докатать» свое можно, скажем, в следующие выходные. Сегодня на Буковеле действует 2 бугельных и 13 кресельных подъемника. Но ни одного с подогревом — о такой, вполне обычной на Западе, «роскоши», туристы только мечтают...

Трассы и школы

Общая протяженность трасс на Буковеле — свыше 50 км. Из них 7 «синих» (самых легких), 28 «красных» для опытных лыжников и 8 «черных», которые предназначены для спортсменов. К чему нет особых претензий, так это к их снежному покрытию, благодаря как природным условиям, так и специальной технике — ратракам и снежным пушкам. Но если какую-то из трасс с утра облюбовали новички-сноубордисты, то уже к обеду там могут появиться ухабы и даже каменные залысины. И пушки не всегда успевают их «припудрить» снегом...

Кстати, о начинающих покорителях горнолыжных трасс. При желании на Буковеле можно воспользоваться услугами инструкторов одной из трех специализированных школ, заплатив 115 грн. за 1 час обучения в группе из 4-6 человек, либо наняв персонального «опекуна» на то же время за 180 грн. Правда, при этом никто не гарантирует, что даже через неделю вы будете уверенно чувствовать себя

хотя бы на «синей» трассе. В то же время французский Валь-Торанс создал для новичков зону «легкого катания» площадью 40 га и разработал дисконтные тарифы. Австрийские же курорты пошли еще дальше: если новичок после недельного курса обучения не научится кататься, ему или возвращают стоимость путевки, или предлагают еще одну, но уже бесплатно.

Глоток конкуренции — насущная необходимость

Не все в порядке на «Буковеле» и с техникой безопасности. Так, 13 января с.г. при проведении внеплановой проверки инспекторами Госгорпромнадзора было установлено, что новую канатную дорогу на курорте запустили без прохождения процедуры официального введения в эксплуатацию. Кроме того, проверка выявила еще ряд нарушений, составляющих угрозу для жизни людей. Однако остановить работу подъемника до их устранения проверяющим так и не удалось, поскольку по распоряжению руководства ООО «Скорзонера», являющегося представителем

владельца «канатки», была выставлена охрана, которая не допустила ее опломбирования.

Приведенный перечень, конечно же, не исчерпывает всех проблем, присущих «Буковелю» как первому и пока что единственному украинскому курорту с современной инфраструктурой. Тем не менее, уже на основании приведенных фактов можно сделать вывод: «Буковелю», как воздух, нужна конкуренция. Тогда и цены станут демократичнее, и сервис «подтянется», и к безопасности туристов станут относиться более ответственно. Время от времени в туристических кругах обсуждаются инвестиционные проекты по созданию альтернативы «Буковелю». Например, по модернизации и коренной реконструкции находящегося поблизости курорта «Драгобрат». Однако для реализации таких масштабных проектов нужны серьезные инвестиции от отечественных или зарубежных финансово-промышленных групп. А их, вне всякого сомнения, можно ожидать лишь после оздоровления мировой экономики и послевыборной стабилизации отечественного политикума.

УТ



фото www.bukovel.com

КОНТРОЛЬ ПО-ЕВРОПЕЙСКИ Что дальше?

Юрий САМОЙЛОВ

ШЕНГЕНСКИЕ СТРАНЫ ВНЕДРЯЮТ НОВЫЕ, ВСЕ БОЛЕЕ ИЗОЦРЕННЫЕ СХЕМЫ ДИСКРИМИНАЦИИ УКРАИНСКИХ ТУРИСТОВ. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПРОТИВОДЕЙСТВИЯ ТАКОМУ ОТНОШЕНИЮ ЗАВИСИТ НЕ ТОЛЬКО ОТ МИДА, НО И ОТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ВНЕШНЕПОЛИТИЧЕСКОГО ВЕДОМСТВА С ПРЕДСТАВИТЕЛЯМИ ТУРИСТИЧЕСКОГО БИЗНЕСА

Несмотря на все попытки евроинтеграции Украины, на все декларации и договоры об «упрощении» визового режима, ситуация с оформлением украинским гражданам европейских виз по-прежнему остается тревожной. Не без того, конечно, что где-то «попускает», т.е. какая-то из европейских стран несколько упрощает процедуру оформления виз, и устанавливает более-менее сносный режим приема граждан, требует от них вполне логичный список документов, наконец, аккредитует именно те туристические компании, которые работают на данном направлении, а следовательно, ввозят в страну деньги. Однако в целом, украинский гражданин, желающий оформить европейскую визу, находится на положении просителя. Разумеется, без всякой гарантии положительного результата.

Точно такая же ситуация и с туристическими компаниями: некоторые консульства вводят ограничения на аккредитацию

туристических компаний в соответствии с лишь одним им ведомыми принципами. К примеру, некоторые консульские учреждения устанавливают порядок, в соответствии с которым турфирмы должны периодически проходить подтверждение этой, как правило, весьма непростой процедуры. Например, раз в полгода. Разумеется, консульство имеет полное право лишать аккредитации туристические компании, что автоматически означает серьезные потери в бизнесе. Возможности же оспорить такое решение консульства весьма ограничены.

Часто бывает так, что условия аккредитации, перечень необходимых документов, а также график «окон» для этой процедуры являются тайной за семью печатями, доступной только «посвященным». Хотя, с точки зрения логики, непонятно, для чего засекречивать аккредитационные требования — ведь непрозрачность в правилах



аккредитации вредит туризму в целом, а также имиджу стран, чьи консульства в Украине осуществляют такую политику.

Конечно, не каждое консульство устанавливает жесткий режим аккредитации турфирм и завышенные требования к оформлению туристических виз. Тем не менее, некоторые из шенгенских консульств практикуют своеобразные «изюминки» для туристических компаний. Например, в случае, если шенгенская виза была оформлена держателю «белого» паспорта, консульство может потребовать от турфирмы обеспечить личную явку туриста после возвращения из тура с документами, подтверждающими пребывание туриста именно в стране, выдавшей визу. А не, скажем, в соседней стране — члене того же Шенгенского соглашения. Начиная с 1 декабря, такая практика вводится в консульстве Италии. Если турфирма не обеспечит явку экс-туриста, ее могут лишить аккредитации.

С одной стороны, такая мера является прогрессивной по сравнению с недавним прошлым, когда итальянское консульство автоматически отказывало в визе держателю «белого» паспорта. Но, как сообщают наши читатели, такие требования действуют в некоторых шенгенских консульствах уже достаточно давно. А пример Италии свидетельствует, что в вопросах оформления туристических виз гражданам Украины, а также сотрудничества турфирм с консульствами, наблюдается тенденция к ужесточению условий. А значит, ни о какой либерализации, о которой любят говорить наши отечественные дипломаты, речь не идет.

Поэтому свои интересы, свои права нужно отстаивать. В том числе и с помощью профильных СМИ, т.е. нас. А также путем объединения по профессиональным интересам и обращения во все возможные инстанции, способные повлиять на принятие подобного рода дискриминационных решений к тем же послам, генеральным консулам, в МИДы европейских стран, Еврокомиссию, в конце концов... Практика показывает, что при условии слаженности и скоординированности действий профессиональная ассоциация может добиться существенных преференций и послаблений в оформлении виз для своих членов. Так, Ассоциация международных автоперевозчиков Украины путем постоянного взаимодействия с европейскими консульствами и Еврокомиссией добилась того, что профессиональных водителей автотранспорта включили в список категорий, которые имеют право на льготы при оформлении шенгенских виз.

(Изначально «дальнобойщиков» там не было вообще). Кроме того, Еврокомиссия, а значит, и европейские консульства, признали право АсМАП Украины ходатайствовать о получении шенгенской визы упрощенным порядком для каждого профессионального водителя, в том числе и такого, который работает в организации, не являющейся членом АсМАП.

Ассоциация международных автоперевозчиков довольно эффективно защищает права как своих членов, так и других организаций, работающих в отрасли международного автомобильного транспорта — каждый случай отказа в визе детально изучается, и в случае его необо-

снованности незамедлительно следует реакция — аж до Европейской комиссии. Это позволило на практике снизить количество отказов для профессиональных водителей до статистического минимума. Так может и туристическим компаниям следовало бы организовать свой АсМАП, который так же эффективно будет защищать перед европейскими консульствами право на свой бизнес? Потому что без этого декларации чиновников из отечественного МИДа о расширении категорий граждан, которые могут пользоваться льготами при оформлении европейских виз, о внесении в этот список организованных туристов, так и останутся красивыми, но пустыми словами... **УТ**

Александр ЛАНОВЕНКО, начальник департамента организации перевозок и информационного обеспечения Ассоциации международных автомобильных перевозчиков Украины:



В соответствии с Договором об упрощении оформления виз между нашей страной и Евросоюзом, АсМАП Украины выдает «письменные запросы» — документы, которые являются достаточными для подтверждения цели поездки при оформлении шенгенских виз для профессиональных водителей, осуществляющих перевозки грузов и пассажиров автомобильным транспортом. Хотел бы отметить, что, благодаря четкой организации процесса выдачи «письменных запросов» для профессиональных водителей, тесному сотрудничеству секретариата АсМАП не только с дипломатическими представительствами европейских стран, но и регуляторными и исполнительными органами Евросоюза, такими, как Европейская комиссия, структуры Европарламента, нам удалось наладить конструктивное и плодотворное сотрудничество с европейскими консульствами, которое, в частности, позволило свести количество немотивированных отказов практически к нулю.

Для достижения таких результатов пришлось приложить немало усилий и проделать значительную работу — была создана база данных водителей и выданных «письменных запросов», доступ к которой имею — сотрудники консульств. Это дает им возможность проверить является ли данный «письменный запрос» истинным, работает ли данный водитель в указанном транспортном предприятии.

В результате таких шагов за 2009 год мы не имеем никаких проблем практически со всеми шенгенскими консульствами, даже с такими «сложными», как итальянское.

ТУРФИРМЫ — ЗА ЧЕСТНЫЙ БИЗНЕС



Семен ПТАХИВ

ЭФФЕКТИВНОЕ ПРОТИВОДЕЙСТВИЕ НЕГАТИВНЫМ ЯВЛЕНИЯМ, ТАКИМ, КАК НЕЛЕГАЛЬНАЯ МИГРАЦИЯ, ВОЗМОЖНО ЛИШЬ ПРИ УЧАСТИИ ВСЕХ СОСТАВЛЯЮЩИХ ЦЕПОЧКИ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Для многих граждан Украины получение европейской визы — довольно сложный, а иногда и болезненный, процесс. Переговоры об ослаблении, а то и полной отмене, визового режима с Европейским Союзом, несмотря на заверения политиков и дипломатов, пока что не имеют никакого видимого результата. А значит, украинцу, чтобы попасть в Европу, по-прежнему необходимо заранее предоставить в консульство пакет различных документов, заплатить не такой уж и маленький визовый сбор (а в некоторых случаях — и плату посредническим визовым центрам), и, в конце концов, положиться на милость консульских чиновни-

ков: откроют визу или откажут?

Такой строгий отбор в оформлении европейских (и не только) виз европейские чиновники объясняют, как правило, угрозой нелегальной миграции, возможностью проникновения на территорию страны, куда едут аппликанты, преступных элементов, и т.д., под видом туризма или частных визитов. Однако, с точки зрения экспертов, пик нелегальной миграции миновал лет 10 назад, те, кто хотел уехать, давно уже там, и сегодня под видом туристов в Европу и другие развитые страны мира едут именно туристы. Этот вывод подтверждают и туристические компании, которые предоставляют своим клиентам, кроме всего прочего, и услуги в содействии

оформления визовых документов для иностранных консульств. Туристические компании заинтересованы в прогнозируемости своего бизнеса, дорожат нормальными деловыми отношениями с иностранными консульствами, поэтому сами осуществляют предварительный отбор документов от визовых аппликантов. В результате нагрузка на консульства снижается, и за отведенное на обработку визовых документов время консульские чиновники способны оформить больше виз украинским гражданам, не тратя время на рассмотрение документов от заведомо ненадежных случаев.

Эффективность такого сотрудничества, в частности, предварительного отбора аппликантов, подтверждают и иностранные консульства: некоторые из них устанавливают ослабленный режим проверки документов заявителей, которые подавали документы на визу с помощью турфирм, прошедших процедуру аккредитации, и работающих без нарушений в течение определенного времени.

Исходя из этого, туристические компании, вместе с иностранными консульствами, акцентируют на прозрачности своего бизнеса, декларируют строгое выполнение аккредитационных требований и

законодательства государств, куда они формируют туристические потоки.

Тем не менее, еще и сегодня существуют компании, деятельность которых является сомнительной. Некоторые из них применяют мошеннические схемы, указывая, например, заведомо ложные цели пребывания человека за рубежом, некоторые просто надеются на «авось». Вне всякого сомнения, такие структуры привносят на рынок туристических услуг негативный оттенок, затрудняя работу профессионалов и, в конечном счете, придавая аргументы тем из еврочиновников, которые ратуют за усиление визового режима для наших граждан.

Редакция «Украинского туризма» убеждена, что нормальный бизнес-климат в туристической отрасли возможен лишь в тесном сотрудничестве между всеми участниками цепочки туристических услуг, включая и консульства. Поэтому мы обратились к главам аккредитованных в Украине дипломатических миссий с просьбой предоставить информацию об аккредитованных туристических компаниях, а также об условиях аккредитации украинских турфирм в этих миссиях. Ответы на наше обращение будем публиковать по мере их поступления.

Нам особенно приятно, что первым, кто откликнулся на наше обращение, стало консульство Королевства Испания в Украине. Публикуя предоставленную информацию, надеемся, что диппредставительства стран, пользующихся большой популярностью со стороны украинских туристов, последуют примеру своих испанских коллег.

УТ

Список украинских турфирм, аккредитованных в консульстве Королевства Испания в Украине (по состоянию на 8.02.2010):

- ARTEX94
- ART AND JOURNEY
- AVIONIKA
- BUSINESS CLASS
- CHILL OUT
- DILIGENCE
- FORMULA
- HAMALIA
- HISPATOUR
- IDRISKA
- IMPERIAL TRAVEL
- INCOMARTOUR
- KONTINENT
- KORONA TRAVEL
- LA COSTA
- ORBITA
- PALMIRA
- PAN UKRAINE
- PANAMA TOUR
- PLANET TOURSERVICE
- PROLAND
- ROYAL VOYAGE
- SAM
- SPUTNIK UKRAINA
- SVITLANA
- STUDIA VIDPOCHYNKU
- TASS TRAVEL
- TELEHAUSE
- TURISTYCHNIY CLUB
- TRIDENT
- UNIVERSE
- VENEYA
- VOYAGE KIEV
- WEEK-END TRAVEL
- YANA
- ZAGORYE
- FEERIA



ПОСОЛЬСТВО ІСПАНІЇ У КИЄВІ АКРЕДИТАЦІЯ УКРАЇНСЬКИХ АГЕНТСТВ

Для акредитації у поточному році українські туристичні агентства мають надати наступні документи (всі з перекладом на іспанську мову):

1. Статут товариства, з зазначенням імен та прізвищ засновників.
2. Свідоцтво про реєстрацію юридичної особи.
3. Ліцензію відповідної української установи на право вести туристичну діяльність.
4. Довідку про реєстрацію у податковій адміністрації.
5. Довідку з банку про наявність відкритого валютного рахунку.
6. Контракт з однією із відомих авіакомпаній на перевезення туристів.
7. Контракт з одним із іспанських туристичних агентств. Такий контракт повинен мати чинність на весь поточний рік та включати в себе крім домовленості безпосередньо між агентствами, зобов'язання іспанської сторони забезпечити туристам так званий "трансфер" готель-аеропорт-готель як по прибутті до Іспанії, так і при поверненні до України.

Не приймаються візові заяви туристів, якщо не існує контракту між українським та іспанським агентством, аккредитованим у Посольстві.

8. Лист на бланку українського туристичного агентства із зазначенням осіб, які мають право підпису і право подання документів до Посольства, з печаткою фірми, де фігурує ідентифікаційний номер.

9. Заяву до Посольства Іспанії з проханням про акредитацію, українською та іспанською мовами, де вказати наступні пункти:

- a. Зазначити економічні показники діяльності агентства та кількість туристів за минулий рік
- b. Вказати попередню кількість туристів, які планують відвідати Іспанію протягом року.
- c. Зазначити статус туристів, з якими плануєте працювати (п'ятизіркові готелі тощо).

ВЕРНЕМ ВИЗЫ, УНИЧТОЖИМ ТУРПОТОК?

Накануне выборов Верховная Рада активно занялась поиском дополнительных источников финансирования госбюджета. Одним из таких источников, по мнению группы народных депутатов (Смитюх Г.Е., Зарубинский А.А., Мартынюк А.И., Лабунская А.В., Джоджик Я.И., Бондык В.А., законопроект №6012 от 28.01.2010) является получение платы за визы от иностранных граждан. Авторы законопроекта считают, что возвращение виз принесет госбюджету не менее \$50 млн. По крайней мере, именно такую сумму Украина получала в виде консульских сборов за оформление виз для граждан развитых стран до 2005 года.

Отмена виз призвана была продемонстрировать добрую волю Западу в вопросе либерализации отношений, в ответ на что развитые страны в кулуарных переговорах обещали упростить процедуры для украинских граждан. Однако на практике ситуация сложилась неоднозначная. С одной стороны, туристический поток в Украину увеличился, от чего выиграли отечественные туроператоры, а также инфраструктурные объекты. С другой — обещанной либерализации визового режима для украинских граждан так и не произошло.

Идея вернуть визы для развитых стран, можно сказать, витает в воздухе. Неоднократно озвучивали ее и парламентарии. Но до сих пор не было конкретных законопроектов с четко прописанными процедурами. Законопроект №6012 от 28.01.2010 эти процедуры прописывает. Однако у экспертов



Александр ФАЙНИН, президент Всеукраинской молодежной туристической ассоциации

стране неуклонно развивается система доступных для молодежи и других туристов со скромным достатком средств размещения — хостелов, которые распространены во всем мире. Сегодня в Украине насчитывается около 80 подобных заведений.

Наличие таких объектов размещения является существенным фактором для развития въездного туризма в нашу страну — отрасль хостелов демонстрирует ежегодное возрастание на 25-30%, даже невзирая на мировой экономический кризис. При этом, именно граждане развитых стран составляют основной въездной турпоток в Украину. Поэтому восстановление визового режима крайне негативно скажется на турпотоках, а также на деятельности хостелов

в Украине и развитии молодежного туризма, поскольку молодежь предпочитает останавливаться именно в хостелах и подобных местах размещения.

Специалисты Всеукраинской молодежной туристической ассоциации прогнозируют целый ряд негативных последствий для туристической отрасли в результате принятия указанного законопро-



возникает ряд вопросов.

К примеру, таких: что делать с той инфраструктурой, которая развилась благодаря введению безвизового режима и которая неизбежно придет в упадок после возврата к старым правилам? Так, начиная с 2005 года, когда Украина отменила визовый режим для граждан развитых стран мира, в нашей

екта и восстановления визового режима для граждан развитых стран мира:

1) Существенное снижение турпотока, в частности, молодых туристов, путешествующих в хостел-стиле. 85% таких туристов, приезжающих в Украину, составляют граждане стран Евросоюза, Норвегии, Японии, Канады и США. Восстановление визового режима перенаправит потоки этих туристов в Россию, Польшу и другие соседние с Украиной страны.

2) Уменьшение количества хостелов и аналогичных средств размещения в Украине, что, в свою очередь, приведет к потере предпринимателями прибылей, а их сотрудниками — рабочих мест. По нашим оценкам, восстановление визового режима приведет к прекращению деятельности до 40% хостелов.

3) Снижение инвестиционной привлекательности Украины, что недопустимо в преддверии проведения игр Евро-2012.

Таким образом, Всеукраинская молодежная туристическая ассоциация выступает категорически против восстановления визового режима для граждан развитых стран мира по образцу 2004 года.

В то же время Украина может сделать на пути решения визового вопроса изящный и одновременно вполне достойный ход. Для этого достаточно введения визового режима в упрощенной форме — по примеру Турции, Египта, Таиланда и других массовых туристических направлений, т.е. визы будут выдаваться прямо в пункте пересечения границы. Вопрос в данном случае заключается в необходимости выделения соответствующих площадей на погранпереходах

Роберт ХАНСЕН (Норвегия), владелец хостела Kiev Lodging Hostel (Киев):

Турция может позволить себе визовый режим, поскольку она имеет высоко развитую инфраструктуру для туризма. Что же касается Украины, то уровень развития здешней туристической инфраструктуры значительно ниже. В результате Турция может позволить себе потерять некоторое количество туристов, так как на этом направлении и так наблюдается значительный объем въездного туризма. Украина же не является приоритетным направлением для туристов.

Если турист (простой бухгалтер, врач, адвокат и пр.) собирается поехать на уикэнд, эта категория туристов, скорее всего, не поедет в страну, для поездки в которую требуется виза. Уикэнд туры сейчас очень популярны и составляют 30% рынка заказов в лоу-кост авиакомпаниях, которые начали полеты из Европы в Украину. Поэтому я считаю, что для Украины в нынешней ситуации восстанавливать визовый режим для граждан развитых стран мира — это гарантированно потерять въездные турпотоки, не получив ничего взамен.

под консульские пункты, которые будут выдавать визы.

Также непонятно, куда именно будут направлены средства от оплаты визовых сборов. Часть операторов рынка считают, что, по крайней мере, 20 евро из 35 необходимо выделять на рекла-

му Украины за рубежом и развитие Национальной туристической организации. Впрочем, пока что этот вопрос не актуален, ведь до сих пор законопроект еще даже не получил правовую оценку экспертов аппарата Верховной рады, и не прошел через комиссии. **УТ**

Игорь КОРОЛЕНКО, директор туристической компании «Загорье»:



На мой взгляд, 5 лет одностороннего безвизового режима стали шагом навстречу, своеобразным кредитом доверия со стороны Украины для Запада. Но не бывает бесконечных и безразмерных кредитов, шаги, если они навстречу, должны делать обе стороны. Но за эти 5 лет Украина не получила ничего, кроме пустых обещаний, да еще безвизовых поездок для держателей дипломатических паспортов, которых едва ли наберется несколько тысяч на всю страну. Поэтому, как гражданину Украины, мне хотелось бы, чтобы наши консулы выкатывали пальчики американским гражданам, а последние стояли бы на морозе в очередях перед украинским консульством, чтобы итальянцы принесли в украинское консульство письма с места работы и свидетельства о браке, швейцарцы — выписки о состоянии банковских счетов, а чехи — справки об отсутствии СПИДа, туберкулеза и сифилиса. Быть может, тогда, вспомнив о том, что такое визовый режим во всех его проявлениях, граждане этих стран начнут воздействовать на своих чиновников, чтобы те, наконец, не на словах, а реально упростили процедуры получения виз для граждан Украины? Россия не делала никаких односторонних преференций, сохраняя с ЕС и США достаточно жесткий визовый режим, тем не менее, она получила гораздо более существенные преференции в отношении виз для своих граждан, чем Украина...

УКРАИНА — ФРАНЦИЯ:

ТУРИСТИЧЕСКИЕ ПОТОКИ ВОССТАНАВЛИВАЮТСЯ

ПАСКАЛЬ ЛЕПЕТР,
НОВЫЙ ГЛАВА
МОСКОВСКОГО
ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА
ATOUT FRANCE —
НАЦИОНАЛЬНОЙ
ТУРИСТИЧЕСКОЙ
ОРГАНИЗАЦИИ
ФРАНЦИИ, РАССКАЗАЛ
О ПЛАНАХ РАБОТЫ
В УКРАИНЕ И СНГ



— Господин Лепетр, каких изменений следует ожидать в работе московского офиса Atout France с Вашим приходом?

— В ближайшее время значительных изменений не предвидится, так как план работы представительства был составлен еще в прошлом году. Кроме того, сейчас я занимаюсь изучением рынка туризма стран СНГ, за который отвечает возглавляемый мною офис. Поэтому в наступившем году Atout France значительно не поменяет свой курс. Большое внимание мы собираемся уделить проведению мероприятий для профессионалов сферы и для журналистов, а вот акции для туристов в бюджете не предусмотрены.

— Расскажите, пожалуйста, о задачах, стоящих перед Atout France на рынке туризма Украины в 2010 году.

— Самой важной целью является, конечно же, увели-

чение туристического потока из Украины во Францию. О его восстановлении до прежних объемов можно будет уверенно говорить после улучшения экономической ситуации и, как следствие, повышения потребительской уверенности.

Возвращения к показателям 2007-2008 гг не добиться без привлечения конечного потребителя — туриста. Наиболее приоритетными категориями на украинском туристическом рынке для нас являются представители среднего и высшего классов, а также молодежь.

Не менее важной задачей является развитие сотрудничества между участниками рынка туризма Франции и их украинскими коллегами с целью продвижения новых направлений и туристических продуктов.

Довольно остро стоит вопрос аккредитации в консульстве Франции в Киеве. Украинским туроператорам следует тщательно подходить сотрудничеству с агентами в плане подачи документов, чтобы свести к минимуму количество неправильно составленных документов.

По мере восстановления украинской экономики и наращивания деловой активности, Atout France вновь займется развитием сектора M.I.C.E.

— Продвижению каких туристических регионов и направлений Франции Вы считаете нужным уделить внимание в Украине и СНГ: уже известных, или новых для этого рынка?

— Мы собираемся направить наши усилия как на развитие уже популярных на этом рынке про-

дуктов, так и на продвижение новых для него направлений. Мы стремимся сохранить объем туристических потоков в Париж, на Лазурный берег, регион Рона-Альпы (зимние и летние туры), Довиль, Биаритц.

Не менее важной задачей является продвижение новых туристических продуктов. Например, туристы, которые ездят отдыхать во Францию с детьми, посещают Диснейленд. Но, к сожалению, немногие из них знают о тематическом парке Futuroscope, находящемся в двух часах езды от Парижа. Тем не менее, там дети могут не только развлекаться, но и развиваться, учиться.

— Какие шаги планируется предпринять для продвижения французских туристических продуктов на туристическом рынке Украины?

— Мы всегда стремимся привлечь участников французского рынка туризма к продвижению туристических возможностей Франции во многих странах. Для этого организуются воркшопы с участием туроператоров и агентов, пресс-конференции, рекламные туры. Мы также приглашаем туристические компании к участию в мероприятиях для привлечения украинского туриста, стремясь показать все преимущества французских направлений.

Еще одной важной задачей я считаю продвижение веб-сайта Национальной туристической организации Франции, являющегося исчерпывающим источником информации как для представителей туристического

бизнеса, так и для конечного потребителя. Сейчас он не настолько посещаем, как хотелось бы.

— Господин Лелетр, ранее Вы возглавляли туристические представительства Франции в разных странах: США, Испании, Японии и ОАЭ. Есть ли у этих направлений что-то общее с рынком туризма стран СНГ?

— Определенная схожесть просматривается с Японией, где я работал в 80-е годы. Количество японцев, приезжавших тог-



да отдыхать во Францию, было приблизительно таким же, как число туристов из стран СНГ, выбирающих нашу страну сегодня. Направления, которые предпочитали гости из Японии были теми же, что и предпочитаемые туристами из СНГ — Париж, Ницца и горнолыжные курорты. В следующей декаде — в 90-е, японцы начали интересоваться и другими направлениями, реже покупать групповые туры, все больше предпочитая им индивидуальные программы. Подобная тенденция наметилась сейчас на туристическом рынке Украины и в странах СНГ, что позволяет

надеяться на дальнейшее развитие ситуации.

— Расскажите, пожалуйста, об итогах туристической отрасли Франции в прошлом году. Каковы Ваши прогнозы на 2010 год?

— Так же, как для многих других направлений мирового туризма, 2009 год был трудным и для Франции. Наша страна все так же привлекает наибольшее количество туристов ежегодно, но сами объемы туристических потоков из разных государств упали в среднем на 8%.

Результаты 2009 года, конечно же, не являются одинаковыми, если брать каждое отдельное направление. В зависимости от страны, показатели варьируются от 2-3-процентного увеличения объемов турпотока до 20-процентного падения. Количество украинских туристов, посетивших Францию в прошлом году, упало на 20% по сравнению с предыдущим периодом. В 2009 году французским консульством в Киеве было выдано 13 000 туристических виз. Также, можно утверждать, половина из 41 000 украинцев, оформивших гостевые визы, ехали во Францию с туристической целью.

Сейчас ситуация начала улучшаться, можно говорить о восстановлении отрасли. Но происходит оно пока медленно. Повод для оптимизма дают результаты горнолыжного сезона 2009-2010 во французских Альпах.

Тем не менее, я не стал бы ожидать полного восстановления отрасли туризма до 2011 года на уровне 2008 года — самого успешного и показательного для мирового туристического сектора. Надеюсь, мы вскоре вернемся к результатам, подобным итогам 2007 года.

Беседа велa Наталья ПАРУБОЧА

НЕ ПАРИЖЕМ ЕДИНЫМ...

Наталья ПАРУБОЧА

Количество индивидуальных туристов, посещающих французскую столицу, с каждым годом все более увеличивается. По информации парижского офиса по туризму и конгрессам, из 29 млн. иностранцев, посетивших город в 2009 году, более 17 млн. составили именно любители эксклюзивных маршрутов.

Число путешественников из Украины, покупающих индивидуальные туры в Париж, также постоянно растет. Доля таких клиентов в некоторых отечественных турфирмах приближается к 50-процентной отметке. Общее представление о городе гости зачастую получают во время стандартных туров, на основе которых могут форми-



Евгения ФЕДОРОВСКАЯ,
менеджер направления Франция и Бенилюкс, компания «Инкомартур 93»:



За организацией индивидуального тура обычно обращаются клиенты, которые уже были ранее в Париже, чаще всего с нашими же автобусными турами. Они уже видели основные достопримечательности и хотя бы сами прогулялись и посмотреть город. Бывают и такие, которые привыкли все смотреть и узнавать самостоятельно. Такие туристы уже знают, чего именно хотят и приходят за помощью в технических моментах организации тура: бронь отеля, открытие визы и т.д. Реже обращаются состоятельные люди, не желающие присоединяться к групповым экскурсиям и поэтому готовые заплатить за индивидуальный сервис. Но у них обычно есть помощники, которые могут организовать поездку, не прибегая к услугам туристических агентств, поэтому их количество невелико. Имея возможность получить всю необходимую информацию в интернете, многие

клиенты привязаны к туристическим организациям, как правило, в плане открытия визы.

Чаще всего, продумывая для себя индивидуальный маршрут, клиенты отталкиваются от стандартных программ и предложений, реже обращаются с просьбой предложить что-то нестандартное. В основном, пожелания туриста зависят от его увлечений: одного интересуют катакомбы под Парижем, а другого — курсы кулинарии или вождение болидов Формулы 1. Возможны экскурсии в Булонский лес, посещение квартала Марэ, экскурсии в Городок науки и техники Ля Вийет, а романтики, не обремененные денежным вопросом, могут отправиться в прогулку на воздушном шаре или полет на кораблике по Сене.

роваться и индивидуальные предложения.

Впрочем, Париж все чаще является лишь отправной точкой для комбинированных индивидуальных туров по Франции. Туристам во время таких поездок обычно предлагают посетить замки Луары, Нормандию или Шампань, так как это географически близко.

Кроме регионов, географически близких к Парижу, украинские туристы облюбовали Лазурный берег. Поэтому, особенно летом, туроператоры стараются их, по возможности, скомбинировать. Получается, но, как правило, слишком стандартно: с туристическими возможностями Ниццы, Канн или Монако украинцы знакомы не понаслышке. Спрос начинает потихоньку опережать предложение. Как же восстановить равновесие? Здесь возможны следующие решения.

Во-первых, использование для трансферов скоростных поездов. Казалось бы, это очевидно, ведь во Франции самая развитая в мире скоростная железнодорожная сеть. Однако при формировании программ её возможности задействованы слабо, сказывается стереотип «непрестижности» передвижения на поезде, по сравнению с другими транспортными средствами. Между тем, их использование может существенно расширить поле деятельности компаний, специализирующихся на индивидуалах. Например, от Парижа до Лиона поезд идёт всего два часа, причём салон вагона отвечает всем стандартам комфорта. От Лиона столько же — до Марселя, чуть меньше — до театральной столицы Авиньона.

Во-вторых, расширение самого ассортимента индивидуальных туров. В частности, стоит обратить внимание на возможности ➔



Hotel Dieu © Muriel Chaulet

Татьяна РОДИНА, директор дочернего предприятия французской туристической компании «Monde Sans Frontiere»:



Украинские туристы не очень часто обращаются с просьбой организовать индивидуальный тур. Но с каждым годом количество таких клиентов возрастает. Прежде всего, это молодожены, заказывающие свадебные туры, семейные пары, которые обращаются с просьбой организовать день рождения, годовщину свадьбы или другое знаменательное событие, а также семьи с детьми, интересующиеся программами с посещением Диснейленда. Горнолыжников привлекают большие и разнообразные зоны катания, хорошие высоты и ощущение престижа. Это и индивидуальные программы на основе традиционных, альпийские и пиренейские горнолыжные курорты, а также оригинальные и малоизвестные маршруты. К по-

следним можно отнести Марсель с его знаменитым замком Иф, Грасс - парфюмерную столицу мира.

Популярны также тематические туры в рамках проведения салонов, фестивалей, спортивных мероприятий, дней показа высокой моды в Париже, Каннский кинофестиваль, винные и гастрономические туры.

Стандартный экономный тур включает в себя 4-х часовую обзорную экскурсию по Парижу с русскоговорящим гидом. В его рамках предусмотрен осмотр основных достопримечательностей Парижа и пешеходная экскурсия на Монмартр с посещением базилики Сакре Кер.

Мари-Аньес Мори, заместитель генерального директора туристической компании "Route Marine", Лион:



Стандартные туры в Париж можно поделить на три типа, в зависимости от их продолжительности. Однодневная экскурсия по французской столице предполагает посещение Эйфелевой башни, Собора Парижской Богоматери, основных залов Лувра, Елисейских полей, а также прогулку по Монмартру. К маршруту двухдневного тура добавляется экскурсия по музею д'Орсе, посещение района Сен-Жермен де Пре, а также визит в здание Оперы. За время недельного путешествия туристы смогут пообедать на кораблике во время прогулки по Сене, посетить одно из знаменитых парижских кафе и побывать в пригородах. В программу недельных туров обычно включают посещение регионов: Луары, Нормандии, Шампани.

Что касается индивидуальных программ, событийные туры среди них — редкость. Исключение состав-

ляют поездки с целью посещения какого-либо из праздников, но здесь туристов могут отпугнуть толпы на улицах Парижа. Индивидуальные программы лучше различать по темам. В зависимости от интересов и предпочтений клиентов, это могут быть экскурсии по художественным музеям или частным галереям города, посещение антикварных салонов. Организуют также туры для любителей конных скачек, французской кухни и истории. Наиболее экзотичной программой можно назвать тур Коммунистический Париж, в рамках которого предусмотрено посещение особняков членов коммунистической партии Франции. А вот полеты над французской столицей строго запрещены.

→ отдыха на реках Франции.

Судоходных рек в полном смысле слова в стране две: Рона с её главным притоком — Соной и Сена. Круизный флот этих рек насчитывает в совокупности около 30 теплоходов вместимостью 120 — 170 пассажиров. Но, кроме этого, во Франции бесчисленное



множество мелких рек и каналов, по которым плавают более малые прогулочные суда. Причем, можно снять катер и самому им управлять — права не требуются, и устроить недельный круиз в дружеской компании. Удовольствие, конечно, не из дешёвых, но это и есть индивидуальный туризм высокого уровня.

УТ

Юлия ЛОЙКО, менеджер по туризму туристической компании TRG:



С просьбой организовать поездку в столицу Франции по индивидуальному запросу туристы обращаются довольно часто. Как правило, это происходит, когда клиенты не хотят быть привязанными к группе, как во время стандартных туров, или если просят разработать программу специально для них с учетом всех пожеланий, а также в случае посещения определенного мероприятия. По этой причине индивидуальные туры зачастую заметно отличаются от стандартных как продолжительностью, так и экскурсионным наполнением.

Высокий туристический потенциал французской столицы позволяет сформировать индивидуальную программу на любой вкус. Стоимость такого тура, конечно же, выше цены за групповую поездку, но и пожелания клиентов в этом случае учитываются в полной мере. На-

пример, туристы могут остановиться в отелях уровня Ritz или Plaza Athene в Париже, а затем отправиться смотреть замки в долину Луары в сопровождении личного гида и водителя.

Доля программ, сформированных по индивидуальному запросу, среди всех поездок в Париж составляет около 45%. Как правило, такое путешествие заказывают семьи или пары разных возрастов. Нередко отправляются в Париж и в одиночку, если целью поездки является посещение конкретного мероприятия или шоппинг. Туристы, заказывающие событийные туры, обычно становятся постоянными клиентами, для которых мы создаем новые продукты, стремясь предугадать их пожелания.

Над традициями и качеством время не властно. С 1956 года.



Более 70 маршрутов из Франкфурта
по всему миру, начиная с **59€**

в одном направлении, включая
обслуживание и мили.

Мы рождены, чтобы летать.

Забронируйте свой рейс прямо сейчас на www.condor.com или в вашем туристическом бюро.

Condor
www.condor.com



ФЕСТИВАЛЬ КАК СТИМУЛЯТОР ТУРПОТОКА

Привлекательность страны с точки зрения въездного туризма напрямую зависит от ее национальной культуры. В этом отношении нашей западной соседке — Венгрии — повезло: небольшая по территории и количеству населения страна обладает яркой, самобытной, узнаваемой в мире культурой, в том числе музыкальной. Здесь родились и творили новаторы Ференц Лист и Имре Кальман, собиратели и хранители народных музыкальных традиций Золтан Кодай и Бела Барток. Да и невенгерские композиторы Йозеф Гайдн и Людвиг Ван Бетховен создали здесь свои известнейшие произведения. Современная Венгрия более известна своими исполнителями — мировой славой заслуженно пользуются скрипач Эдвин Мартон (Дима Белан не случайно пригласил его «усилить» свое выступление на «Евровидении»),

оперная певица Андреа Рошт. При умелом менеджменте — культура это еще и прекрасный туристический продукт. Ярким примером такого подхода является Турция — в 2010 году Стамбул стал одной из Культурных столиц Европы, в результате тамошнее министерство культуры и туризма активно дополняет традиционные «пляжные» предложения страны богатейшей культурной палитрой.

Венгрия также активно использует культурную составляющую для повышения своей туристической привлекательности. Так, в этом году одной из Европейских культурных столиц стал городок Печ. Здесь состоятся музыкальные и фольклорные, театральные и художественные, гастрономические и винные события, и, по словам мэра города, каждая автобусная остановка превратится в сценическую площадку. Но крупнейшим «отдельно взятым» культурным

Светлана КАБЫШ, директор информационного бюро «Угорщина — туризм» при Посольстве Венгерской Республики в Украине

событием страны был и остается Будапештский Весенний Фестиваль, которому исполняется в этом году 30 лет. На фестиваль приезжают именитые коллективы со всего мира, что является дополнительной аттракцией для любителей музыки самых разных жанров. Подробную программу Будапештского Весеннего Фестиваля на английском, немецком, французском и русском языках можно найти на сайте <http://festivalcity.hu/>

Мероприятие проводится в период, который традиционно принято называть «межсезоньем» — в 2010 году — с 19 марта по 5 апреля. Таким образом, предприниматели получают в «низкий сезон» прибыль, инфраструктурные объекты не простаивают — их эксплуатация становится экономически выгодной, а нагрузка на туристическую →



Анна ЗИНОВЬЕВА, туристическая компания
TRAVEL PROFESSIONAL GROUP, менеджер по Венгрии:



Фестивали, особенно культурно-тематические — это новые знания, которые всегда привлекают туристов. Знания многих украинских туристов о Венгрии пока еще ограничиваются термальными источниками, вином и гусиной печенкой, и только небольшая их часть отправляется на известные во всем мире Sziget или на «Формулу-1». Я не сомневаюсь, что многие украинцы и рады были бы поехать на такие мероприятия, но они просто об этих фестивалях не знают вообще, или имеют лишь поверхностную информацию. Хотя, если посмотреть на рынок предложений туров в Венгрию, то, в большинстве случаев, это дешевые автобусные туры, которые раскрывают только историю, основные достопримечательности страны. А значит, вины туристов в недостатке информации и предложений нет.

Именно потому компания TRAVEL PROFESSIONAL GROUP начала развивать венгерское направление с совершенно другой стороны. Отходя от стандартных туров, мы предлагаем посетить туристам новые места

и «изюминки», начиная с города Печ — одной из Культурных столиц Европы-2010, заканчивая самым популярным ночным клубом Будапешта. Поэтому сам Будапештский Весенний фестиваль является очень значимым для нас, особенно с целью донесения его до туристов как чего-то нового и стоящего их внимания.

Я считаю, что главной задачей любого туроператора, и даже сотрудника турфирмы, которые работают на венгерском направлении, является раскрыть эту страну изнутри и преподнести ее как что-то неповторимое и необыкновенное. Убедить клиента, что все события, происходящие в Венгрии, достойны посещения, показать, что эта страна может быть интересна не менее, чем Италия или Франция, поломать давно сложившиеся стереотипы. Только в этом случае увеличатся потоки туристов не только на фестивали, но и в саму страну.



Вадим МАКОВЕЦКИЙ,
генеральный директор «БОГЕМИЯ СЕРВИС»:

Венгрия для нашей компании является одной из значимых стран. Все события, происходящие на ее территории, являются для нас интересными как с точки зрения собственного развития и восприятия, так и с позиции коммерческого успеха. Фестивали, которые проводятся в этой стране, дают возможности определения, позиционирования «Богемии сервис», ориентированного на оригинальность, неповторимость, эксклюзивность и качество исполнения бизнеса.

Хотя, конечно, культурно-тематические фестивали Венгрии имеют разную направленность. Существуют национальные фестивали, развивающие национальную культуру в своей языковой среде и ментальности. К таким мероприятиям относятся большинство венгерских фестивалей, и для украинских туристов они, если и представляют интерес, то сугубо разовый, к тому же более ознакомительно-наблюдательный, чем участвующий. Фестивали же, несущие в себе категории общеевропейского проявления, объединения искусства и культуры, конечно же, более интересны украинцам и привлекают к себе с каждым годом все больше туристов. Количество их не так велико, поэтому говорить о целевом турпоточе пока еще нельзя — здесь, скорее, наблюдаются всплывки, отдельные хаотично формирующиеся группы, возникающие посредством субъективного, частного интереса.

Я считаю, что для повышения турпотоков конкретно на венгерские фестивали, в этих мероприятиях необходимо участие представителей украинской культуры. Лучше всего — в кооперации и при поддержке туроператорами, транспортными, в частности, авиакомпаниями, СМИ.

→ инфраструктуру становится более равномерной.

Еще одна бесспорная находка фестиваля — ранговый партнер, почетный гость. В этом году это Дания, которая будет представлена Королевским балетом, рядом театральных постановок, вечерами камерной музыки. Таким образом, не только обогащается программа фестиваля, но и обеспечивается его великолепное промо в целой Скандинавии.

Каждый год Национальное бюро по туризму Венгрии объявляет туристическую тематику следующего года — под эту тематику разрабатываются различные мероприятия, в мире ведется соответствующая промо-кампания, а предпринимателей — владельцев инфраструктурных объектов — стимулируют поддерживать туризм, именно, в заявленном направлении. Не в последнюю очередь благодаря юбилею Будапештского Весеннего Фестиваля, 2010 год стал Годом Фестивалей, логично продолжив тему прошлого (Года Культуры). Ожидаются не только музыкальные, но и исторические, гастрономические, винные, спортивные события, которые тоже обещают быть весьма интересными.

На мой взгляд, украинские туристические компании могут существенно оживить турпоток в направлении Венгрии, пропагандируя среди своих клиентов поездки на культурно-массовые мероприятия, такие, как события в Пече или тот же Будапештский Весенний Фестиваль. Его программа составлена так, чтобы сделать возможными туры самой различной продолжительности: от уикэнда до всего срока проведения мультинационального праздника классического искусства.

Фото Венгерского национального бюро по туризму

Національна виставка-фестиваль

ЕКО

ВІДПОЧИНОК

сільський зелений,
пізнавальний, етнографічний

2010

ОРГАНІЗАТОРИ:

Українська виставкова компанія
«АВТОЕКСПО»

Спілка сприяння розвитку
сільського зеленого туризму в Україні

ЗА ПІДТРИМКИ:

Міністерства культури і туризму України
Державної служби туризму і курортів

14 • 15 • 16 травня

Київ. НК «Експоцентр України»

(пр-т Ак. Глушкова, 1)



За детальною інформацією
про умови участі звертайтеся:

АВТОЕКСПО

Тел.: +38 (044) 351-77-03, 351-77-14

Факс: + 38 (044) 351-7715

E-mail: eco@autoexpo.ua

www.autoexpo.ua



СТРАНЫ РАЗВИТОГО ШОПИНГА

Василина ЗАГОСКИНА

Турция

Как и в начале 90-х, эта страна по-прежнему популярна среди украинских шоп-туристов. Практически каждый курортный город изобилует магазинами и базарами, однако в рамках поездок за покупками туркомпании предлагают, в первую очередь, посещение Стамбула. Как правило, программа пребывания рассчитана на 3-4 дня (выходные), экскурсии изначально не включены, их можно посетить за дополнительную плату. Тур включает трансфер, размещение в отеле и консультацию шоп-гида.

Наиболее популярные турецкие товары — дубленки, изделия из кожи, одежда, ковры, золотые

украшения, а также сладости. В последние годы в категорию популярных попали кальянные смеси, сами эти устройства и запчасти для них.

УКРАИНСКАЯ ПОЛИТИКА В ОТНОШЕНИИ СОБСТВЕННЫХ ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ ПРИВЕЛА К ТОМУ, ЧТО ИНОСТРАННЫЕ ТОВАРЫ, КАК ПРАВИЛО, ГРАЖДАНАМ ДОСТУПНЕЕ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ. ЭТО ДЕЛАЕТ ШОП-ТУРЫ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНЫМИ И ВЫГОДНЫМИ ДЛЯ УКРАИНЦЕВ. ОСНОВЫВАЯСЬ НА СПРОСЕ И ТОВАРНЫХ ПРЕДЛОЖЕНИЯХ, ТУРФИРМЫ ВЫДЕЛЯЮТ 6 ОСНОВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ ПОЕЗДОК ЗА ПОКУПКАМИ

украшения, а также сладости. В последние годы в категорию популярных попали кальянные смеси, сами эти устройства и запчасти для них.

ОАЭ (Дубай)

Дубай бурно развивающийся центр шопинга и развлечений. Низкие импортные пошлины, а также лояльная налоговая политика, уменьшают торговые надбавки, что отражается на

конечной цене товаров. Украинцы ездят в Дубай за ювелирными украшениями, которые обходятся примерно вдвое дешевле, чем на родине. В центре города расположен самый большой рынок золота в мире — Gold Souk.

При составлении пакета в ОАЭ турфирмы обычно отдают предпочтение развлекательным мероприятиям, а не экскурсионным.

Два раза в год в Дубае проходят торговые фестивали, они прихо-

дятся на июль-август и конец января — конец февраля.

Китай

Страна коммерческого шоппинга. Затратный перелет заставляет тех, кто собирается за покупками для себя, выбирать более бюджетные варианты, а «сэкономленные» деньги компенсируют разницы в ценах в других странах. Основными потребителями шоп-туров в Китае являются предприниматели. Поэтому здесь наиболее востребованы услуги фирм по доставке грузов, а также таможенные брокеры. В силу особенностей визового режима, удаленности Китая от Украины, а также многих других факторов, турфирмы организуют специализированные группы из предпринимателей на китайские фабрики, оптовые склады и торговые центры.

Популярные города у шоп-туристов — Пекин, Гуанчжоу и Шанхай, сезон — время проведения отраслевых ярмарок. Так, дважды в год, осенью и весной, в Гуанчжоу проходит крупная международная ярмарка экспортных товаров.

Специализированные туры в свободные экономические зоны, такие, как Шенчжэнь, а также Гонконг, корректнее отнести к категории делового туризма.

Польша

Наша ближайшая соседка утратила былые позиции Мекки украинских шоп-туристов. Сегодня туда за покупками ездят в основном жители приграничных населенных пунктов. Способствует украинно-польскому товарообмену Соглашение о малом приграничном движении. Организацией туров в Польшу, именно с целью совершения покупок, занимаются, в ➔

Сергей СКУТОВ, директор
ТК «Туроператор «Водолей 2000»:



Шоп-туризм начал развиваться в нашей стране с перестроечных времен и не потерял актуальность по сей день. Первыми странами, куда ехали шоп-туристы, были Турция и ОАЭ. Теперь к ним добавился Китай.

Сложно придумать такой вид продукции, который бы не производился в Китае. Кроме хорошо известных дешевых китайских товаров, в любой стране мира можно найти дорогой и качественный товар с лейблом "Made in China". В Китае можно подобрать практически любой вид товара или продукции, как для больших рынков, так и для специализированных магазинов и фирменных бутиков. Наиболее популярными и ввозимыми являются: одежда, игрушки, канцелярские товары, хозяйственные товары, обувь...

Наша специализация - организация поездок в торговые города Китая — Пекин, Иву, Гуанчжоу. Не вызывает удивления, что мебель теперь тоже завозится из Китая. Из всех производителей мебели, Китай является самым интересным, в первую очередь из-за цены и огромного ассортимента предлагаемых товаров. Наша компания даже разработала эксклюзивную программу «Туры за мебелью в Китай». Кроме мебели клиенты приобретают освещение, декор, текстиль, сантехнику, аксессуары...

Опыт специалистов нашей компании помогает избежать ошибок, с которыми так часто сталкиваются иностранцы в Китае. Мы внимательно следим за всеми мебельными и интерьерными выставками, проходящими не только в Китае, но и во всем мире.

Среди наших клиентов пользуется спросом посещение китайских отраслевых выставок. Мы предоставляем своим клиентам полный комплекс тревел-услуг: оформляем бизнес-визы, приглашения на выставки, бронируем международные и внутренние перелеты, трансферы, номера в базовых отелях. Наши квалифицированные переводчики помогут с решением любых вопросов — от небольшой пробной закупки до оформления годовых контрактов.

Мы предлагаем нашим клиентам посетить экзотические шоу и представления, попробовать оригинальные блюда национальной кухни, отдохнуть несколько дней на юге Китая — тропическом острове Хайнань, именуемом «Восточные Гавайи»...

В Китай...

за мебелью!!!

www.vodoley2000.com (044)496-55-66, 332-33-55

Організація спеціалізованих поїздок в Китай. Професійна допомога у виборі та закупівлі меблів, аксесуарів, сантехніки, декору, текстилю... Організація доставки "до дверей".
Послуги провідних дизайнерів України.

Ліц.: ДТАУ АБ №217521 от 08.09.2006р



➔ основном, мелкие туркомпании, и как правило, они предоставляют транспорт.

Наиболее популярными местами для шоппинга являются приграничные города и поселки, в частности, Полесье. Сюда приезжают, в основном, россияне, украинцы и белорусы.

Скидки — декабрь, июль.

Италия

Страна брэндового шоппинга. Украинцы отправляются туда за

одеждой, обувью и аксессуарами с узнаваемыми логотипами. Востребованы такие туры, как правило, путешественниками с уровнем достатка выше среднего, которые покупают для себя. Поездки составляются с учетом насыщенной экскурсионной программы и длятся дольше обычных шоп-туров - 5-8 дней. В основном это происходит из-за стоимости перелета и затратной процедуры оформления визы.

Наиболее популярные горо-

да для покупок — Рим и Милан, а также расположенные в их окрестностях аутлеты (магазины, продающие вещи прошлого сезона со скидкой).

Скидки — с начала января по конец февраля, с июля по август.

Греция

Элада известна среди шоппистов благодаря одному из самых популярных направлений — шуб-туров. Они рассчитаны в основном на три дня, хотя за дополнительную плату туристам предлагают остаться еще и для пляжного отдыха. Сосредоточение меховых фабрик и магазинов — город Касторья, где ежегодно производится продукция на сумму около миллиарда евро.

При сотрудничестве с греческими компаниями турфирмы предпочитают формировать туры с обязательствами. Компенсируя часть затрат на перелет и размещение туристов, предприниматели получают гарантированных клиентов. Впрочем, украинские туристы иногда сетуют на то, что, выбирая тур с обязательствами, они не могут посетить магазины, которые



Анна КУБРЯК, ведущий менеджер по ОАЭ, Италии, Франции, Экзотическим турам, ЧП «Туристическая фирма «Пилигрим-М»:

Шоп-туры в Европу — в частности, Италию и Францию — популярны среди наших клиентов дважды в год, когда в этих странах проходит сезон распродаж. В это время скидки на такие товары, как, например, одежда, аксессуары или ювелирные изделия haute couture продаются со скидкой 50-70%. Зимний сезон распродаж в Италии начинается после Нового года, летний — во второй половине июля, во Франции летний сезон стартует несколько раньше: в начале лета. В обеих странах распродажи продолжают-ся 1-1.5 месяца.

Города, в которых проходят массовые распродажи,

и куда, соответственно, направляются потоки шоппистов — это, в первую очередь, Милан, носящий титул Мекки шоп-туризма, а также Рим, Турин, Венеция. Устраиваются массовые распродажи и в курортных областях Италии: Лигурии, Пьемонте, Калабрии, Апулии.

Скидки на распродажах предоставляются в несколько этапов, однако на последних из них, когда происходит ликвидация остатков, вероятность найти подходящую вещь, особенно ходовых размеров, весьма мала. Поэтому на массовых распродажах Италии и Франции наблюдается своеобразный баланс цены и предложения, что, на мой взгляд, необходимо учитывать туристической компании, организовывающей шоп-туры в Европу.

КАЛІНІГРАД



ТБІЛІСІ



МОСКВА



КУТАЇСІ



ТАШКЕНТ

Час літати вільно!

Україна, 04070, м. Київ, вул. Волоська, б.50/38, офіс 134

Контакт-центр: +38(044)498 77 77

т. +38(044)492 97 87 ф. +38(044)492 97 89

info@windrose.kiev.ua

www.windrose.aero

WINDROSE
AIRLINES 

не относятся к сетям, оплатившим поездку. Кроме того, часто бывает так, что при взгляде на специальный бейдж, который выдают шоп-туристам, продавцы автоматически повышают цены, стремясь окупить затраты своей компании.

Сезон скидок — июнь-август.

Украинские рынки

Экономить на покупках украинцы могут и не выезжая из страны. Три основных центра рыночной торговли расположены в Одессе (Седьмой километр), Харькове (Барабашовка) и Хмельницком. Основу ассортимента составляют потребительские товары (одежда, обувь, продукты питания, домашняя утварь). Также пользуется популярностью рынок Калиновка поблизости Черновцов, который, однако, сильно пострадал в результате недавнего наводнения.

Все рынки поддерживают работу официальных сайтов, где выкладываются каталоги и новости. Роль отечественных



туроператоров в организации внутренних шоп-туров сводится практически к предоставлению транспорта, в том числе и для перевозки приобретенных товаров, в редких случаях — организации ночлега.

Кроме внутреннего, в нашей стране практикуется еще и въездной шоп-туризм. На украинские рынки за дешевыми

продуктами, бытовой химией и одеждой охотно едут жители соседних стран — белорусы, румыны, молдаване, словаки и венгры. Рост курса доллара сделал наши цены для иностранцев еще более выгодными.

Особенно активны в организации поездок белорусские туркомпании. В остальных же странах развит индивидуальный шоп-туризм. Жители ближнего зарубежья с помощью Интернета активно обмениваются данными о ценах и особенностях покупок в Украине.

Турфирмы заявляют об устойчивом спросе на въездные шоп-туры, у них уже сформировалось ядро постоянных клиентов. Попробовав иностранный шоппинг, украинцы все меньше готовы покупать дома товары долговременного пользования. Однако недостаточная информированность потенциальных клиентов не дает шоп-направлению развиваться более интенсивными темпами. Поэтому здесь, на наш взгляд, возможности для работы отечественных турфирм ненулевые.

УТ

Юрий РУДЕНКО, туристический оператор «Сага», Киев:

Наибольшей популярностью у наших клиентов пользуются шоп-туры в Турцию, район Стамбула Лалели. Выбор большинства туристов, в первую очередь, определяется простотой въезда в страну плюс недолгим перелетом из Киева в Стамбул. При этом вылет можно осуществить в любой день недели. Ни Китай, ни Греция в этом аспекте никак не сравнятся с Турцией.

Все отели района Лалели находятся в зоне пешей досягаемости от всех торговых центров и магазинов. Большим преимуществом также является близость исторического района Султанахмет, что дает возможность посетить весьма яркие и контрастные места.

Проанализировав спрос и возможности инфраструктуры, наша компания выделила в качестве приоритетного направления для шопинг-туристов, именно, Турцию.

По желанию клиента мы бронируем авиаперелет, организуем трансфер, экскурсионное обслуживание,

а также бронируем отели. Мы не обязываем туриста покупать у нас все услуги пакетом, а предоставляем возможность выбирать. Большинство клиентов, которые едут за границу за покупками не в первый раз, уже не интересуются экскурсиями.

На данный момент дополнительных услуг, таких как шоп-гид, помощь в доставке и таможенном оформлении мы не предоставляем. 90% туристов, которые обращаются в нашу компанию имеют хорошую теоретическую и практическую подготовку в плане организации покупок.

Спрос на шоп-туры является довольно устойчивым, так как торговля во все времена не теряет надолго своих позиций.





ФОРУМ

XVI туристичний з'їзд

ТРЕНІНГ

КОНФЕРЕНЦІЯ

Туристична виставка-форум
UKRAINIAN TRAVEL FORUM 2010

УТФ
весна

23-25 березня
2010



ВЫКРУЧИВАНИЕ РУК, ИЛИ ЛОББИЗМ ПО УЕФА-ВСКИ

Вячеслав КОНОВАЛОВ



БЕЗДУМНОЕ КОПИРОВАНИЕ
ЕВРОПЕЙСКИХ СХЕМ
РАБОТЫ ЕВРОПЕЙСКОГО И
ОТЕЛЬНОГО БИЗНЕСА БЕЗ
УЧЕТА УКРАИНСКИХ РЕАЛИЙ
МОЖЕТ ПРИВЕСТИ К УТРАТЕ
ПРИБЫЛЕЙ ОТЕЧЕСТВЕННЫМИ
КОМПАНИЯМИ И ПОСТАВИТЬ
ПОД УГРОЗУ САМО
ПРОВЕДЕНИЕ ЧЕМПИОНАТА

Вязываясь в проект под названием «Евро-2012», украинские чиновники, похоже, не подозревали, с каким количеством проблем придется столкнуться. И дело не только в отсутствии инфраструктуры — стадионов, гостиниц, аэропортов и т.д., но и в многочисленных стандартах и требованиях, которые предъявляют европейские футбольные функционеры к местам проведения турниров.

Однако только стандартами дело не обошлось. Как выяснилось, Европа вовсе не бескорыстно раздаст право проведения турниров различным странам. На первый взгляд, кроме престижа стране, толпы болельщиков должны также принести и неплохой доход организаторам. Но на практике все выглядит гораздо прозаичнее —

основные сливки с этого пирога достанутся не Украине. Если разобраться, то, по сути, кроме продажи сувенирной продукции и прохладительных напитков, украинским компаниям и заняться-то нечем. Основные рекламные пакеты уже проданы УЕФА (шесть главных спонсоров, четыре главных партнера и официальные поставщики услуг), права трансляции матчей также у иностранцев, даже туристический оператор назначается исключительно в Европе — это компания TUI. Таким образом, украинским компаниям, гостиницам и перевозчикам, если они хотят хоть что-то заработать на обслуживании гостей чемпионата, договариваться необходимо с германским туроператором.

Но на этом неприятные сюрпризы не заканчиваются. Ока-

зывается, и систему бронирования гостиниц нам также пытаются навязать. Пока в рекомендательной форме, но, судя по отдельным признакам, в ближайшее время Украине сделают предложение, от которого нельзя будет отказаться.

Все подается под благовидным предлогом упрощения формальностей, сокращения расходов и обеспечения безопасности болельщиков. У УЕФА в этом отношении существует целая система стандартов и правил. Они предпочитают, что бы гости чемпионата имели возможность забронировать гостиницу в специальной централизованной системе. Эта система должна обеспечивать безопасность платежей, конфиденциальность информации, удобство пользования, но самое главное — гарантировать размещение клиента в выбранной гостинице. За счет цен-

трализации системы бронирования появляется возможность развести по разным гостиницам болельщиков разных команд, что, безусловно, немаловажная проблема. Кроме того, гостиницы, подключенные к системе, должны располагаться относительно близко от стадиона — в пределах получаса ходьбы до стадиона. Однако существует также ряд достаточно специфических требований, которые, мягко говоря, не учитывают украинскую специфику. Так, предполагается, что подключенные к системе гостиницы должны предоставить до 80% своих мест для бронирования в день чемпионата, при этом цены должны быть доступны для среднестатистического болельщика. Более того, их (цены) необходимо зафиксировать уже за два года до проведения чемпионата! Последнее замечание наводит на размышления — каким именно образом можно зафиксировать цены на Евро, если отельеры не знают, какую стоимость номеров нужно будет выставлять через полгода?

Не снимается с повестки дня и риторический вопрос по поводу количества гостиниц и других объектов размещения. Только в Киеве предполагается разместить до 20 тысяч болельщиков на частных квартирах, в общежитиях и хостелах. По крайней мере, так утверждают чиновники. Если с системами бронирования хостелов и гостиниц, в принципе, проблем не возникает (они все-таки существуют, и места во многих из них уже можно забронировать онлайн), то как «загнать» в централизованную систему бронирования владельцев частных квартир и общежития, ни украинские, ни европейские

чиновники не отвечают. Однако в УЕФА подчеркивают — наличие централизованной системы бронирования является одним из принципиальных вопросов. Более того, Гостураадминистрации уже прозрачно намекнули, что с этим надо поторопиться и выбрать правильную систему.

Украинские туристические чиновники на это отреагировали достаточно своеобразно. В ноябре прошлого года была проведена презентация системы Mondiresa Central Hotel Booking



System, которая создавалась для чемпионата мира по регби 2007-го года гостиничной группой Assor. В ходе презентации системы в Гостураадминистрации ее представитель Жан-Луи Зевако заявил, что данная система полностью устраивает УЕФА. Более того, сам Мишель Platini якобы полностью поддерживает идею использования этой системы для Евро-2012. Чиновники, судя по их реакции, также не возражали. Вопросы возникли у представителей туристического бизнеса. Например, такие: зачем нам импортная система,

если есть целый ряд отечественных — Toursnlodging.com (Киев), «Всеукраинская молодежная туристическая ассоциация» (хостелы по всей Украине), Uni-Hotels (Одесса) и ряд других? Почему необходимо принимать решение о внедрении конкретной системы бронирования без тендера — ведь есть же еще решения от Amadeus, Galileo, да и от других GDS? Заместитель министра культуры и туризма Владислав Корниенко заявил, что по этому поводу министерство проведет специальное совещание, по

итогах которого и будет решаться вопрос выбора конкретной системы. Судя по тому, что на дворе февраль, а совещания так и не собрали, в министерстве пытаются принять решение «втихую».

В результате, пытаюсь угодить европейским чиновникам, их украинские коллеги сами себя загоняют в угол. Ведь отдавая европейцам на откуп этот сегмент, мы попадаем в ситуацию, когда просто не сможем выполнить взятые на себя обязательства. Ведь, по европейским требованиям, места размещения необходимо сертифицировать, т.е. необходимо провести →



→ сертификацию частных квартир для размещения 20 тысяч болельщиков. При всем желании это нереально. Вторая проблема, о которой также скромно умалчивают — стоимость бронировки в Mondiresa. Она составляет 25% от стоимости номера. Другими словами, либо владелец квартиры должен отдать четверть заработка системе бронирования, либо стоимость размещения должна увеличиться на четверть. О каких доступных ценах для «среднестатистического болельщика» тогда может идти речь?

Ну и такой фактор, как подтверждение размещения. По европейским правилам, в случае отказа в размещении, владелец гостиницы или квартиры обязан заплатить компенсацию, в 3 раза превышающую сумму платежа. Какой здравомыслящий владелец гостиницы, знакомый с условиями ведения бизнеса в Украине, пойдет на это? Получается замкнутый круг: вместо того, чтобы упростить условия работы, чиновники пытаются загнать бизнес в еще большую тень. При этом Украина оказывается между двух огней — если не выполним пожелания УЕФА по Mondiresa, еврокомиссары в который раз заведут песню о возможном срыве чемпионата. Если же пустим Mondiresa — не сможем обеспечить работу системы, ибо на таких условиях никто работать с ними не захочет. И опять возвращаемся к началу — без централизованной системы бронирования чемпионат может оказаться под угрозой срыва.

ОТ РЕДАКЦИИ

Всеукраинская молодежная туристическая ассоциация направила в Минкультуризма предложение о сотрудничестве в создании национальной системы бронирования отелей. Проект ВМТА предполагает создание государственного предприятия, которое должно выступать в качестве национальной системы он-лайн бронирования. Стоимость реализации проекта, по разным оценкам, составляет \$7-10 млн. Эти средства готовы были выделить ряд инвесторов на условиях, если государство поддержит данный проект и предоставит ему статус национального.

Предполагалось, что уже в первый год данная система обеспечит не менее 20 тысяч бронировок, а в течение 4 лет выйдет на уровень 1 млн. операций бронирования. Окупаемость проекта обеспечивается за счет взимания комиссии — на уровне 5-7% от бронировки, а также размещения рекламы на ресурсе. Свои программные разработки (так называемые «движки» бронирования) готовы были предоставить ТМ «Молодіжний туризм та хостели України®», система он-лайн бронирования TOURSNLODGING.COM и Uni-hotels.org (Одесса).

Редакция располагает факсимиле ответа МКТУ, подписанного зам. министра В. Корниенко. Публикуя факсимиле этого ответа, редакция «Украинского туризма» надеется, что об уровне компетенции отечественных чиновников и степени понимания ими актуальных проблем, стоящих перед отраслью, читатели УТ могут судить сами.

КОГДА ВЕРСТАЛСЯ НОМЕР

На тему поставленных в статье вопросов нам удалось пообщаться с одним из руководителей профильного министерства — заместителем министра культуры и туризма Владиславом Корниенко. Беседу с госслужащим высокого ранга приводим ниже.

- В каком состоянии проект создания единой системы бронирования для обслуживания болельщиков Евро-2012? Есть ли уже определенность с организационной формой этой структуры? В частности, кто будет ее обслуживать, чьи программные продукты будут использоваться?

- При создании системы бронирования для обслуживания болельщиков речь не идет о монопольной системе, в которую все гостини- →



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

Телехаус Київ Міжнародний туризм

Бутік індивідуальних подорожей
telehaus.com.ua



→ цы и туроператоров кто-то будет загонять в принудительном порядке. Нет, это будет госпредприятие, которое призвано повысить качество обслуживания болельщиков, но на конкурентной основе. В Украине большинство мест размещения уже давно не принадлежат государству, потому в приказном порядке эти объекты туда заставить войти невозможно. Поэтому мы разрабатываем такой механизм, чтобы всем было выгодно работать с новой системой.

— В чем же выгода для участников этой системы? И будет ли использован французский опыт, представленный на ноябрьском совещании в Гостураджминистрации?

— Мы рассматриваем французские наработки, частично будем их использовать, но надо учитывать и украинскую специфику.

Во Франции, где использова-

лась система Mondiresa, сети гостиниц достаточно хорошо развиты и обслуживание туристов поставлено на профессиональную основу. В Украине же существует определенный дефицит объектов размещения, поэтому этот фактор необходимо учитывать при создании новой централизованной системы бронирования и заинтересовать собственников гостиниц, пансионатов и других объектов в сотрудничестве с системой. Ведь само Евро-2012 надо рассматривать не только с точки зрения ежеминутной прибыли от размещения и обслуживания болельщиков, но и с точки зрения рекламы Украины за рубежом. Достаточно мощной рекламы. Ведь в Украину приедут десятки тысяч болельщиков из всей Европы, и, благодаря централизованной системе, можно будет продвигать украинские отели за рубежом и на будущее. Если болельщику понравится качество

услуг, он приедет в Украину после чемпионата еще хотя бы один раз, а данная система будет способствовать привлечению новых клиентов в украинские гостиницы.

— Чье программное обеспечение предполагается использовать: иностранное или отечественное? Предусматривается ли финансирование из госбюджета такого проекта? Планирует ли Минкультуризма при реализации этого проекта сотрудничать с общественными организациями, а также с грандами этого бизнеса — такими как Amadeus или Galileo?

— Финансирования из госбюджета нет, поэтому необходимо выработать взаимовыгодные инвестиционные проекты с частными компаниями, пускай они направляют свои предложения — мы их рассмотрим. По поводу конкретных названий: ведутся переговоры, совещания, до конца года обязательно создадим госпредприятие.

УТ



Юлиана ГОНЧАРЕНКО, ведущий эксперт по системам бронирования отелей Travelport / Galileo:

Наша компания, безусловно, поддерживает общепризнанную в мире практику проведения открытого тендера, что позволит соблюсти все требования организаторов и одновременно предложить максимально лояльные условия

сотрудничества отечественным отельерам и туристическим агентствам. Компания Travelport, в состав которой входят глобальные дистрибутивные системы Galileo и Worldspan, а также глобальный консолидатор туристических услуг GTA, предоставляет доступ к более 90 000 отелей по всему миру. Опыт сотрудничества с ведущими мировыми отельными брендами на протяжении последних 15 лет и использование наших интерфейсов более чем 300 000 туристических агентов по всему миру является еще одним подтверждением надежности каналов передачи данных о забронированной услуге, платежных

картах и конфиденциальности личных данных клиента.

В системах бронирования, объединенных под глобальным брендом Travelport, представлены гостиницы и апартаменты разных категорий, что позволит удовлетворить спрос болельщиков с самым разным уровнем дохода.

Ежегодно более 50 миллионов гостиничных номеров бронируется через дистрибутивные системы Galileo и Worldspan, что свидетельствует о надежности и удобстве наших программных решений, ведь в ГДС Travelport есть возможность делать подборки гостиниц в непосредственной близости от определенного места в городе, в том числе с использованием интерактивных карт.

Кроме того, бронирование через ГДС гарантирует не только размещение клиента по заявленному тарифу, но и позволяет избежать недоразумений при поселении клиента, ведь все действия агента и отеля сохраняются в архивном файле бронирования.

17 Міжнародний турсалон

Україна 2010

Туризм. Відпочинок. Готелі. Здоров'я.

6-8 жовтня 2010 р.

Україна. Київ. МВЦ
(Броварський пр-т, 15)

Організатор:
Українська виставкова компанія АВТОЕКСПО

За сприяння:



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

За інформацією і заявками
на участь звертатись у компанію

АВТОЕКСПО

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

