



№2 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: Вячеслав Коновалов,
Роман Козловский, Анзор Коршуненко,
Таисия Усенко, Дмитрий Яненко

Редактор-корректор: Галина Нечипоренко

Арт-директор: Александр Огородничук

Дизайн/Верстка: Максим Васильев

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

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

Журнал зарегистрирован в Госкомитете
информационной политики, телевидения
и радиовещания Украины 10.06.2003 г.
Свидетельство KBN № 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 Караконстантиновa rekl@bj.kiev.ua

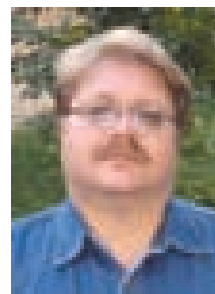
Отдел доставки:
Сергей Граев, Владимир Баранов

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

Заместитель директора
Наталья Усенко un@mw.com.ua

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

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



**Других посмотреть,
себя показать**

Весна – это всегда сезон перемен, перехода от зимнего сезона к летнему, время подведения итогов первого и оценки перспектив последнего. А еще весна – это сезон новых надежд, ожиданий турпотоков и перспектив разработки новых туристических направлений.

Именно для этого служат туристические выставки, которым весной несть числа – во многом именно они являются определяющими для туристических компаний в формировании стратегии будущего сезона. Ведь где, как не здесь, можно и себя показать с самой лучшей стороны, и познакомиться с предложениями других туристических компаний, стран и направлений, найти новых партнеров, в конце концов... Новый сезон обещает игрокам туристического рынка несколько приятных неожиданностей. К ним можно отнести и давно ожидаемое установление безвизового режима с Израилем, и вывод на рынок новых направлений, таких, как Албания, и много чего еще... В этом номере «Украинского туризма» мы освещаем некоторые из этих тем. А также вводим новую рубрику, в которой топ-менеджеры украинских турфирм будут прогнозировать ситуацию в отрасли как в текущем году, так и на более далекую перспективу. Естественно, редакция отметит авторов наиболее точных прогнозов.

Некоторые наши публикации выражают точку зрения на те или иные процессы, события или тенденции в туристической отрасли. Такие публикации, как правило, публикуются в порядке обсуждения, не помечаются в конце значком «УТ», а точка зрения их авторов может и не совпадать с редакционной. Или, тем более, других читателей «Украинского туризма». Об этом мы регулярно предупреждаем наших читателей в выходных данных журнала. Разумеется, мы не можем нести ответственность за содержание таких публикаций, однако принцип свободы слова в том и состоит, чтобы каждый, кто работает на рынке туристических услуг, мог бы высказаться по тем или иным вопросам, относящимся к отрасли, на страницах специализированного делового издания.

Успехов вам в новом сезоне, дорогие читатели!

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

До Хорватії з МАУ без віз

Пула Дубровник Спліт

- Сучасні літаки
Боїнг 737-800 next generation
- 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



Аерокомпанія

Інформація про рейси, вилітний ордер

☎ 044 581 50 50 ☎ 566

МІСЦЕ ПОВІСІЛКИ
044 581 50 50

МАУ - це авіакомпанія, яка надає авіаперевезення між містами України та Європи. Це означає, що ви можете летіти до Європи з України та назад. Для цього вам потрібно мати паспорт та візу. Для більш детальної інформації про рейси та умови перевезення, будь ласка, зверніться до наших менеджерів.



МАУ



16



28



64



76

РЕЙТИНГИ

Кто в отрасли лучший? 10

ПРОГНОЗ

Что год грядущий нам готовит? 12

АВИА

Слияние авиакомпаний по-украински 16

Восстановление украинского авиачартера. 20

Израиль станет доступнее? 24

ОТ ПЕРВОГО ЛИЦА

Турция под другим углом. 28

ТУРИЗМ

Кения в ожидании украинцев 32

Остров, благословенный Афродитой. 36

ИНТЕРВЬЮ

Туристический потенциал Словении. 42

КОНСУЛЬСТВО

«Аккредитация» означает «доверие» 48

ТЕНДЕНЦИИ

Делаем ставки на курорты Чехии 52

Украина обгоняет Россию и США. 60

Круизные тенденции. 64

АКТУАЛЬНО

«Грязевые» регионы Украины 76

«Пелюидные» деньги турфирм 78

Такси-блюз по-украински 80

АКТУАЛЬНО

Лечимся дома. 84

Въездной медтуризм в Украину. 86



ТУРИСТИЧНИЙ ОПЕРАТОР
ІНКОМАРТУР⁹³

**18 РОКІВ
У ТУРИЗМІ!**

НАЙКРАЩІ ЕКСКУРСІЙНІ ТУРИ

Удосконалені часом програми, професійні гід

ПОТЯГ • автобус • авіа

пред'явнику
знижка 5%



Париж (3 дні) • Прага (2 дні) • Відень • Мюнхен
Нюрнберг • Амстердам (2 дні) • Люксембург • Брюссель

2 річні програми

13, 14 днів

🚗 € 580 з/п

✈️ € 599 з/п

Париж (3 дні) • Відень • Страсбург • Баден-Баден
Ніцца • Монако • Барселона (відпочинок на морі)

Верона • Венеція

16-23 днів

🚗 € 760 з/п

✈️ € 640 з/п

Рим (3 дні) • Любляна • Піза • Генуя • Венеція • Верона
Барселона (відпочинок на морі) • Ніцца

2 річні програми

11, 18 днів

🚗 € 570 з/п

✈️ € 570 з/п

Уся Швейцарія (відпочинок на озерах)
Уся Австрія • Угорщина • Німеччина • Італія
Франція (відпочинок у Ніцці)

3 річні програми

12-15 днів

🚗 € 630 з/п

✈️ € 690 з/п

Прага (3 дні) • Париж (3 дні)
Женева • Верона (оз. Гарда) • Венеція

13 днів

🚗 € 580 з/п

Краків • Прага (Карлови Вари)
Мюнхен (замки Баварії)
Зальцбург • Відень

9-10 днів

🚗 € 399 з/п

Лондон • Париж
Англія • Шотландія • Уельс • Ірландія

5 річні програм

14, 18 днів

🚗 € 820 з/п

✈️ € 920 з/п

Швеція • Норвегія (5 днів, фьорди)
Данія • Польща

13-18 днів

🚗 € 850 з/п

✈️ € 599 з/п

Ісландія (гейзери, льодовики) 26.06.2010

Бельгія • Нідерланди
Люксембург • Німеччина

10, 13 днів

🚗 € 495 з/п

✈️ € 395 з/п

Чехія, Угорщина, Прибалтика

4-10 днів

🚗 € 175 з/п

✈️ € 175 з/п

Тури в різні міста Європи

2 днів

✈️ € 125 з/п

ЕКЗОТИКА ЕКСКУРСІЙНА!

- ПАР • Зімбабве • Ботсвана
- Китай • Гонконг
- В'єтнам • Камбоджа
- Гранд-тур по Індії
- Ізраїль • Йорданія
- Аргентина • Бразилія • Чилі • 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

www.incomartour.kiev.ua

В Ялте построят Novotel

К середине 2013 года планируют завершить строительство четырехзвездочного гостиничного комплекса Novotel. За возведение отеля взялась компания «Аэробуд-перспектива» совместно с французским гостиничным оператором «Ассог».



Так как бренд Novotel ориентирован, прежде всего, на корпоративных и бизнес-клиентов, план строительства отеля включает в себя возведение конференц-зала и SPA-комплекса. В новом гостиничном комплексе построят 250 номеров. Планируют, что отель будет активно принимать постояльцев не только в высокий сезон, но и в зимнее время.

Общая стоимость проекта составляет 65 млн долларов США. Это в три раза больше, чем было запланировано изначально, до того, как заказчики решили строить 4-х, а не 3-звездочный отель и улучшить качество отделочных работ.

Предполагается, что, благодаря открытию нового гостиничного объекта, работу получат 170 жителей города.

allcrimea.info

City-tax в Петербурге

Власти Северной Пальмиры предлагают обложить туристов, прибывающих в Санкт-Петербург, специальным налогом. Новый налог предполагается установить в размере 2-3 евро с каждого туриста. Вырученные средства – ориентировочно 10 млн. евро в год – планируется направлять на реставрацию исторических и культурных памятников.



По словам губернатора Санкт-Петербурга Валентины Матвиенко, такая практика установлена во многих исторических городах мира. С другой стороны, правительство Петербурга не имеет полномочий вводить новые налоги, поэтому для реализации нового проекта необходимо найти механизмы внедрения city-tax, не противоречащие российскому законодательству.

Gazeta.ru

Статус авиарейсов – через SMS



Аэропорт «Борисполь» внедрил новую информационную услугу, которая позволяет получать на мобильный телефон информацию о состоянии любого рейса, прибывающего или вылетающего из главного пассажирского аэропорта Украины.

Услуга предоставляется в 3-х режимах: одноразовое сообщение о статусе выбранного рейса; мониторинг изменения состояний выбранного рейса; статус рейса в период +/- 3 дня от поточной даты.

Услуга является полностью бесплатной для пользователей. Запрос информации предоставляется путем отправления SMS, либо электронного письма на, соответственно, телефон или адрес провайдера услуги. За отправку SMS взимается стандартная плата, зависящая от конкретного пакета мобильного оператора.

Пресс-служба МТЗУ

В сезон в Хорватию – без виз. В последний раз?



С 1 апреля по 31 октября Хорватия вводит безвизовый режим для граждан Украины, которые осуществляют краткосрочные поездки. Соответствующее решение было принято 25 февраля с.г. на заседании правительства Республики Хорватия о временной приостановке визового режима для граждан Казахстана, Российской Федерации и Украины на период летнего туристического сезона. Таким образом правительство Хорватии старается стимулировать поток туристов в страну.



В 2009 г. турпоток в Хорватию остался на уровне 2008 года благодаря стабильно высокому спросу туристов из Германии, Италии, Австрии, Словении. В прошлом году Хорватию посетило свыше 12 млн человек, которые совершили более 58 млн ночевков и принесли в бюджет страны 7 млрд евро. Что касается украинского турпотока, то по сравнению с 2008 г. его показатели снизились почти на 20%. Впрочем, на фоне общего уменьшения туристических поездок украинцев, это не самые плохие показатели.

Однако сезон 2010 г. может для граждан Украины стать последним, когда в Хорватию можно будет въехать свободно. Дело в том, что в 2012 году Хорватия вступает в ЕС и Шенгенскую зону, а подготовка к этому событию начнется уже в будущем году.

Вступление в шенгенскую зону может негативно сказаться на туристическом потоке, поэтому Министерство по туризму Хорватии планирует продолжить финансирование рекламы туроператоров и разрабатывает новые маркетинговые программы для продвижения направления.

По материалам пресс-службы МИД Украины,
посольства Хорватии в Украине

www.meest-tour.com.ua

Ранні бронювання до -15%

**Хорватія
Болгарія
Туреччина**

МІСТ **ТУР**

турсоператор

м. Київ, 78008
проспект Шевченка, 34
м. Київ, 01094
вул. Гончара, 82, офіс 40
телеф: +38 (052) 287-08-52
+38 (044) 455-71-21
e-mail: office@meest-tour.com.ua

ТРАВНЕВІ СВЯТА

**Чорногорія
Польща
Австрія
Румунія
Угорщина
Чехія
Львів
Карпати**

ЯКІСНО! НАДІЙНО! ДОС. ТУРНО!

Бесплатное питание на борту Estonian Air

Начиная с 9 февраля Estonian Air предлагает бесплатное питание для всех пассажиров экономического класса – легкие закуски и безалкогольные напитки на длительных перелетах, и только напитки на рейсах продолжительностью менее одного часа.

Пассажиры экономического класса на рейсах продолжительностью более 1,5 часов имеют возможность приобрести также горячие блюда в дополнение к бесплатному питанию. Горячую еду можно заказать и оплатить через сайт авиакомпании не позднее, чем за 48 часов до вылета самолета.

Кроме того, по-прежнему есть возможность купить алкогольные, безалкогольные напитки и легкую еду на борту самолета. Оплата принимается так же и кредитными карточками.

Пассажирам с билетами Business и Flexible Economy классов, как и раньше, предлагают горячие блюда или легкие холодные закуски и напитки. Меню зависит от времени вылета и продолжительности рейса.

Estonian Air



**ГОТЕЛЬ
ДЛЯ СОБАК ТА КОТІВ**

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

пр-т Відродний, 31
03061, м. Київ

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

Польша привлекает туристов скидками

Сцелью привлечения в Польшу дополнительных турпотоков государство и местные власти стимулируют польских предпринимателей – владельцев объектов туристической инфраструктуры – снижать цены на свои услуги. Взамен предпринимателям предоставляется широкая информационная поддержка, в том числе и по каналам заграничных представительств «Польской туристической организации». К примеру, в Гданьске 24-25 апреля проводится акция «Туризм за полцены», в которой принимают участие более 40 ресторанов и отелей. В Лодзи еженедельно организуются бесплатные пешие экскурсии по различным маршрутам, представляющим интерес как для поляков, так и для иностранных туристов. А сети отелей «Orbis», «Mercure» и «Ibis» проводят акцию для путешествующих студентов, по которой этой категории туристов предоставляются существенные скидки при проживании в двухместных номерах в период с пятницы по воскресенье.

Правительство Польши надеется с помощью таких мер оживить как внутренние, так и въездные турпотоки в страну.

По материалам Polska Organizacja Turystyczna

ЛУЧШИЕ ТУРИСТИЧЕСКИЕ АГЕНТСТВА С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ТУРОПЕРАТОРОВ

Пан Укрейн

Гранд Вояж, Краматорск

Корсар, Херсон

ЧП Антимонина Т.Н., Луганск

Эльдорадо, Донецк

Глобал-турсервис, Полтава

Укрферри Тур

Таити, Днепропетровск

Тур Этно, Симферополь

Колесница Путешествий, Донецк

Босфор, Одесса

Кий Авиа Крым, Симферополь

Вест Тревел

Центр международных перевозок и туризма, Харьков

Интерград, Днепропетровск

Султан тур, Днепропетровск

Винд-сервис, Киев

Л-тур, Донецк

Феерия

Квадро-плюс, Харьков

Азов-вояж, Мариуполь

Анна-тур, Одесса

Юкка тревел, Одесса

Эль-тур, Донецк

Кий Авиа, Симферополь

Яна

Бутик Престиж Тревел, Киев

Элитный туризм, Харьков

Банзай Трэвел, Ивано-Франковск

Проланд, Одесса

Сигма-Тур, Днепропетровск

Планета-100

Кандагар, Севастополь

Сан-Лайн, Севастополь

Гин-Сервис, Симферополь

Мультитур, Москва

Арабески, Феодосия

Видерштраль

Атлантик Тревел, Одесса

Ласпи-Вояж, Симферополь

Комод-тур, Харьков

За семь морей, Киев

ЧП Петрова, Киев

Мист-тур

Надия, Ивано-Франковск

Премьер-тур, Тернополь

АЛВОНА, Одесса

Глобус Тур, Николаев

Пирамида-тур, Львов

Укр-Сафари-Тур

Турлидер, Киев

Жара, Одесса

Фишка, Киев

ФТТС, Киев

Глобус-Украина, Киев

Karya tour

Венера Тур, Киев

Топ-тур, Гомель

Tis Travel, Киев

АлиВия Трэвел, Гомель

Поехали с нами, Киев

САМ

Лучшие региональные агентства

ФЛП Маросеев Ю.А., Ильичевск

СПД Мунтян Н.А., Кривой Рог

Магнолия, Черкассы

Абы не дома, Чернигов

Калимера, Черновцы



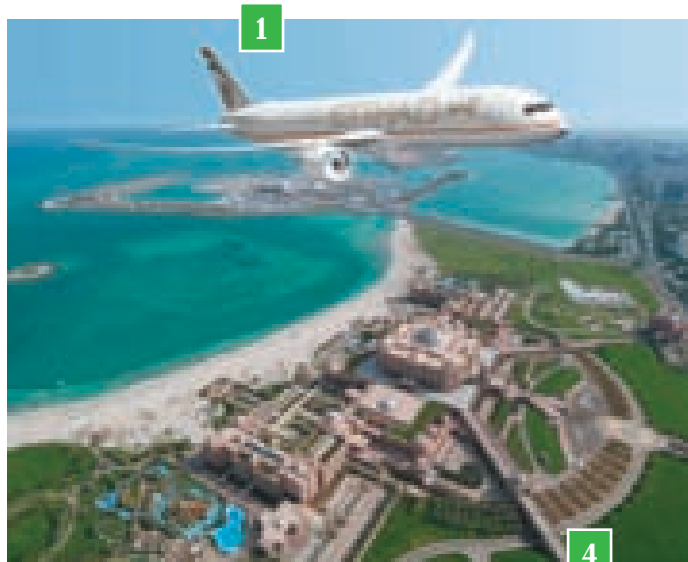
ЛИДЕРЫ МИРОВОГО РЕЙТИНГА

ОТ WORLD TRAVEL AWARDS

Ежегодно, накануне Международной туристической выставки World Travel Market, в Лондоне проходит церемония награждения победителей World Travel Awards.

Международная премия в области туризма World Travel Awards была учреждена в 1993 году, а сейчас является самой престижной наградой для предприятий туристической отрасли. В жюри премии входят профессионалы индустрии туризма и путешествий, представляющие 183 000 туристических организаций из 160 стран мира.

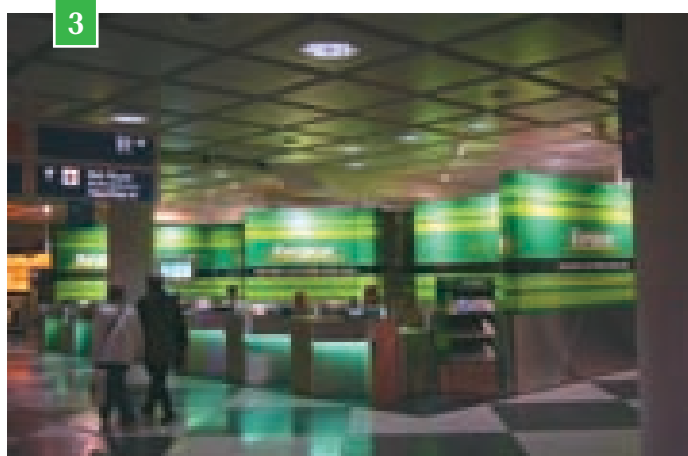
На мероприятие съезжаются представители ведущих компаний — участников мировой туриндустрии. Специалисты со всех регионов планеты собираются, чтобы узнать, кто стал лучшим в прошедшем году. Не был исключением и 2009 год, лидерам которого были вручены награды в различных номинациях. Результаты опроса специалистов со всего мира представлены в нашем рейтинге.



- 1 Лучшая авиакомпания – **Etihad Airways**
 Лучший альянс авиакомпаний – **Oneworld**
 Лучшая бюджетная авиакомпания – **Easyjet**
 Лучшая авиакомпания бизнес-класса – **Qatar Airways**
 Лучшая авиакомпания в первом классе – **Etihad Airways**
 Лучший аэропорт – **Международный аэропорт Дубая**



- 2 Лучший пляж – **Bondi Beach, Сидней, Австралия**
- 3 Лучший автопрокатчик – **Europcar**
 Лучший отель – **Hotel Burj Al Arab, Дубай, ОАЭ**
- 4 Лучший конференц-отель – **Emirates Palace, Абу-Даби, ОАЭ**
 Лучший бутик-отель – **Saxon Boutique Hotel & Spa, ЮАР**
 Лучший дизайн-отель – **Adam & Eve, Белек, Турция**
 Лучший бизнес-отель – **Pan Pacific, Сингапур**
 Лучший отельный бренд – **InterContinental Hotels & Resorts**



- Лучший круизный бренд – **Royal Caribbean Cruise Line**
 Лучший круизный порт – **Дубай, ОАЭ**
 Лучшее туристическое представительство – **Туристический офис Абу-Даби**
- Лучший курорт – **Forte Village Resort, Италия**
 Лучший туроператор – **TUI Travel**
 Лучший турагент – **Regency Travel & Tours, Катар**

ЧТО ГОД ГРЯДУЩИЙ НАМ ГОТОВИТ?

В течение многих лет редакция журнала «Украинский туризм» отслеживает ситуацию на украинском и мировом рынке туристических услуг, scrupulously отражая на страницах издания все тенденции отрасли. Мы, однако, стремимся не только описывать процессы, происходящие в туристической индустрии, но и влиять на них в необходимых для участников отрасли направлениях. С этой целью в 2010 году мы начинаем новый проект — публикуем прогнозы экспертов туристической отрасли на этот год. Уверены, что это нововведение станет еще одним инструментом, призванным сделать бизнес-климат в туризме более лояльным.



Штефан МОЛЬНАР, Глава Представительства компаний Австрийские Авиаалинии в Украине:

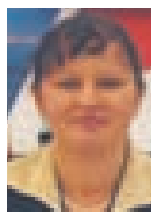
В прошлом году услугами нашей авиакомпании воспользовались 9,9 млн пассажиров во всем мире. Этот показатель на 10% ниже результатов 2008 года. Сейчас объем пассажиропотока постепенно увеличивается. Так, в феврале этого года билеты на рейсы Австрийских Авиаалиний приобрели на 4% пассажиров больше, чем за аналогичный период 2009 года. Ситуация в отношении финансовых показателей остается довольно сложной. Всему при-



чиной — снижение цен и высокая конкуренция в отрасли.

В 2010 году Австрийские Авиаалинии направляют максимум усилий на увеличение объема пассажиропотока. Например, мы собираемся увеличить количество мест на всех маршрутах из Украины в Вену в летнем расписании. Также вводятся привлекательные и конкурентные тарифы, а для некоторых направлений проводится более активная рекламная кампания. Особое внимание мы уделяем продвижению маршрутов нашей европейской сети, предлагая лучшие тарифы для потребителей, наиболее чувствительных к стоимости перелетов.

Восстановление туристической отрасли и авиационного сектора в частности в Украине будет осуществляться быстрее, когда будет усовершенствована инфраструктура аэропортов. Еще одним толчком к развитию туризма и экономическому росту в вашей стране должно стать проведение чемпионата Евро 2012.



Анжелика КОСТИНА, директор туристической компаний «Империял трэвел»:

По итогам туристической деятельности 2009 год был достаточно сложным. По сравнению с 2008 годом объем

продаж снизился на 20-25%. Однако, приятно, что украинский туристический рынок проявил себя как вполне цивилизованный. Например, насколько мне известно, не было ни одного случая, когда туроператор собрал деньги у туристов и исчез, как это часто происходило в середине 90-х годов.

Существенно снизилась рентабельность туров. Если до кризиса этот показатель составлял 12-15%, то в 2009 году и сейчас он не превышает 5%. Иногда на сложных турах туристические компании готовы заработать 70-80 евро, лишь бы сохранить клиентуру — как турагента, так и самого туриста.

Туристы существенно снизили свои затраты на отдых. Одни поменяли вид своего отдыха, предпочитая зарубежным курортам отечественные, другие предпочли продолжительным двухнедельным поездкам семидневные туры либо уик-энды. Туры выходного дня с семьей либо с друзьями в Украине, или за ее пределами стали чуть ли не основным видом отдыха для наших соотечественников. Требования к уровню сервиса у украинцев при этом не снизились.

В марте туристы начали активнее заказывать и бронировать отдых на летний период. Поэтому уверена, что в 2010 году украинский туристический рынок ждет стабилизация. Однако, о каком-то росте вряд ли стоит говорить, поскольку туристический бизнес последним будет выходить из кризиса.

Туристическая отрасль пострадала во время кризиса очень существенно. Для того, чтобы возродить и поддержать в трудные времена туристические

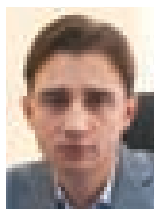
агентства, необходима государственная поддержка и государственные программы. Думаю, следует снизить налогообложение либо предоставить компаниям льготные условия работы на рынке.

Тарас ДЕДУРА, директор по продажам и маркетингу компании «TUI Украина»:

Если сравнивать результаты 2009 и 2008 годов, отмечается 45% падение спроса на туристический продукт.

Больше всего пострадали дешевый и средний сегменты рынка, меньше спад в экономике отразился на представителях высшего класса. Такое положение вещей очень легко объяснить разными предпочтениями наших соотечественников, принадлежащих к этим категориям. В иерархии потребностей низкого и среднего классов украинцев путешествия стоят на одной ступени с предметами роскоши. У обеспеченных же граждан несколько другая структура потребления, в которой отдых рассматривается как предмет первой необходимости. Зажиточный украинец, скорее, не купит новый дом, но не станет лишать себя возможности отправиться в путешествие.

Среди направлений сложно выделить наиболее пострадавшие от падения спроса. Я бы, скорее, говорил о том, что спад одинаково коснулся всех туристических маршрутов. Что касается продолжительности туров, существовала тенденция к их сокращению, которая, однако, не была доминирующей. Довольно часто этому способ-

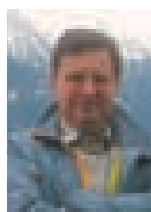


ствовали сами участники рынка, стараясь привлечь клиентов. Так, некоторые отели проводили акции, продавая пакеты на семь дней по цене пятидневных.

Для того, чтобы выстоять в таком нелегком 2009 году, «TUI Украина» пришлось урезать расходы на маркетинг. Основной задачей было сохранение персонала, являющегося главным капиталом компании. Нам это удалось — в 2009 году не был уволен ни один сотрудник.

В 2010 году ситуация начала изменяться в лучшую сторону. Как показывает динамика продаж в течение января и февраля, туристический рынок начинает оживать. Это позволяет прогнозировать 5%-10% рост в течение 2010 года. Наши планы более амбициозны — компания «TUI Украина» собирается увеличить свои обороты, воспользовавшись ослабленностью конкурентов.

Для восстановления туристической отрасли, я считаю, необходима не столько поддержка со стороны государства, сколько отсутствие каких-либо препятствий для работы. Это касается как турфирм, так и их клиентов. К примеру, прошлым летом многие бизнесмены были вынуждены остаться в Украине, отказавшись от отдыха, из-за резкого скачка курсов валют. А так как эта категория украинцев преобладает среди клиентов «TUI Украина», колебания валютного курса в разгар сезона сказалось и на нашей прибыли.



Анатолий ОСОБИК, Директор туристической компании «Видерштраль», Киев:

В 2009 г. произошел спад на туристическом рынке Украины. Наша компания также ощутила на себе влияние нестабильности в отрасли, ➔

→ что проявилось в снижении потока туристов на 25-30%. К счастью, на основных для нас направлениях — Австрии и других странах Западной Европы, а также США, падение спроса было не таким существенным. Соответственно, так как спад более всего затронул Турцию и Египет, в нашем сегменте кардинальных изменений не произошло.

Что касается характера спроса, некоторые клиенты пошли на снижение уровня отелей, особенно на горнолыжных направлениях. Однако, изменения продолжительности поездок в меньшую сторону не последовало.

Думаю, что 2010 год не будет отмечен существенным ростом туристической отрасли, предполагая сохранение уровня 2009 года.

Анна ШИРОЛАПОВА,
директор представительства
авиакомпаний Malev в
Украине:

В минувшем году венгерская авиакомпания Malev перевезла в общей сложности 3,3 млн. пассажиров. И, хотя в первом квартале 2009 года в результате экономического кризиса пассажирооборот снизился, нам все же удалось в итоге достичь 6% увеличения объема пассажирских перевозок. К такому результату привело внедрение новой коммерческой стратегии, называемой «Расправить крылья».

Наша компания смогла выстоять во время кризиса, а также успешно конкурировать на европейских маршрутах с бюд-



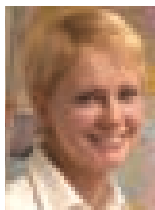
жетными перевозчиками еще и благодаря использованию нового подхода к формированию цен, пятикратному увеличению количества корпоративных клиентов, введению специальных турпакетов и открытию трех совершенно новых маршрутов.

Прогнозировать гарантированный успех 2010 году для всех авиаперевозчиков было бы неправильным. Какого-то восстановления рынка ожидать можно, но я считаю, что успешным 2010 год будет для тех компаний, которые сумели найти новые коммерческие подходы к решению задач, поставленных кризисом в 2009.

Улучшению ситуации в авиационном бизнесе может поспособствовать создание здоровой конкуренции между авиаперевозчиками. Это позитивно отразится на туристических потоках, как въездном, так и выездном. В данном вопросе государству важно найти баланс между интересами украинских перевозчиков и пассажиров, желающих видеть снижение цен на билеты и повышение качества обслуживания.

Наталья ОНИЩУК, главный
менеджер туристической
компании «Міст-тур»,
г.Львов:

В 2009 году фактически все показатели туристической отрасли по Львовской области, в частности и по Украине в целом, имели негативную динамику. В среднем, туристический поток сократился на 25%. Несмотря на «кризисный» год, компания «Міст-тур» удержала пози-



тивную динамику — количество туристов увеличилось более чем на 7%. Конечно же, кризис не позволил нам в полной мере реализовать запланированное, но благодаря мобилизации всех внутренних ресурсов, наша компания уверенно закончила 2009 год.

Что касается направлений, стабильностью отличался спрос на туры в страны Адриатического побережья: Черногорию и Хорватию. Высоким был и туристический поток в Болгарию и Польшу. Также наблюдался значительный рост числа туристов, которые путешествовали в пределах Украины. Увеличился спрос на туры выходного дня. Одним из решающих факторов при выборе тура для клиентов стала стоимость. Кроме того, наблюдалась явная тенденция снижения туроператорами цен на услуги.

В 2010 году реальное начало продаж на лето может сдвинуться во времени, стабильные массовые продажи, скорее всего, начнутся с середины июня. О глубине продаж, аналогичной предыдущим годам, следует пока забыть. Уровень спроса на бюджетные туры в следующем сезоне значительно повысится. Значительный объем продаж будет строиться на недорогих путевках на известные курорты. Возрастет спрос на «горячие туры», а продолжительность поездок сократится. Из направлений наиболее актуальными останутся путешествия в Черногорию, Болгарию, Хорватию, Турцию и Польшу. **УТ**



Асоціація Національного Туристичного Форуму

ДТУ "Центр розвитку та культурного співробітництва"

"Український дім"

м. Київ, вул. Тарасовий, 2

Головний партнер



Туротримачий партнер

ТУРИСТИЧЕСКАЯ
ГАЗЕТА

Офіційний інформаційний партнер

tourbusiness

ФОРУМ

XVI ТУРИСТИЧНИЙ З'ЇЗД

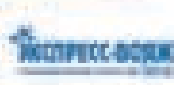
ТРЕНІНГ

КОНФЕРЕНЦІЯ

Туристична виставка-форум
UKRAINIAN TRAVEL FORUM 2010

UZF
весна

23-25 березня
2010



ТОВ "АЛТУ-ЕКСПО", просп. Шейнманів, 2/1, офіс 16, Київ, 01001, Україна, тел.: +38 (044) 279-10-94, +38 (067) 209-10-62
e-mail: office@alta-expo.com; www.altu-expo.com

ГЛОБАЛИЗАЦИЯ АВИАКОМПАНИЙ ПО-УКРАИНСКИ

ЧЕГО ЖДАТЬ ОТ ОБЪЕДИНЕНИЯ АВИАПЕРЕВОЗЧИКОВ?

Вячеслав КОНОВАЛОВ



Отрасль оживленно обсуждает перспективу появления национального авиамегаперевозчика. К существующему альянсу «Украинская авиационная группа» из «Аэросвита» и «Донбассаэро» присоединяется региональный перевозчик «Днепрavia». Таким образом, появляется крупный оператор, который будет контролировать существенную долю рынка. А этого перевозчика, в свою очередь, контролирует финансово-промышленная группа «Приват». Из грандов пока что этому альянсу противостоит только МАУ и ряд более мелких компаний, но не исключено, что и их в ближайшее время поглотит мегаперевозчик. Таким образом, «Приват» получит в свою империю еще и мощную авиационную составляющую.

Хроника процесса

Глобализация началась по знакомому сценарию. 3 года назад ничем особо не выделяющий региональный перевозчик «Днепрavia» вдруг начал себя вести довольно агрессивно. Сначала в аэропорт Днепропетровска просто не стали пускать «Аэросвит», МАУ и других перевозчиков. Предлог был выбран самый благовидный — ВПП аэропорта разрушается из-за посадок Boeing-ов этих компаний. То, что «Днепрavia» эксплуатирует аналогичную технику, руководство аэропорта не смущало. Таким образом, «Днепрavia» отобрал часть чартеров у лидеров рынка. Затем днепропетровский перевозчик достаточно агрессивно начал приобретать технику — среднемагистральные Boeing-737 (неужели эти Боинги полосу

не разрушают?) и региональные Embraer-145. Для экспертов рынка это выглядело несколько странно — у госпредприятия «Днепрavia» не было достаточного количества назначений на регулярные рейсы для загрузки техники, не хватало подготовленного персонала... Следовательно, с коммерческой точки зрения такие действия выглядели сомнительными. Тем более, что вскоре «Днепрavia» замахнулась и на дальнемагистральную технику — давнюю вотчину «Аэросвита». А немного времени спустя давние противники начали сотрудничать — «Аэросвит» и МАУ все чаще стали использовать технику «Днепрavia» на своих маршрутах, а сама авиакомпания постепенно начала осваивать рейсы из Киева.

Характерно, что представители «Днепрavia» и «Аэросвита» упорно отрицали факт поглощения одного другим. В своих заявлениях руководители этих авиакомпаний делали акцент на расширение сотрудничества — и не более того. Но затем повторился сценарий с поглощением «Донбассаэро» «Аэросвитом» образца 2007 года. Напомним: сначала авиакомпании плотно сотрудничали, всячески отрицая возможность поглощения, а затем выяснилось, что «Аэросвит» стал владельцем «Донбассаэро».

Кто кого поглощает?

В случае же с «Днепрavia» похожая ситуация. В прошлом

году «Аэросвит» активно начал использовать технику днепропетровцев, а уже в начале 2010 года было объявлено о расширении сотрудничества перевозчиков. Оно, в частности, будет заключаться в совместном использовании парка компаний, согласовании расписания и тарифов. По словам помощника генерального директора авиакомпаний «Аэросвит» по связям с общественностью Сергея Кудого, пока перевозчики только готовят почву для такого альянса, для чего подписаны ряд «промежуточных» соглашений и направлено соответствующее заявление в Антимонопольный комитет Украины.

«Слияния, взаимопоглощения компаний не будет, это однозначно. В любом случае все три авиакомпании останутся самостоятельными субъектами рынка, каждая из которых будет иметь свою специфику и рыночную нишу. Конкретнее говорить о механизме и сроках возможного реформирования наших взаимоотношений с «Днепрavia» сейчас сложно. Они всецело будут зависеть от рыночной ситуации», — отметил С.Кудый.

Впрочем, процесс поглощения так идет полным ходом — авиакомпания «Аэросвит» группой «Приват». Ведь улучшение взаимоотношений перевозчиков произошло как раз накануне продажи госпакета акций «Днепрavia» «Приватом» в августе 2009 года, когда победителем конкурса по продаже государственного пакета ООО «Днепрavia» в размере 94,572% + 1 акция было признано ООО «Галтера» (г. Днепропетровск), которую связывают с группой «Приват». Цена госпакета составила 59017 тыс. грн.

Стоит отметить, что «Приват» уже около десяти лет контролировал «Днепрavia» благодаря многочисленным кредитам для госкомпаний. Таким образом, процесс приватизации компании стал формальностью.

Как построить авиаимперию

Далее наступил черед «Аэросвита». Слухи о возможном поглощении компании «Приватом» начали распространяться в середине прошлого года, когда «Аэросвит» предпринимал активные действия по покупке для «Днепрavia» парка само-

Ситуация начала проясняться, когда «Днепрavia» сначала договорилась с МАУ, а потом и с «Аэросвитом» о сотрудничестве по совместной эксплуатации парка самолетов, а затем и маршрутов. Далее интрига развивалась вокруг покупки госпакетов акций МАУ и «Аэросвита» (61,58% и 22,3941%, соответственно). Естественно, сразу после объявления конкурсов фондом госимущества на оба пакета претендовал «Приват». Однако после скандала с оценкой этих пакетов и отмены конкурсов группа пошла другим путем — скупкой пакетов акций «Аэросвита» у



летов западного производства Boeing-737, -767 и Embraer-145. Однако, как уже упоминалось, у экспертов вызывало удивление поведение компании на рынке. Получая самолет за самолетом, «Днепрavia» фактически стреляла из пушки по воробьям. У нее были назначения на не очень популярные (а следовательно, невыгодные в коммерческом плане) направления.

частных структур. Тут необходимо разобраться в структуре собственности компании. Фонду госимущества принадлежит 22,3941%, ООО «ГенАвиа-Инвест» 24,999%, ООО «Укринфоконсалт» 9,8% и ООО «Бюро» 4,8%. Самый загадочный пакет в 38% акций находится в собственности нидерландской компании Gilward Investments B.V. По мнению участников рынка, фактический контроль над ➔

→ авиакомпаниям осуществляли экс-глава наблюдательного совета «Аэросвита» Арон Майберг и экс-гендиректор компании Григорий Гуртовой в соотношении 50 на 50. После ухода Г.Гуртового из компании эксперты считали, что он продал свой пакет акций. Но, как выяснилось позже, данный пакет остался под его контролем. Собственно, его он и предложил «Привату». Нужно также отметить, что в этом пасьянсе есть и третий игрок Виктор Пинчук, который контролирует в союзе с Ароном Майбергом около 45%.

В этой ситуации все зависит от продажи госпакета акций. Если он достанется «Привату», то украинский рынок ожидает глобализация. В союзе с «Днепрavia» «Аэросвит» сможет контролировать порядка 65-70% рынка. Если же «Привату» достанется и госпакет МАУ, то монополизация рынка станет решенным вопросом.

Пока же «Днепрavia» в который раз объявила о получении новой региональной техники. К существующим 11 Embraer-145 в ближайшее время перевозчик получит еще 14 бортов. Таким образом, насыщение рынка региональной техникой вопрос решенный.

На очереди – МАУ?

В данном случае интрига заключается в судьбе еще одного проекта – сотрудничества «Днепрavia» с авиакомпанией МАУ. В конце прошлого года перевозчики объявили о рас-

ширении совместной программы внутренних полетов – из Киева в Одессу еженедельно будет выполняться 32 рейса, в Симферополь – 27, в Днепрпетровск – 24, во Львов – 14, в Харьков – 12, в Ивано-Франковск, Луганск, Черновцы и Ужгород – по 7 рейсов в неделю. Таким образом «Днепрavia» пообещала сотрудничество сразу двум конкурирующим гигантам рынка. Судя по интересу «Привата» к «Аэросвиту» можно сказать, что предпочте-



ние к сотрудничеству будет отдано последнему. С другой стороны поведение МАУ на рынке до боли напоминает упомянутые выше закулисные договоренности о поглощении перевозчиков и близкой приватизации компании структурами «Привата».

Подтверждением этой мысли служат происходящие на рынке события. МАУ объявили о небывалом! О начале полетов из Донецка. Из Донецка, в который из отечественных регулярных перевозчиков имели доступ только «Донбассаэро» и «Аэросвит». В период летней

навигации текущего года авиакомпания открывает новые рейсы в/из Донецка, которые свяжут восточную Украину с Киевом и Львовом, международные регулярные рейсы Донецк – Дубровник и Донецк – Рим, а также – чартерный рейс Донецк – Анталия.

Таким образом, Донецк распахивает ворота для посторонних, что выглядит как первый шаг по объединению активов.

Что касается других украинских перевозчиков, то наиболее вероятным кандидатом на погло-

щение является авиакомпания WINDROSE («Роза Ветров»). 30 мая 2009 года вступило в силу interline-соглашение между WINDROSE («Роза Ветров») и «Днепрavia», а с 31 мая – с авиакомпанией «Донбассаэро». Благодаря соглашению, авиакомпания WINDROSE получила возможность продавать перевозки по маршрутам стороны-партнера.

Следующим шагом стало заявление о совместной эксплуатации с «Аэросвитом» линии «Киев – Москва» с летнего расписания 2010 года (28 марта). Как видим, механизмы очень похожи, хотя возможно, что речь идет об обыкновенном сотрудничестве.

Чего ожидать от мегаальянса украинских авиакомпаний – покажет лишь время. События могут пойти в разных направлениях: могут возрасти цены и ухудшиться качество обслуживания, а может быть все наоборот. Редакция продолжает следить за событиями в авиационной отрасли Украины, и планирует и в дальнейшем знакомить с ними своих читателей. **УТ**

СИНЕРГИЯ ЛУЧШИХ БРЕНДОВ

ИНТЕГРАЦИЯ AUSTRIAN AIRLINES И LUFTHANSA
ПРЕДПОЛАГАЕТ КАЧЕСТВО АВИАЦИОННЫХ УСЛУГ НА НЕБЕСНОМ УРОВНЕ

Анна КУЧЕРОВА, директор
по маркетингу и рекламе в Украине
компании Austrian Airlines

В течение последних двух лет в мире распространена тенденция к объединению усилий авиаперевозчиков для оптимизации операционных процессов и повышения производительности. В начале марта две крупные европейские авиакомпании, работающих на рынке авиаперевозок нашей страны, объявили об интеграции. Начался этот процесс 3 сентября 2009 года, когда авиакомпания Austrian Airlines вошла в состав Группы компаний Lufthansa.

Основной причиной такого объединения стало стремление снизить издержки, сохранив при этом качество предоставляемого сервиса. В прошлом году Austrian Airlines и Lufthansa начали вводить совместные тарифы. Сейчас две компании используют общую систему продаж, совместно организуют продажу билетов, а также объединяют свои офисы.

Таким образом, у пассажиров появилось больше возможностей комбинировать рейсы и выбирать оптимальные тарифы. Для этого теперь достаточно обратиться к одному представителю, который подберет лучшие из доступных вариантов, предлагаемых обеими компаниями. Возможностей для комбинирования рейсов стало больше и благодаря увеличению количества стыковочных аэропортов, используемых ранее авиакомпаниями

Austrian Airlines, Lufthansa и SWISS отдельно. Теперь их клиенты могут выбрать наиболее удобный маршрут со стыковкой в Вене, Франкфурте, Мюнхене, Дюссельдорфе или Цюрихе. Также в этих аэропортах можно использовать залы ожидания любой из двух компаний, независимо от того, рейс какой из них выбран клиентом. Программа лояльности для часто летающих пассажиров, предусматривающая накопление миль для получения скидок, также распространяется на клиентов обеих авиалиний.

В Украине процесс интеграции двух авиаперевозчиков также стартовал прошлой осенью. В ноябре была изменена структура организации в аэропорту Львова, а с начала февраля компании работают в одном офисе в Киеве. Под одну крышу Austrian Airlines и Lufthansa переехали также и в Донецке.

Объединение офисов и внедрение совместной системы продаж — не единственное изменение в работе авиакомпаний. Очень важным моментом является расширение сети, ставшее возможным благодаря интеграции двух авиаперевозчиков. Компания Lufthansa осуществляет в общей сложности 49 рейсов в течение

недели в Киев, Львов и Донецк, используя свои хабы в Мюнхене и Франкфурте, а также аэропорт в Дюссельдорфе. Austrian Airlines обеспечивают 61 рейс в неделю: 26 из Киева в Вену, а также ежедневные из Днепропетровска, Донецка, Харькова и Львова в австрийскую столицу. Учитывая ежедневные полеты из Киева в Цюрих компании SWISS, расписание этих авиаперевозчиков предусматривает 117 рейсов в неделю. Кроме того, летом этого года Austrian Airlines планируют увеличить количество мест на маршрутах из Украины на 26 процентов.

Компания Austrian Airlines работает на рынке авиаперевозок с 1958 года и обслуживает 120 направлений во всем мире. В Украину наши самолеты летают с 1991 года. Узловой аэропорт авиакомпании в Вене предлагает высокий уровень обслуживания и обеспечивает быструю посадку — минимальное время всего 25 минут. В прошлом году пассажиропоток Austrian Airlines составил 9,9 млн пассажиров, 60% из которых трансферные. Компания располагает плотной сетью маршрутов. Austrian Airlines уделяет особое внимание расширению сети в Центральной и Восточной Европе, а также увеличению количества интерконтинентальных рейсов — в Северную Америку и на Ближний Восток.

В 2010 году Austrian Airlines внедряют новую стратегию развития, частью которой является и интеграция в группу компаний Lufthansa. Основной идеей стратегии является повышение производительности и минимизация издержек. ■



УКРАИНСКИЙ АВИАЧАРТЕР: ВОССТАНОВЛЕНИЕ МЕДЛЕННОЕ, НО ВЕРНОЕ

Наталья ПАРУБОЧА

Регионы пострадали больше всех

Основной тенденцией рынка чартерных пассажирских перевозок Украины в 2009 году стало падение объемов пассажиропотоков – самое ощутимое во всей отрасли. Так, по данным Госавиаадминистрации, в первом квартале 2008 года авиакомпаниями осуществили 9,5 тыс. чартерных рейсов, во время которых перевезли более 380 тыс. пассажиров. В этот же период прошлого года произошел значительный спад в сегменте чартерных полетов – на 40-50%. Отсюда и значительно более скромные результаты – около 5 тыс. рейсов и немногим более 200 тыс. пассажиров. Такая ситуация наблюдалась чуть ли не впервые за последние годы, в течение которых рынок чартерных пассажирских перевозок рос очень стремительно. В прошлом году спрос, напротив, соответствовал предложению.

Резкий спад был вызван сокращением доходов украинцев, что повлекло за собой как снижение деловой активности, так и уменьшение количества путешествий с целью отдыха. Авиакомпании отменили большое количество рейсов в связи с недокомплектацией. Объемы перевозок уменьшались, что повлекло за собой отмену полетов и объединения рейсов разных туроператоров.

Количество чартерных программ из Киева уменьшилось не



В 2009 ГОДУ СЕКТОР ПАССАЖИРСКИХ ЧАРТЕРНЫХ АВИАПЕРЕВОЗОК УКРАИНЫ В ПОЛНОЙ МЕРЕ ОЩУТИЛ НА СЕБЕ ТЕНДЕНЦИИ ВСЕЙ АВИАЦИОННОЙ ОТРАСЛИ. СЕГОДНЯШНЮЮ СИТУАЦИЮ КАК В МАССОВОМ СЕГМЕНТЕ УКРАИНСКОГО АВИАЧАРТЕРА, ТАК И В ОТРАСЛИ БИЗНЕС-АВИАЦИИ И VIP-ТУРИЗМА, МОЖНО ОХАРАКТЕРИЗОВАТЬ КАК ПОСТЕПЕННОЕ ВОССТАНОВЛЕНИЕ

так заметно, как поток из других украинских городов. «В среднем по Украине объемы чартерных перевозок упали на 25%, что включает сокращение на 10% пассажиропотока из Борисполя и на 40% – из региональных аэропортов», – отметила Ольга Толстихина, заместитель генерального директора авиакомпании Роза Ветров.

Бизнес-авиация – качественные изменения пассажиропотока

Существенное снижение объема авиаперевозок наблю-

далось в области бизнес-авиации и VIP-туризма. В феврале 2009 года количество рейсов снизилось до уровня 2003-2004 годов. «Компании, обычно активно заказывающие услуги VIP-чартера, перешли к использованию регулярных авиалиний», – комментирует Константин Новиков, директор департамента маркетинга и продаж авиакомпании «Аэро-Чартер». Качественные изменения в сегменте деловой авиации отмечает и президент украинской авиационной компании «Аэростар» Шахреддин Аскеров. По его словам, около 80% бизнес-рейсов в 2009 году пришлось на

частные и корпоративные перевозки. «В основном, перелеты заказывали владельцы воздушных судов и компании для своих сотрудников. Оставшиеся 20% заняли коммерческие рейсы», – объясняет эксперт.

В конце 2008 года пассажиры деловой авиации разделились на три сегмента: увеличившие долю рейсов регулярных компаний, владельцы собственных самолетов и клиенты, предпочитающие арендовать борт. «Но даже те, кто частично перешел к регулярным авиаперевозкам, все равно заказывают чартерный частный рейс из соображений комфорта», – отмечает Татьяна Романченко, начальник коммерческого отдела авиакомпании «Challenge Аего». «Около 40% пассажиров 2008 года в 2009 году ни разу не воспользовались арендованным самолетом», – добавила эксперт.

В 2009 году усилилась тенденция предпочтения клиентами, пользующимися услугами авиачартера, небольших экономичных самолетов иностранного производства. «Такие борта имеют ряд преимуществ перед отечественными – они более новые, современные, скоростные и престижные», – комментирует Константин Новиков, АК «Аэро-Чартер». По словам специалиста, парк отечественных самолетов VIP-конфигурации, представленный маркой Як-40, занял нишу перевозок групп пассажиров до 10-15 человек. Особенно это было заметно во второй половине 2009 г., когда активизировался корпоративный сектор.

Прибыль от туристов – резкое снижение

В свою очередь, туристы также разделились на три категории. Одни продолжают путеше-



ствовать в привычном объеме, другие пересмотрели географию путешествий, относящиеся же к третьей группе не могут позволить летать даже с учетом скидок и акций. По словам Татьяны Романченко, сейчас авиакомпании, впрочем, как и турфирмы, уменьшили агентское вознагра-

ждение, чтобы сделать цены более привлекательными.

Если в сегменте бизнес-авиации и VIP-чартера зачастую сложно вести какую-либо статистику по направлениям из-за индивидуального подхода при выборе маршрутов, то предпочтения массовой аудитории в прошлом году были очевидны. Особых изменений среди популярных направлений не произошло, но наблюдались резкие скачки в объеме пассажиропотока. Так, самые популярные направления – Турция и Египет – в начале прошлого года потеряли до 40% оборота. К этому привел отказ туроператоров от многих рейсов – количество чартеров на многих маршрутах с нескольких перелетов в день сократилось до нескольких в неделю. Но уже летом туроператоры восстановили около половины заказов. Украинцы предпочли Турцию, считая отдых в этой стране более дешевым, чем, например, во Франции или Италии, потому что количество чартерных рейсов на турецкие и египетские курорты вскоре вновь начало расти. ➔



➔ Впрочем, туроператорам без особого труда удалось заполнить и рейсы в Европу, так как премиум-сегмент, к которому относятся туристы, предпочитающие европейские направления, пострадал меньше. Правда, в начале года некоторые турфирмы отменили чартерные программы на Лазурный берег, Канарские острова и другие испанские маршруты. Но уже через несколько месяцев поток на этих направлениях начал восстанавливаться и даже показал прирост. «В прошлом году упала популярность дорогих эксклюзивных направлений, таких как Бали, Мальдивы и прочих так называемых экзотических направлений», — комментирует Ольга Толстихина. Как отметил президент АК «Аэростар» Шахредин Аскеров, в сегменте бизнес-авиации, напротив, довольно часто заказывают рейсы именно в экзотические страны, также все популярнее становится VIP-туризм.

Дисконт и отмена виз — как методы восстановления

Стараясь сохранить турпоток, или, скорее, меньше потерять, авиаперевозчики стремились сократить издержки, а также снижали цены на билеты. Если сравнивать с уровнем новогодних цен, на майские праздники стоимость чартерного авиаперелета уменьшилась на 40%.

В зимнем сезоне 2009/2010 тенденции к экономии сохранились как со стороны авиаперевозчиков, так и пассажиров. Клиенты, не желающие отказываться от путешествий, но стремящиеся при этом максимально сократить расходы, отдавали предпочтение спецпредложениям от авиакомпаний на период после праздников.

Среди факторов, влияющих на спрос в сегменте пассажирского авиачартера, важную роль играют визовые вопросы. «В прошедшем году наблюдался повышенный спрос на полеты в Хорватию, ставший следствием упрощения визовой процедуры для украинских граждан», — комментирует начальник отдела организации чартерных перевозок авиаком-

временными самолетами Embraer 195, а в скором будущем собирается приобрести два Аэробуса A321. «В 2010 году мы планируем небольшой рост чартерных перевозок. Летом будут открыты рейсы в Грецию, Хорватию, Черногорию, Болгарию как из Борисполя, так и из региональных аэропортов Украины», — рассказывает о планах компании Ольга Толстихина.



пании МАУ Александр Сураев. «Также, оптимистично с точки зрения развития туризма выглядит ситуация на израильском рынке. Если произойдет обещанное властями смягчение визовых формальностей, можно прогнозировать резкий скачок спроса на украино-израильском направлении», — добавил эксперт.

Во втором полугодии некоторые авиаперевозчики переориентировались на развитие своих сетей и авиапарков. Так, новые чартерные рейсы в Турцию и Египет в сотрудничестве с туроператором Tez Tour открыли Днепрavia, Роза Ветров и Аэро-свит. АК Роза Ветров в 2009 году пополнила свой парк новыми со-

В 2010 году ситуация вряд ли изменится кардинально, так как последствия влияния кризиса все еще сильно ощутимы, считает Александр Сураев, АК МАУ. «Развитие чартерных рейсов на Запад по-прежнему сдерживается визовыми ограничениями, и эта ситуация может еще больше усугубиться в наступающем сезоне», — полагает специалист.

По мнению Константина Новикова, АК «Аэрохартер», в сегменте бизнес-авиации частота использования рейсов в большей степени будет зависеть от состояния экономики в стране и политической составляющей, от которой, в свою очередь, будет зависеть инвестиционный климат в Украине.

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 АВТОВЕКСПО

За сприяння



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

За інформацією і заявками
на участь звертатись у компанію

АВТОВЕКСПО

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



СВЯТАЯ ЗЕМЛЯ СТАНЕТ ДОСТУПНЕЕ?

ВОЗРАСТАЕТ КОЛИЧЕСТВО СЛОТОВ И АВИАКОМПАНИЙ МЕЖДУ УКРАИНОЙ И ИЗРАИЛЕМ. ПРИВЕДЕТ ЛИ ЭТО К ДЕМОНОПОЛИЗАЦИИ РЫНКА ПАССАЖИРСКИХ АВИАПЕРЕЛЕТОВ МЕЖДУ НАШИМИ СТРАНАМИ?

Юрий САМОЙЛОВ

Благие намерения Минтранса

В преддверии установления безвизового режима между Украиной и Израилем правительства наших стран договорились увеличить количество авиарейсов между нашими странами, а также расширить количество авиаперевозчиков. Соответствующий протокол о внесении изменений в Соглашение о воздушном сообщении между нашими странами был подписан 23 февраля.

В соответствии с этим документом, начиная с летнего сезона IATA 2010 года устанавливается 21 слот в неделю для полетов между Киевом и Тель-Авивом, при этом маршрут могут обслуживать до 3-х авиаперевозчиков с каждой стороны. Кроме того, предусматривается сообщение из регионов Украины — 3 слота в неделю в летний период и 2 — в зимний. Перевозки в этих слотах могут выполняться одной авиа-



компанией с каждой стороны.

Кроме того, протокол регулирует пассажировместимость самолетов на маршруте Киев — Тель-Авив: из 21 еженедельного рейса 18 могут осуществляться бортами вместимостью до 175 чел., а оставшиеся 3 — самолетами вместимостью до 265 пассажиров.

Кроме Киева, а также Одессы, Днепропетровска и Донецка, откуда и раньше осуществлялось сообщение с Израилем, стороны договорились о создании дополнительного пункта прибытия авиарейсов на территории Украины — им станет Винница.

Что изменилось?

Изменения в политике отечественного Минтранса очевидны: до вступления в силу изменений в Соглашение о воздушном со-

общении между Украиной и Израилем перевозки осуществляли лишь две авиакомпании — «Аэросвит» и El Al, при этом максимальное количество слотов между столицами наших государств составляло 14 плюс по слоту в неделю из Одессы, Днепропетровска и Донецка. Кроме того, формально являясь независимыми друг от друга, авиакомпании «Аэросвит» и El Al создали что-то вроде неформального синдиката, координируя между собой стоимость авиаперевозок на этом направлении, а значит, удерживая ее на довольно высоком уровне.

В принципе, изменения от 23 февраля должны устранить эту ситуацию, а значит, фактически демонизировать рынок. С украинской стороны разрешение на полеты в Израиль получила уже авиакомпания МАУ, с израильской — Arkia, которая, кстати, уже

успела совершить несколько пробных рейсов. Кто станет третьим на этом направлении с украинской стороны — пока непонятно (хотя из Израиля мы получили информацию о том, что в Тель Авиве открылось представительство авиакомпании «Донбассаэро»), с израильской, скорее всего, это будет IsrAir, если она посчитает для себя интересным украинское направление. Еще одной авиакомпании, способной обслуживать регулярные рейсы в Украину, в Израиле просто нет.

Таким образом, конкуренция между авиаперевозчиками, а также увеличение еженедельного количества слотов между Украиной и Израилем должно привести к снижению цен на авиаперевозки, а значит, большей доступности Святой Земли для украинских граждан. Но оправдаются ли эти ожидания?

Подводные камни «нового порядка»

Итак, с 28 марта, т.е. с даты, когда в этом году начинается летний сезон IATA, в авиационном сообщении между Украиной и



Израилем устанавливается «новый порядок». Но заметим, что в нем просматриваются черты порядка старого. К примеру, сегодня авиакомпании «Донбассаэро», «Аэросвит» и «Днепроавиа» являются фактически составляющими одного национального авиахолдинга, принадлежащего одному владельцу. Эти компании демонстрируют вполне очевидное намерение дальнейшей интеграции: не так давно в Анти-монопольный комитет Украины поступила просьба разрешить формальную интеграцию этих

авиаперевозчиков. Следовательно, не так важно, кто именно будет летать в Израиль: «Донбассаэро» ли, «Аэросвит» ли или даже «Днепроавиа» (хотя речь об этой компании на израильском направлении пока не идет) — договориться между собой, например, о стоимости перевозок составляющие холдинга всегда смогут. Впрочем, авиакомпания МАУ не входит в этот холдинг, однако известно, что владельцы группы «Приват» внимательно следят за возможностью приобретения пакета акций компании, который пока находится в госсобственности. ➔

Евгения САЦКАЯ, корпоративный пресс-секретарь МАУ:

Авиакомпания МАУ получила право выполнять семь рейсов в неделю между Украиной и Израилем. С конца апреля (точная дата пока не определена) мы намерены открыть шесть рейсов Киев — Тель-Авив (ежедневно, кроме субботы).

Смягчение визовых формальностей, безусловно, должно вызвать «бум» авиаперевозок между нашими странами. Поэтому, естественно, мы также рассматриваем возможность начала выполнения прямых рейсов в Израиль из наших региональных пунктов — Одессы и Донецка — после снятия визовых ограничений в июле этого года. Очевидно, пассажиропоток из регионов будет меньше, несмотря на то, что жителям регионов теперь не нужно будет обращаться за визой

в консульский отдел посольства Израиля, который находится в Киеве.

Все рейсы мы будем выполнять на среднемагистральных самолетах «Боинг 737» с двумя классами обслуживания — бизнес и экономическим. Что касается уровня цен на билеты, то он будет определяться рынком.

Известно одно — здоровая, добросовестная конкуренция всегда позволяет предложить пассажирам оптимальные условия в соотношении цена/качество. В этом отношении МАУ обладает большим и весьма положительным опытом. Поэтому, уверена, пассажиры смогут по достоинству оценить наш продукт.





→ Нечто подобное происходит и в Израиле: авиакомпании *IsrAir* и *Arkia* являются дочерними компаниями национального перевозчика *EIAI*. Таким образом, конкуренция между ними имеет больше формальных, чем реальных, черт. А значит, вряд ли стоит рассчитывать на кардинальное снижение цен на

авиаперелеты в Израиль. Хотя, конечно, возврата к традиционным \$600 уже, скорее всего, не будет.

Ограничение на пассажиропропускную способность самолетов на рейсах между Тель-Авивом и Киевом связано, очевидно, с малой пропускной способностью терминалов в «Борисполе», и с большой

вероятностью будет устранено в рабочем порядке после ввода новых терминальных мощностей, которые сейчас находятся в процессе строительства.

Паломники и визы как определяющий фактор авиасообщения

Существенным фактором, влияющим на формирование пассажиропотока между Украиной и Израилем, является религиозный туризм и паломничество. Причем на обоих направлениях — Израиль привлекает христиан, в том числе православных, большим количеством святых мест, а в Украине расположено немало мест паломничества для верующих евреев (к примеру, именно на территории нашей страны зародился хасидизм). Кстати, именно на эту категорию пассажиров рассчитан пункт прибытия в Виннице. Поэтому в случае либерализации режима взаимных поездок между нашими странами, расширения авиасло-



Милена ТАБАКОВА, начальник отдела въездного туризма компании «Flying Carpet», Тель-Авив:

На мой взгляд, безвизовый режим дает возможность чартерного движения, так как у туристических компаний отсутствуют ограничения во времени. Можно закрывать самолет и в последние дни. Хотя получение израильской визы не являлось очень большой проблемой, но для многих туристов это был моральный барьер. Поэтому в свете отмены виз, конечно, мы прогнози-

руем увеличение турпотока. Увеличение перевозчиков в сообщении между нашими странами, несомненно, приведет к снижению цен на перелет. Много лет держалась монополия Аэросвита и Эль-Аль. Такое положение имело, конечно, минусы, но были в нем и положительные черты. Тем не менее, конкуренция 6-ти авиакомпаний — это не шутка, и ситуации, которая наблюдалась при наличии лишь 2-х перевозчиков, больше быть не может.

тов и возможного снижения цен на билеты количество туристов в этой категории возрастет в несколько раз. С другой стороны, фактор наличия большого количества родственных связей между гражданами Украины и Израиля вряд ли существенно повлияет на пассажиропоток. По крайней мере, в отношении проживающих в Израиле бывших жителей Украины — большинство из них сегодня сохранили украинский паспорт, следовательно, имеют возможность беспрепятственно въезжать в Украину. Конечно, прогнозируемое снижение цен сделает поездки более привлекательными и для них.

Хотя, справедливости ради, получение израильской визы сегодня не представляет больших



сложностей, однако сам факт необходимости ее получения не дает возможность турфирмам выпускать на рынок «горячие туры», а пассажирам — покупать билет в последнюю минуту.

Полетят ли чартеры в Эйлат?

В Соглашении о воздушном сообщении между Украиной и Израилем ничего не говорится о чартерных рейсах. Сегодня

этот вид сообщения между нашими странами пока еще неактуален, однако после предполагаемой отмены виз вопрос о чартерах может встать в полную силу — экономический кризис существенно уменьшил рамки между «дешевым» и «дорогим» пляжным отдыхом. Израиль же представляет для этого вида туризма весьма хорошие перспективы, так как практически вся береговая линия Средиземного моря представляет собой хорошо оборудованные пляжные комплексы с соответствующей отельной инфраструктурой. Кроме того, как весьма перспективный может рассматриваться пляжный отдых в Эйлате, где оборудован международный аэропорт, в который в основном прибывают чартеры из Европы. Каким образом в Тель Авив и Эйлат будут попадать украинские чартеры, пока непонятно.

УТ



Advantec, 01133 Україна, м. Київ
б-р Л. Українки 34, оф. 207
www.advantecgroup.com
+38 044 537 07 17 175 085 1 880
travel@advantecgroup.com

ІЗРАЇЛЬ

СПЕЦІАЛЬНА ПРОПОЗИЦІЯ:



ВЕЛИКДЕНЬ на Святий Землі
ТРАВНЕВІ СВЯТА в Ізраїлі
ГАРАНТОВАНІ ГРУПОВІ ТУРИ
авіа, авто, готель,
сніданок та вечеря,
екскурсії, трансфер, віза
Авіаквиток в Ізраїль
від 480 у.о.

США КРУЇЗИ

СПЕЦІАЛЬНА ПРОПОЗИЦІЯ!



Майамі + круїз від 2099 у.о. вкл. авіа



«Тури на Ваш смак»
- Виставки
- Авіаквитки

ГОРЯЧІЕ ТУРИ

Початок ДСТУ АБ №45500 від 17.10.2008

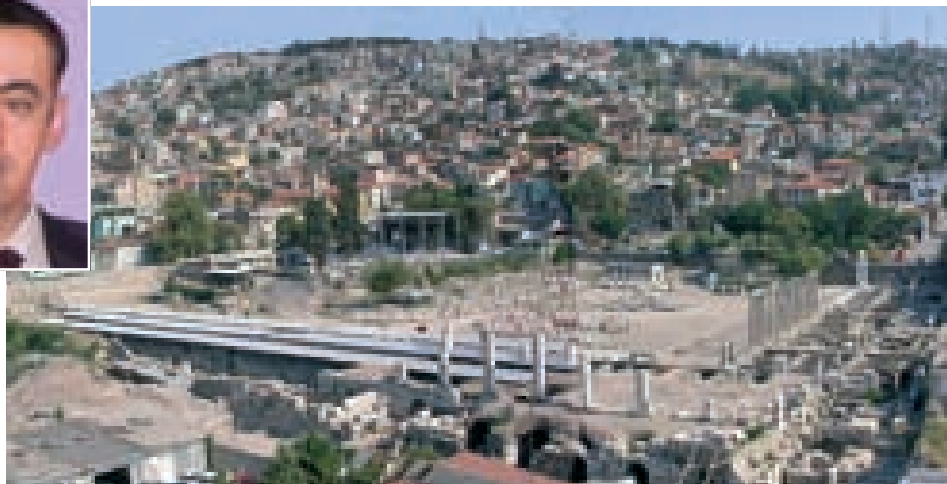
Туреччина від 500 у.о.	Таїланд від 150 у.о. + переліт
Єгипет від 500 у.о.	Куба від 429 у.о. + переліт
ОАЕ від 719 у.о.	Європа від 75 у.о.
б-р. Лесі Українки 34, оф. 207 Тел. (044) 2867369	

Турция под другим углом

*Берат ЙИЛДИЗ,
руководитель офиса
по вопросам культуры
и информации
Посольства Турции
в Украине*



МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ
И ТУРИЗМА ТУРЦИИ МЕНЯЕТ
РЕКЛАМНУЮ СТРАТЕГИЮ В
УКРАИНЕ, ОРИЕНТИРУЯСЬ НА
НЕПЛЯЖНЫЙ ТУРИЗМ



Уже много лет Турция является одним из лидеров в мировой туристической индустрии. Доходы от туризма составляют существенную часть ВВП, поэтому государство не только способствует деятельности турецких туристических компаний и инфраструктурных объектов на территории страны, но и всевозможными путями рекламирует туристические возможности нашей страны в мире.

В различных регионах туристическую Турцию воспринимают по-разному. Например, жители Дальнего Востока, Юго-Восточной Азии, Австралии и Океании приезжают к нам в страну познакомиться с нашими памятниками истории и культуры. Едут к нам и паломники со всех концов мира — как мусульманские, так и христианские. Европейцы, как правило, совмещают пляжный отдых на наших курортах с другими видами туризма, в первую очередь — познавательного. И лишь жите-

ли постсоветских стран, в том числе и Украины, воспринимают сегодня Турцию в основном как место пляжного отдыха.

Но пляжный отдых — это лишь одна из множества туристических возможностей, которые предоставляет наша страна иностранным, в том числе и украинским, туристам. Поэтому вполне очевидным выглядит поворот рекламно-информационной стратегии Турции, который осуществляется сегодня в отношении Украины, а также России, Беларуси, Казахстана и других постсоветских стран. Если раньше офисы по вопросам культуры и туризма при посольствах Турции в этих странах предоставляли своим партнерам информацию в основном о пляжном отдыхе, то сейчас Министерство культуры и туризма, а значит, и мы — как его заграничные структуры — ориентируемся на предоставлении информации о других видах отдыха и туризма в нашей стране. В частности, о религи-

озном, познавательном, гастрономическом туризме, активных, в частности зимних, видах отдыха, оздоровительном и медицинском туризме. Это только часть обширной туристической индустрии Турции, которая способна принимать иностранных туристов на весьма высоком уровне.

Как я уже говорил, мы — государственная организация, поэтому не преследуем никакой коммерческой выгоды, и имеем возможность рекламировать те направления, которые государство считает нужным развивать именно сейчас. Так, для Украины особое внимание мы будем уделить Стамбулу, — кроме того, что этот мегаполис сам по себе является мощной туристической аттракцией, в 2010 году именно он был избран в качестве культурной столицы Европы. Не сомневаюсь, что иностранные туристические компании, в том числе и украинские, разработают в рамках этого события множество специализированных туров. Кроме того, Стамбул — это огромный транспортный узел в масштабах не только Турции

или Юго-Восточной Европы, но и всего мира, сюда легко и удобно попасть не только по воздуху, но и по земле, и по морю. Мне кажется, для украинцев последняя возможность транспортного сообщения должна быть достаточно интересной и перспективной.

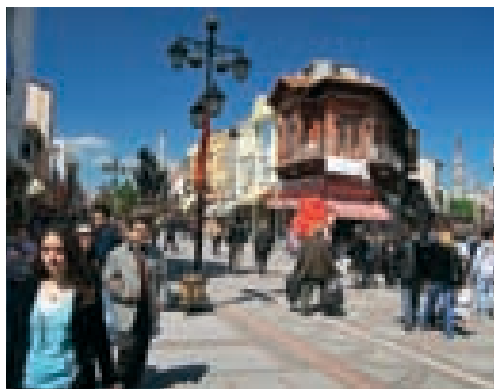
Кроме, собственно, Стамбула, новая рекламно-информационная стратегия предполагает еще и, к примеру, знакомство с Каппадокией — регионом, буквально насыщенным памятниками истории и культуры как древнего периода, так и Средневековья. А также развитие некоторых специализированных видов туризма, например, спортивного. Эта индустрия развита в Турции достаточно хорошо, в результате чего, к примеру, достаточно большое количество украинских футбольных команд приезжало на сборы именно в Турцию.

Впрочем, футбольным туризмом этот подвид индустрии не ограничивается — Турция предоставляет большие возможности для занятий яхтенным, горнолыжным, санным и прочими зимними видами спорта, а также гольфом — наши поля для гольфа не уступают лучшим в мире.

Если говорить в целом, то туристическая инфраструктура Турции полностью соответствует самым строгим мировым стандартам. Это, в частности, иллюстрирует такой факт: из сотни лучших отелей мира 20 находятся в нашей стране.

Изменение рекламно-информационной стратегии Турции за рубежом обусловлено еще и экономическими причинами. Несмотря на то, что 2009 год принес нашей стране небольшой рост тури-

стических потоков, валовый доход от туризма сократился. В основном это произошло за счет широкого внедрения в практику деятельности инфраструктурных объектов prepaid-пакетов All Inclusive — турист покупает пакет услуг на территории того или иного отельного комплекса и пользуется лишь этими услугами. Но буквально в нескольких километрах от этого отеля могут находиться



исторические или культурные достопримечательности, знакомство с которыми обязательно для любого культурного человека — таких объектов у нас в стране предостаточно. Поэтому одной из целей нового подхода в рекламно-информационной политике Турции в области туризма является стимулировать туриста оставить в нашей стране больше денег — например, за счет тех же экскурсий к такого рода достопримечательностям. Или за счет спа-услуг, которые по своему качеству ничем не уступают самым «продвинутым» мировым аналогам. Поэтому мы, разумеется, тесно сотрудничаем как с турецкими, так и с иностранными туроператорами, которые формируют турпотоки

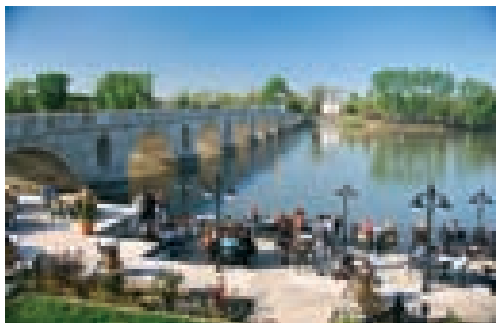
в нашу страну, а также инфраструктурными объектами, услугами которых пользуются туристы, и агитируем их расширять пакеты своих услуг. Ведь никто не может заставить туриста оставлять в стране пребывания больше денег — туриста можно лишь заинтересовать, сделать так, чтобы он сам этого захотел...

Каковы перспективы дальнейшего развития украинско-турецких отношений в области туризма? На мой взгляд, в первую очередь необходимо сосредоточиться на решении проблем в информационной и транспортной отрасли. Если о первой я сказал уже достаточно много, то, что касается транспорта, здесь необходимо вести переговоры о расширении авиа- и морского сообщения между нашими странами для того, чтобы до Турции могло легко и надежно добраться большее количество пассажиров, а значит, наша страна стала бы для украинцев более привлекательной с этой точки зрения. В частности, я бы хотел, чтобы в Украину летали турецкие авиачартеры, а в ваши морские порты приходили турецкие морские пассажирские суда. Сегодня Турция располагает достаточным количеством пассажирских судов, способных комфортно и безопасно перевозить туристов по Черному морю, да и дальше — через Босфор и Дарданеллы к нашим морским курортам.

По всем этим вопросам в нынешнем году намечается большое количество межправительственных переговоров и консультаций. Будет, конечно, подниматься и вопрос установления безвизового режима между нашими странами. Хотя лично я не считаю это проблемой, т. к. турецкая виза для гражданина Украины — это, скорее, символ, нежели ограничительно-разрешительный документ. ➔

➔ Время от времени мне задают вопрос: что необходимо иностранной, например, украинской, турфирме для того, чтобы успешно работать на рынке Турции? На мой взгляд, первое, что для этого нужно — это тщательное маркетинговое и бизнес-планирование своей деятельности. А также уяснение того, что туристическая, а также сопутствующая (например, транспортная) инфраструктура нашей страны интенсивно развивается. Так, в Турции существует план развития туристической и транспортной отрасли, рассчитанный до 2023 года (100-летия установления Турецкой Республики). Строятся автомобильные дороги, скоростные железнодорожные магистрали, открываются новые авиарейсы, интенсифицируется морское пассажирское каботаж-

ное сообщение... Таким образом, туристы с комфортом могут путешествовать по всей территории Турции, знакомиться с нашими достопримечательностями

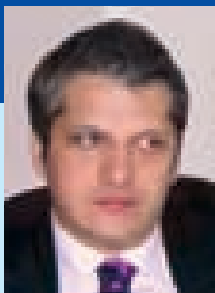


ми — а значит, те из турфирм, которые обратят внимание на этот аспект, смогут предложить своим клиентам большие возможности, а значит, и получат конкурентное преимущество.

ОТ РЕДАКЦИИ

Для того, чтобы сделать Турцию более привлекательной для украинских туристов, необходимо существенно скорректировать рекламно-информационную политику за пределами страны, в частности, в Украине. Об этом говорилось на встрече представителей украинской туристической прессы с зам. генерального директора по вопросам рекламы и информации Министерства культуры и туризма Турции Левентом Демирелем, которая состоялась в Киеве 26 января.

Представители профильной прессы ознакомили г-на Демиреля с ситуацией, которая сложилась с информационным присутствием Турции в Украине: из-за того, что ведущие туроператоры тратят средства, выделяемые им в качестве господдержки, на рекламу преимущественно в собственных изданиях, которые имеют ограниченное распространение (в основном на бортах чартерных авиарейсов и в офисах тех же туроператоров), результаты пропаганды возможностей туризма в Турцию неадекватны затраченным усилиям и финансам. Представители отраслевой прессы предложили внедрить новую схему поддержки украинских СМИ, информирующих свою аудиторию о возможностях посещения Турции напрямую, а не через посредничество туроператоров. А также инициировать межгосударственные переговоры по различным актуальным вопросам, связанным с развитием туризма — например, об улучшении транспортного сообщения между нашими странами, или окончательной отмене визового режима. Представитель Минкультуры туризма Турции с благодарностью принял эти предложения, однако лишь время покажет, насколько они будут восприняты турецкой стороной. **УТ**



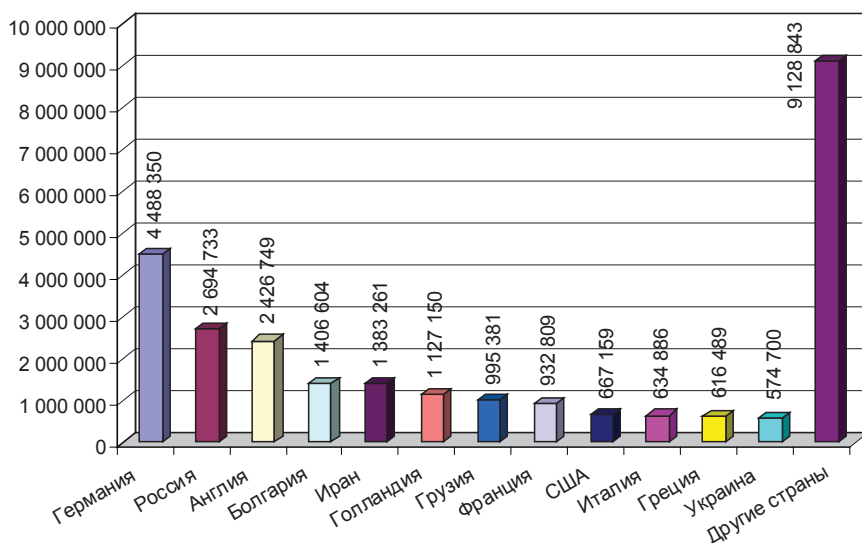
Левент ДЕМИРЕЛЬ, зам. генерального директора по вопросам рекламы и информации Министерства культуры и туризма Турции:

Начиная с 2010 года, в Турции реализуется новая концепция представления туристических возможностей нашей страны за ее пределами. Особое внимание предполагается уделить Украине, поскольку падение туристических потоков украинских граждан в Турцию оказалось одним из самых больших (-21.35%). Количество украинских туристов в Турции фактически вышло на уровень 2007 года. В то время как снижение показателей по России составило -6.4%, а по Германии, Франции и Великобритании наблюдался небольшой рост.

Таким образом, будет существенно увеличен рекламно-информационный бюджет для Украины — по предварительным данным, он составит \$3 млн. на первое полугодие 2010 года. Существенно будет увеличена и поддержка туроператоров, работающих на турецком направлении — им будет компенсироваться до 90% расходов на рекламу Турции в украинских СМИ. А в целом помощь будет увеличена на 25-30%. Впервые будет задействована реклама турецкого направления и в современных медиа — Интернете, на цифровом телевидении и т.п. В целом, реклама турецкого направления в Украине будет более агрессивной, станет использовать новые методы влияния на сознание и, таким образом, стимулировать украинцев приезжать в Турцию. Причем акценты будут делаться на альтернативные, непляжные виды отдыха и туризма.

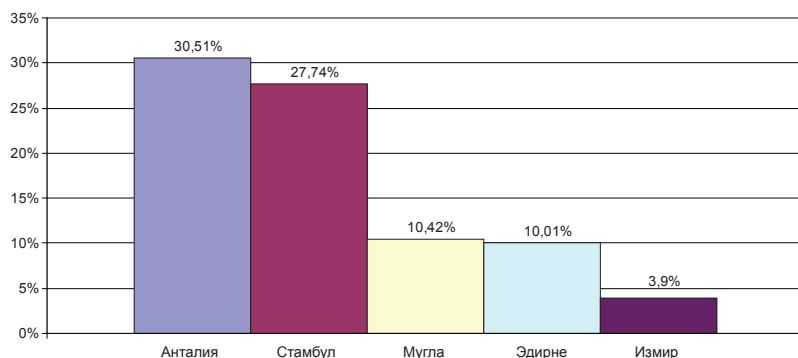
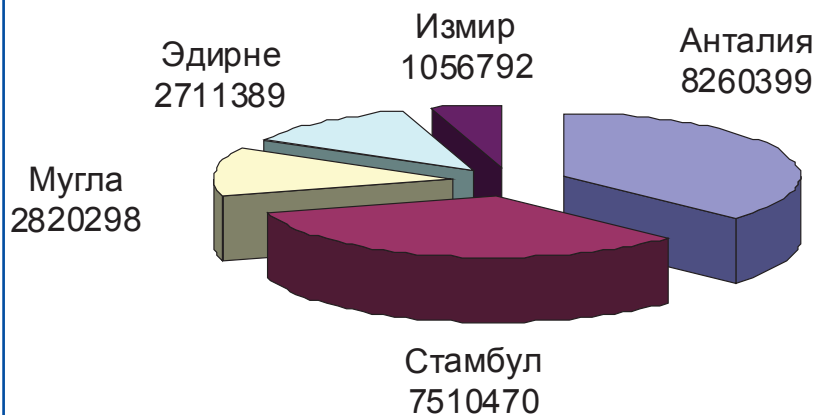
Турция: итоги-2009

Поток иностранных туристов в Турцию за 2009 г.



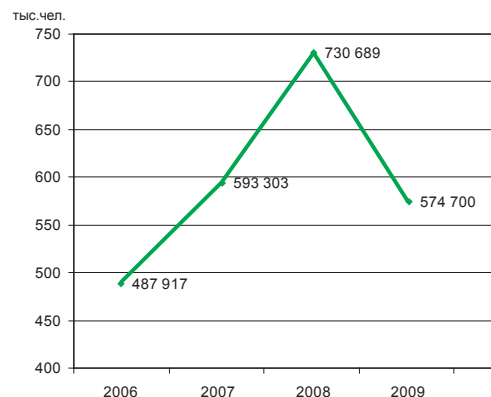
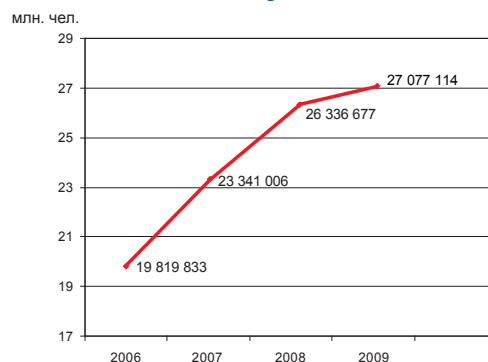
По итогам 2009 года, Турцию посетило около 574,7 тыс. украинцев, что на 21,35% меньше, чем в прошлом году, приближаясь к показателю 2007 года. Украина занимает 12-е место по количеству туристов, посетивших Турцию в 2009 г., уступая Греции.

Распределение потока иностранных туристов по регионам Турции:



Турпоток в Турцию 2006 - 2009 г.г.:

—♦— Общий турпоток
—◆— Количество туристов из Украины



КЕНИЯ В ОЖИДАНИИ УКРАИНЦЕВ

Юрий КРЫЖАНОВСКИЙ,
директор туристического
оператора «Travel online»

Африканский континент воистину огромен — здесь можно встретить практически все встречающиеся на Земле природные и климатические зоны (за исключением разве что приполярных). А разнообразие флоры, животного мира, а также своеобразие населяющих континент различных племен и народов, повергает в трепетное изумление даже самого опытного путешественника — настолько разнообразен и неповторим Черный континент.

Существует несколько регионов, типичных для Африки, и наиболее подходящих для того, чтобы начать (или продолжить) знакомство с этой частью света. Один из них — это зона Восточноафриканского разлома, на территории которого расположено несколько государств. В силу разных причин одной из самых удобных для туристов стран региона является Кения.

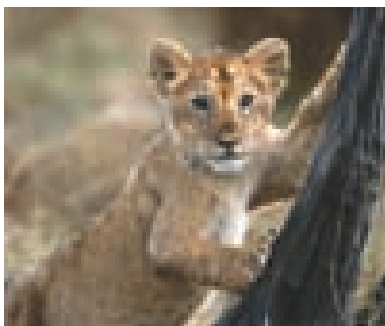
Популярность: от Запада на Восток Европы

Как и большинство африканских стран, Кения имеет колониальное прошлое. В начале 60-х годов прошлого века она получила от Великобритании независимость. Однако дальнейшая



Стоимость некоторых туристических услуг в Кении:

Название услуги	Мин. стоимость, USD	Временной промежуток	Примечание
Катер для рыбной ловли в океане	500-600	полдня	Вместимость до 6 чел.
Экскурсия в национальный парк «Озеро Найваши»	100		На 1 чел.
Тур на острова Манда, Ламу и Пате, в поселения Мамбруи, Малинди, Геди	80-150		На 1 чел.
Перелет Найроби – Момбаса – Найроби	260		Кенийские авиалинии
Перелет Масаи Мара – Момбаса	300-400		чартер
Тур Кения (6 дней) – Танзания (2 дня)	3400		2-местное размещение
Тур Кения (3 дня) – Танзания (4 дня)	3500		2-местное размещение



ее история была нетипичной для Африки — здесь ни разу не было кровавых войн и межэтнических конфликтов, власть не менялась в ходе военных переворотов, кенийцы не испытали на себе «прелести» жестоких диктатур. В общем, история этой страны представляет собой непрерывное развитие по восходящей.

Одной из главных составляющих национальной экономики Кении является туризм, основы которого зародились еще в колониальные времена. Вся туристическая инфраструктура Кении построена по британским стандартам, качество предоставляемых услуг полностью соответствует европейскому. Поэтому в кенийской «пятерке» турист встретит тот же уровень обслуживания, что и в Риме или Париже.

Неудивительно, что популярность Кении у европейских туристов очень высока. Практически у каждого уважающего себя европейского турагента есть несколько предложений для туристов. Очень популярна Кения в Великобритании, Франции, Германии, Испании, Италии. Меньше это направление популярно в Польше, Болгарии, Венгрии. Таким образом, популяризация Кении идет с запада на восток.



Сафари и не только

Конечно, Кения — страна буша и сафари, за этим в основном сюда и едут. Европейцев, как правило, привлекают те ландшафты, наблюдение за теми животными и птицами, которых

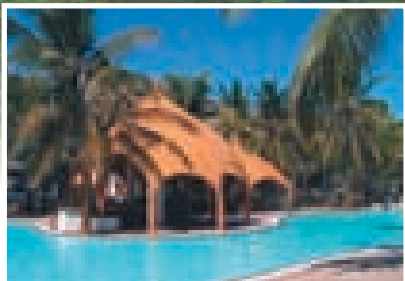
они не увидят у себя дома. Однако популярность Кении имеет еще одну причину — здесь практически круглый год хороший сезон для посещения. Ведь страна находится на экваторе и имеет великолепную береговую линию теплого



Отели в Кении: примеры цен и услуг

Название отеля	Категория (к-во звезд)	Место расположения	Пансион	Минимальная стоимость за ночь, USD
Safari Park Hotel & Casino	5	Найроби	ВВ	205
Stanley Sarova	5	Найроби	ВВ	244
Intercontinental	5	Найроби	ВВ	220
Panafric Sarova	4	Найроби	ВВ	172
Jacaranda Hotel Nairobi	4	Найроби	ВВ	195
Diani Reef Beach Resort and SPA	5	Момбаса	НВ	90
Jacaranda Indian Ocean Beach Resort	5	Момбаса	НВ	65
Leopard Beach Resort	5	Момбаса	НВ	95
Southern Pals Beach Resort	5	Момбаса	НВ	65

Примечание: В Кении действует закон о запрете табакокурения в общественных местах



Долететь до Кении из Киева можно несколькими способами:

Вылет	Пересадка	Прилет	Авиакомпания	Стоимость перелета
Киев 11.55	Стамбул 14.00 – 19.25	Найроби 3.05	Turkish Airlines	9300 грн.

Найроби 4.04 Стамбул 9.40 – 15.00 Киев 18.05

Вылет	Пересадка	Прилет	Авиакомпания	Стоимость перелета
Киев 17.45	Амстердам 19.50 – 20.40	Найроби 6.15	KLM	12000 грн.

Найроби 22.20 Амстердам 5.30 – 9.15 Киев 13.10

Киев 6.20	8.20 – 10.25	Найроби 19.25		
-----------	--------------	------------------	--	--

Найроби 22.20 Амстердам 5.30 – 13.05 Киев 16.25

Вылет	Пересадка	Прилет	Авиакомпания	Стоимость перелета
Киев 14.05	Франкфурт 15.45 – 23.30	Момбаса 9.05	MAY/Condor	14000 грн.

Момбаса 10.30 Франкфурт 18.20 – 22.05 Киев 1.30

Существуют и другие варианты перелетов из Украины в Кению, например, самолетами а/к Air Arabia через Шарджу, однако, на мой взгляд, тамошние стыковки гораздо менее удобны.

➔ Индийского океана. Поэтому в Кении также распространен пляжный отдых на побережье в районе Момбасы. Там хорошо развита инфраструктура отелей и развлечений для туристов.

Кроме сафари и пляжного отдыха, аттракцией для туристов является рыбалка в открытом океане, где с помощью инструктора каждый может поймать, например, рыбу-парус или даже акулу.

Следующая туристическая аттракция в Кении — это посещение многочисленных национальных парков, заповедников, а также знакомство с бытом местных жителей, наиболее известными из которых являются масаи.

Наконец, на прибрежных островах сохранились исторические памятники XIII — XVII веков, куда сегодня тоже совершаются экскур-

Pummy SINGH - управляющий директор компании WildTrek Safaries, Кения:

Из Украины туристы ездят в Кению давно. На моей памяти лет 15 точно! Но это всегда были единичные случаи самых смелых любителей экстремального отдыха на фоне только появляющейся Турции, Египта, Болгарии... Конечно, стоимость такой поездки на то время была намного выше сегодняшней.

Среднее количество посещающих Кению украинских туристов составляет 50-80 человек в месяц. В то же время из России к нам приезжает около 4000 туристов в месяц. Не сомневаюсь, что при построении правильного марке-

тинга и промотирования кенийского направления среди агентств эти показатели стабильно будут расти. Собственно, этот рост наблюдается уже сегодня.

После того, как туристы узнали, что курорты Кении являются открытыми для пляжного отдыха и сафари весь год, да и цены на предоставляемые услуги стали намного доступней, это направление представляется перспективным, и в дальнейшем станет одним из лидеров продаж по Африке из Украины. К тому же стоимость перелета по сравнению с недавним прошлым снизилась чуть ли не вдвое.

сии. Таким образом, Кения — это весьма многоликая страна, где каждый турист сможет получить удовольствие от разнообразных программ, предложенных оператором или агентом.

Точка отправления для комплексных туров

Либеральный визовый режим для граждан Украины (виза оформляется в аэропорту по прилете и стоит \$25) является не только предпосылкой для возрастания турпотоков из Украины, но и для формирования туроператорами комплексных туров. Например, Кения — Танзания: виза оформляется при пересечении границы, стоит \$50, при этом турист может посетить о. Занзибар, взойти на гору Килиманджаро или наблюдать за великим се-



зонным переселением животных (май — июнь). В соседней Уганде туристы могут наблюдать в природе горилл. На мой взгляд, у оператора или агента пакет предложений по Кении будет неполным без совмещенных туров в соседние с Кенией страны.

Я считаю, что программ как, собственно, по Кении, так и комплексных, у активных агентов должно быть много. Для успеха продаж важно, чтобы менеджеры по продаже таких экзотических туров бывали хотя бы раз в два года в странах, которые они продают туристам. Это один из стимулов для мотивации менеджера. **УТ**

ГРУППОВЫЕ И ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ТУРЫ В АФРИКУ
СЧИТАЙТЕ УВИДЕТЬ ВЕЛИКУЮ МИГРАЦИЮ ЖИВОТНЫХ
ЭТО ЗАПОМНИТСЯ НАВСЕГДА!

Тур в Кению, сафари 4 дня и отдых на берегу Индийского океана 6 дней:
 1 504 долларов США, включая полное питание, трансферы, внутренний перелет

Тур в Танзанию, сафари 4 дня и Индийский океан 6 дней:
 1 415 долларов США, включая полное питание, проживание, трансферы

Тур в ЮАР и Зимбабве, Сан Сити 2 ночи, Кейп Таун 3 ночи, Виктория Фоллс 2 ночи:
 1 600 долларов США, включая все экскурсии, трансферы, проживание

Полный перечень программ на сайте
 в Афишах туров. Вы можете заказать на сайте сайт
www.travelonlinecompany.com

Travel Online

Киев, ул. Саксаганского, 26/28
 Тел./факс: 044 248 74 42
 e-mail: Yana@travelonlinecompany.com
 skype: kiev-dneps

Остров, БЛАГОСЛОВЛЕННЫЙ АФРОДИТОЙ

Таисия УСЕНКО

Кипр — европейский остров в Западной Азии. Интересная история, множество достопримечательностей, мягкий климат и прекрасные пляжи, окруженные горами — все это делает Кипр необычайно привлекательным для туристов со всего мира. На Кипре 330 солнечных дней в году. Многие пляжи Южного Кипра награждены Голубым флагом ЮНЕСКО за экологическую чистоту и инфраструктуру. К услугам любителей горнолыжного отдыха — божественная гора Олимп, укрытая снегом с января по апрель. К услугам туристов дайвинг, рыбалка, полеты на маленьком самолете и пр. Радуют кипрские СПА-центры.

Географическая близость к ряду средиземноморских стран позволяет проводить для туристов морские круизы в Египет, Израиль, или на остров Родос.

Широкий выбор курортов на любой вкус, экскурсий и развлечений, высокий уровень обслуживания в отелях, чистота воды, прекрасные дороги и гостеприимные местные жители — все это к услугам туристов на Кипре.



СТАНЕТ ЛИ КИПР МАССОВЫМ
ТУРИСТИЧЕСКИМ НАПРАВЛЕНИЕМ
ДЛЯ ГРАЖДАН УКРАИНЫ?

Отели

На Кипре представлены отели всех уровней. Все, кто отдыхал на Кипре, отмечают, что отели здесь действительно хороши. Даже «двушки» очень комфортабельные с работающим кондиционером. Существенное отличие от отелей — высокой

«звездности» только в меньших размерах номера.

Как правило, питание в отелях — завтраки. В 2* — континентальные, а в заведениях 3*-5* — «шведский стол». Всё больше отелей предлагают размещение на условиях полупансиона с возможностью выбирать обед или ужин. «All inclusive» на Кипре не популярно. Лишь в последнее время таких отелей стало больше. Хотя знатоки и не рекомендуют прибегать к такой услуге, поскольку питание в отеле достаточно однообразное. И

гораздо интереснее побродить по кафе и ресторанам города и понаблюдать за жизнью с местной кухней. В апартаментах и «двушках» анимации нет. Практически все 5-, 4х- и некоторые 3-звёздные отели предлагают анимацию в том или ином виде — игры с детьми, организацию спортивных игр, вечерние программы типа «кипрской ночи» и т.д. Во многих отелях вечерами играет живая музыка.

В последние годы на Кипре интенсивно развивается талассотерапия, и при ряде пятизвёздных отелей Лимассола и Пафоса открыты SPA-центры.

Four Seasons 5* (Лимассол) — один из самых первых SPA-центров на острове, пользующийся заслуженным признанием. Популярны у любителей СПА так же St. Raphael 5*, Miramare 4* (Лимассол), Adams Beach 4*+ (Айя-Напа), Intercontinental Aphrodite Hills Resort 5* и Annabelle 5* (Пафос).

СПА-центры предлагают своим посетителям широкий выбор процедур по уходу за лицом и телом, включая обертывания водорослями и грязями, массажи, рефлексотерапию, «шиатцу» и ароматерапию.

Le Meridien SPA & Resort 5* (Лимассол), площадью в 3000м² — лучший в Восточном Средиземноморье центр талассотерапии. Здесь можно заказать пакет процедур продолжительностью от двух до 7 дней или подобрать индивидуальную программу.

Цены на туры в отель Le Meridien 5* на одного человека: 3 ночи — от 1098 евро; 7 ночей — от 1566 евро; 9 ночей — от 2086 евро; 11 ночей — от 2364 евро; 14 ночей — от 2838 евро.

Сервис и обслуживание в кипрских отелях заслуживают высочайшей оценки. Но отдых на Кипре — удовольствие не из дешёвых. Стоимость недельного тура на Кипр от 1100 евро на человека за две-три звезды. Пятизвёздочный может стоить от 1500 евро и до бесконечности. Прямой перелет Киев-Ларнака



обойдется от 550 евро. Перелет через Прагу — от 330 евро.

Хотя «горящий тур» можно приобрести по ценам 300-500 евро на человека за «двушку»; 350-700 евро на человека в отеле 3*; 400-900 евро — за 4*; в отеле 5* — 550-1300 евро на человека. СПА-услуги в стоимость тура не включаются.

Экскурсии

Средняя цена экскурсии — 35 евро на человека. Полёты на самолёте над Кипром и в Иорданию — от 250 евро. Безвизовые круизы в Египет, Сирию и Ливан — около 130 евро.

Пакет, состоящий из четырех экскурсий, обойдется 150 евро

у турпредставителя и 30 евро в местном экскурсионном бюро — почувствуйте разницу!

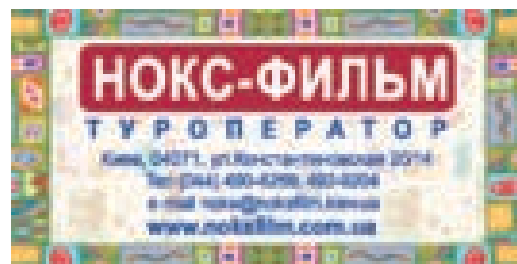
Транспорт

На Кипре довольно легко взять автомобиль напрокат — во всех городах и на курортах достаточно фирм, занимающихся сдачей автомобилей в аренду. При аренде автомобилей гражданам Украины прав международного образца не требуется. Водитель должен быть не моложе 25 лет и не старше 70-ти и иметь водительское удостоверение. В центрах городов возможны проблемы с парковкой и пробки. Некоторые предпочитают избегать подобных проблем, арендуют мопед — данная услуга предлагается почти во всех туристических центрах. Если говорить об общественном транспорте, то можно выбрать такси, «маршрутку» или автобус. Проезд в общественном транспорте обойдется в 1 евро.

Шоппинг

Кипр не является центром массового шоппинга. Здесь делают покупки «для себя». С Кипра везут кружева и серебро ручной работы, картины, изделия из кожи, дорогие ювелирные украшения оригинального дизайна, шубы. Популярны кипрские вина и ликёры. Особой любовью пользуется сладкое десертное вино «Коммандария».

Эксклюзивным подарком могут стать изделия с левкарской вышивкой.



→ Кипр Турции не конкурент!

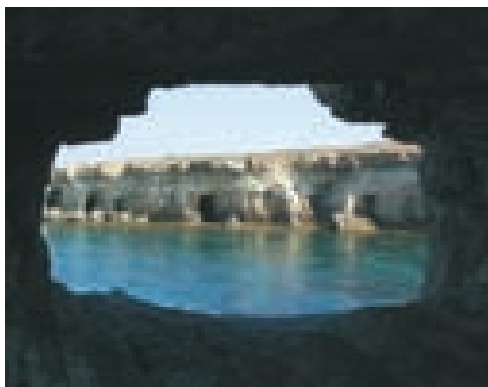
Что касается туристического потока из Украины, то здесь ситуация сложная и неоднозначная. Есть несколько аспектов, мешающих занять Кипру лидирующие позиции в выездных турпотоках из Украины.

В конце 90-х — начале 2000-х, выездной туризм в Украине начал активно развиваться. Кипр в силу своей открытости был очень привлекателен для «новых украинцев». В 2003 году Кипр посетили 15000 украинцев. После вступления в Евросоюз в 2004 году турпоток сократился на 30%. Это связано, во-первых, с усложнением процедуры оформления виз, во-вторых — с ростом цен. А присоединение Кипра к зоне евро еще больше усугубило ситуацию.

Тем временем с достаточно агрессивной маркетинговой программой на наш рынок вошли Турция, Египет и ОАЭ. Теперь, чтобы достичь позиций фаворитов, от Кипра требуются большие вложения в рекламную и информационную кампанию и грамотная маркетинговая политика. Мы задали вопрос нескольким туристическим агентствам, является ли для них Кипр приоритетным направлением? В ответ большинство из представителей туркомпаний ответили, что менеджеры стараются больше продавать те страны, в которых побывали сами, т.е. Турцию, Египет и Эмираты — в таком случае они могут предметно ответить на вопросы клиента, дать рекомендации.

Кроме того, при выборе турпоездки многие ориентируются на рекомендации родственников или друзей. А так как Турция и Египет являются самыми

посещаемыми странами, то и советуют туристы друг другу опять же эти направления. Получается, что теперь эти страны стали продуктом, который продает сам себя. Что же касается Кипра, то несмотря на то, что фам-трипы на остров стоят достаточно недорого, почему-то это не является аргументом, чтобы отправить менеджеров на знакомство с островом. Турфирмы предпочитают потратить деньги на посещение новых курортов на массовых направлениях, например, в той же Турции.



С другой стороны, платежеспособные клиенты предпочитают дорогостоящие экзотические страны, а если хочется получить европейский сервис, то, как правило, выбирают традиционные туристические направления: Франция, Италия, Испания, Великобритания, Швейцария. Европа предлагает широкий спектр климатических зон (от теплых пляжей южной Испании до укрытых снегом Альп), прекрасные СПА курорты и интереснейшие туристические маршруты. А Кипр предлагает все то же, что Египет и Турция (морское побережье, мягкий климат, экскурсии), но значи-

тельно дороже. По ценам в евро. А теперь, когда при въезде на Кипр придется оформлять шенгенскую визу — нетрудно предположить, как это скажется на популярности этого направления.

Лес рубят — щепки летят

В начале 2009 года Международный Валютный Фонд утверждал, что Кипр защищен от кризиса. Прежде всего, своей низкой опорой на экспорт, а также разумной налоговой политикой, принятием евро, а также эластичным кредитно-финансовым сектором. Однако этого оказалось недостаточно для поддержки экономического роста в 2009 году, т.к. мировой финансовый кризис негативно повлиял на ключевые страны-партнеры Кипра — Великобританию, Грецию и Россию.

Туризм и строительство — две основные составляющие доходов бюджета Кипра. Сектор услуг приносит Кипру 79% дохода к ВВП и в нем работает 71% трудоспособного населения страны. За четыре докризисных года прирост турпотока в Кипр составил 30%, а рост поступлений от туристической отрасли составил 40%.

В 2009 году количество туристов уменьшилось на 10,8% и составило 883002 человек в первой половине года. Сокращение объемов туризма и строительства на Кипре, соответственно, привело к повышению уровня безработицы в стране, которая достигла 4,6% в первом квартале 2009 года. Хотя следует отметить — Кипр до сих пор имеет самые низкие показатели безработицы в странах ЕС.

Чтобы минимизировать потери от кризиса, правительство намерено поддерживать туристическую отрасль. В качестве одной из мер поддержки рассматривается более активная реклама острова за рубежом. Кроме того, Ассоциация

гостиниц на Кипре в этом году приняла решение на 10% снизить цены на свои услуги.

Кроме того, кипрская сторона выразила намерение договориться об упрощенном визовом режиме с Украиной, а также открывает посольство в Киеве для максимального содействия поездкам граждан. Еще одна attraction для русско-язычных туристов и инвесторов появилась 25 февраля: в этот день на Кипре начал трансляцию первый русскоязычный круглосуточный канал RTСУ с бесплатным спутниковым каналом-приложением для туристов Cyprus Travel Guide TV.

На наш взгляд, для привлечения туристического потока из Украины, Кипр нужно позиционировать именно как VIP-направление, делая акцент на качественный сервис и высокий уровень отелей, т.к. с демократичной политикой Турции и Египта в низком и среднем ценовом диапазоне Кипр тягаться не сможет. Особенно на фоне нового витка рекламных проявлений Турции в украинском медиа-пространстве.

Города и курорты

На Южном Кипре самыми крупными курортами являются Ларнака, Пафос, Лимасол, Айя-

Напа, Протарас. На Северном — Фамагуста и Кирения.

Город Никосия (Левкосия) — столица и крупнейший город Кипра. Здесь можно увидеть крепости крестоносцев, вырубленные в утесах греко-римские амфитеатры, византийские монастыри и каменные бастионы. Второй по величине город Кипра — морской порт Лимасол, основанный в византийские времена.

Популярным местом отдыха является Ларнака, название которой происходит от греческого «ларнакс» (гроб). Именно здесь похоронен саркофаг Святого Лазаря. Летом — это прекрасный курортный город, а зимой на Соленое озеро ➔

Виктория СВЕЖИНЕЦ, директор по маркетингу и PR, компания MIBS TRAVEL:

Среди всех курортов Кипра, украинский турист предпочитает Айя-Напу — за хорошие чистые пляжи, веселую атмосферу, которая царит на этом курорте. Лимасол — по кипрским меркам, второй город по величине после столицы, там есть где развернуться. Каждый там может найти занятие по вкусу: и поля для гольфа, и отличный шоппинг, и морские круизы. Здесь сосредоточено огромное количество всевозможных ресторанов, ночных клубов, проводятся ежегодные винные фестивали... Ну и, конечно же, красивый и гламурный Пафос.

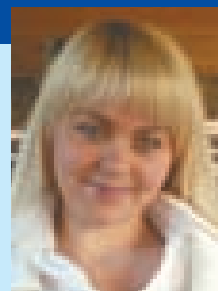
Что касается тенденций, то увеличилась посещаемость спа-центров, а к экскурсиям по Кипру интерес немного снизился. Тем не менее, на Кипре можно выделить 3-4 экскурсии, которые стоит рекомендовать туристам. В первую очередь, это район Пафоса, место рождения Афродиты, горный Кипр со своими монастырями и памятниками архитектуры. Очень увлекательны морские экскурсии, они несут больше развлекательный характер. Но все же Кипр — это в основном солнце, море...и релакс. Шоппинг и активный отдых остаются очень популярными. Но при этом значительно выросло количество туристов, предпочитающих спокойный уединенный отдых в бархатный сезон.

Одно из преимуществ Кипра перед массовыми направлениями — мягкий здоровый климат острова в Средиземном море. Второе — безопасность и отсутствие криминала, как такового. И, конечно же, здоро-

вая кухня, ненавязчивый сервис, как в отелях, так и повсеместно.

К сожалению, рекламная компания, проводимая правительственными учреждениями Кипра, не столь насыщенная и активна в плане донесения информации до потенциальных клиентов прелестей отдыха именно на этом курорте. В результате у туристов не сформировано четкое понимание, почему необходимо предпочесть отдых на Кипре какому-либо другому курорту, например, Турции в летний период.

Да и некоторые специфические, отечественные проблемы, не способствуют тому, чтобы Кипр стал массовым для украинцев направлением. Так, количество платежеспособных украинцев, которые могут позволить себе отдых на Кипре, в последнее время снизилось, а цены на услуги инфраструктуры на и так совсем недешевом Кипре — наоборот, выросли. То же самое касается и авиабилетов: количество рейсов на остров увеличилось, но стоимость перелета существенно не снижалась. Это нужно делать для того, чтобы помочь туроператорам обеспечить большие турпотоки в направлении Кипра, а также увеличить загрузку самолетов. Мешает, разумеется, и отсутствие грамотной рекламной кампании направления. Тем не менее, Кипр в компании MIBS TRAVEL занимает непоколебимое место на небосклоне летних курортов.



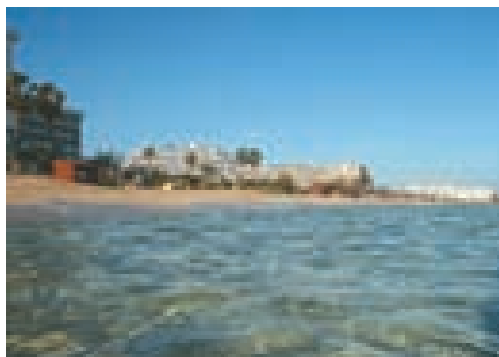
→ близ Ларнаки прилетают стаи розовых фламинго. Исторические памятники Ларнаки внесены в список «Сокровищ мировой цивилизации».

Из курортов Южного Кипра наиболее популярным является Айя-Напа — центр клубной жизни, ориентированный в основном на молодёжь. По популярности Айя-Напа может конкурировать с Ибицей. Для семейного отдыха хорош Пафос и Протарас.

Город Пафос позиционируется как курорт для семейного отдыха. По легенде, в этом месте родилась из морской пены богиня любви и красоты Афродита. В городе имеет смысл посмотреть катакомбы Соломона, гробницы королей и другие памятники, входящие в список всемирного культурного наследия ЮНЕСКО.

Два Кипра — греческий и турецкий

Согласно юрисдикции Республики Кипр легальным считается путь прибытия на остров через аэропорты Пафос или Ларнака, либо морские порты Ларнака или Лимасол.



Легальный путь прибытия на северный Кипр, согласно юрисдикции Турецкой Республики Северного Кипра, — через Турцию и порты Северного Кипра.

Турецкий сектор обозначается на картах Республики Кипр, как «территория, недоступная в связи с турецкой оккупацией». Турецкая Республика Северного Кипра признана только Турцией.

Движение между двумя частями острова свободное, при наличии визы Республики Кипр. Виза частично признанной Турецкой Республики Северного Кипра выдаётся при въезде. Действие страховок может не распространяться на турецкую территорию.

Городские кварталы Никосии к северу от центра города контролируются Турецкой Республикой Северного Кипра. В отношениях между двумя общинами сохраняется определённая напряжённость. При общении с греками-киприотами не рекомендуется упоминать о турецкой оккупации северной части острова.

Основной достопримечательностью на севере острова является Фамагуста со средневековой Башней Отелло, и «городом-призраком» кварталом Вароша.

Фамагуста в период единого Кипра была важным торговым центром. Грузооборот порта составлял 1,5 млн. тонн в 1973 г. Через город проходило до 83% грузового трафика острова и 49% пассажирского (1973). С населением 7% от населения всего острова, Фамагуста в 1974 г. обеспечивала до 10% промышленности страны. Город также был одним из самых известных в мире центров развлечений и туризма. Самые современные здания строились в Вароше.

В 1974 году турки оккупировали Варошу, и киприоты вынуждены были покинуть свои обжитые дома. Город объявлен «запретной зоной» и обнесен колючей проволокой. Фотографировать погранзону между греческим и турецким секторами, военнослужащих и военные объекты запрещается.

При возвращении с северной части острова может быть проведён таможенный досмотр. Поскольку цены на турецкой территории существенно ниже, ввоз товаров из неё ограничивается.

Республика Кипр может отказать во въезде лицам, имеющим в паспорте штамп о посещении Республики Македония. Этот факт связан со спором этого государства с Грецией по поводу своего названия.

Оксана ЛИТОВКИНА, генеральный директор ТК «Оксана Тур»:

Кипр — это совершенно отличное от Турции или Египта направление. Несмотря на географическое положение, Кипр — это европейская страна с соответствующим менталитетом граждан, сервисом и, конечно, ценами. При этом Кипр может предложить туристу отдых на любой бюджет и вкус. Если это эконом-пакет, или средний уровень отеля, то качество отдыха не ухудшится. Для взыскательного и требовательного украинского туриста это очень важно. А VIP-предложения на Кипре востребованы всегда, даже в периоды кризисов, которые, разумеется, отражаются на общем турпотоке на остров.

На мой взгляд, при всех преимуществах отдыха на Кипре (безопасность, короткий перелет, относительно либеральный визовый режим, высокий уровень инфраструктуры, дружелюбие местного населения к туристам) проблемой №1 является дороговизна авиаперелета и отсутствие его альтернатив. Вне всякого сомнения, это ощутимо сдерживает турпотоки на остров.



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

УКРАЇНСЬКИЙ ТУРИЗМ 2010 №2

Ліцензія ДТАУ АВ №157885 від 28.09.2006



Большой туристический потенциал маленькой Словении



НЕСМОТЯ НА ТО, ЧТО СЛОВЕНИЯ ЗАНИМАЕТ НЕБОЛЬШУЮ ПЛОЩАДЬ, ТУРИСТАМ ЗДЕСЬ СКУЧАТЬ НЕ ПРИХОДИТСЯ. ЭТОМУ СПОСОБСТВУЕТ ВЫГОДНОЕ РАСПОЛОЖЕНИЕ В ЦЕНТРЕ ЕВРОПЫ, НА ПЕРЕСЕЧЕНИИ НЕСКОЛЬКИХ КЛИМАТИЧЕСКИХ ЗОН И В СФЕРЕ ВЛИЯНИЯ МНОГИХ КУЛЬТУР И ЦИВИЛИЗАЦИЙ. В ИНТЕРВЬЮ НАШЕМУ ЖУРНАЛУ КОНСУЛ РЕСПУБЛИКИ СЛОВЕНИЯ БОРИС ГОЛЕ РАССКАЗАЛ О ТУРИСТИЧЕСКИХ ВОЗМОЖНОСТЯХ СВОЕЙ СТРАНЫ И СПОСОБАХ ИХ ПРОДВИЖЕНИЯ В УКРАИНЕ.

— Господин Голе, насколько перспективным Вы считаете рынок туризма Украины для Словении как туристического направления?

Украинский рынок является важным и перспективным для Словении. Именно поэтому Словенская туристическая организация уделяет ему большое внимание. Украина — большая страна и ее граждане любят путешествовать так же, как и словенцы.

Не следует забывать об экономическом сотрудничестве, кото-

рое также успешно развивается. Кроме крупных компаний, таких как КРКА, Горенье, Искрател, Гелиос, Этол, украинский рынок всё активнее осваивают малые и средние предприятия Словении. Все это оказывает позитивное влияние на туризм, поскольку каждая деловая поездка является одновременно туристической. Мы очень гордимся нашей страной и с удовольствием показываем красоту нашей природы иностранцам. Также мы рады, что иностранцы ценят и любят нашу национальную кухню и вина.

В связи с мировым экономическим кризисом в 2009 году количество туристов уменьшилось, но уже сейчас ситуация улучшается. В январе и феврале этого года мы выдали на 20% больше виз, чем в эти же месяцы прошлого года. В то же время, уменьшение туристических поездок в Словению способствовало усилению конкуренции между туроператорами и тем самым улучшению качества предложения.

Хотел бы также отметить, что существует регулярный авиамаршрут Киев-Любляна, открытый компаниями Adria Airways и МАУ с 2007 года. В зимнем расписании есть три постоянных рейса: каждые вторник, четверг, воскресенье, в летнем расписании прибавляется ещё один рейс, отправляющийся по пятницам. Полет длится всего два часа, а уже через три часа украинский турист из Киева может оказаться на альпийских озёрах Блед и Бохинь, или на лыжных курортах в Краньской Горе, на Крвавцу, Рогле, Похорье. А через четыре часа — на лыжном курорте Канин или на Адриатическом побережье в Портороже, Пиране, Изоле, Копре, Савударии.

Словения — маленькая и очень многоликая страна с прекрасными старинными городами. Все богатство ее маршрутов мы стараемся



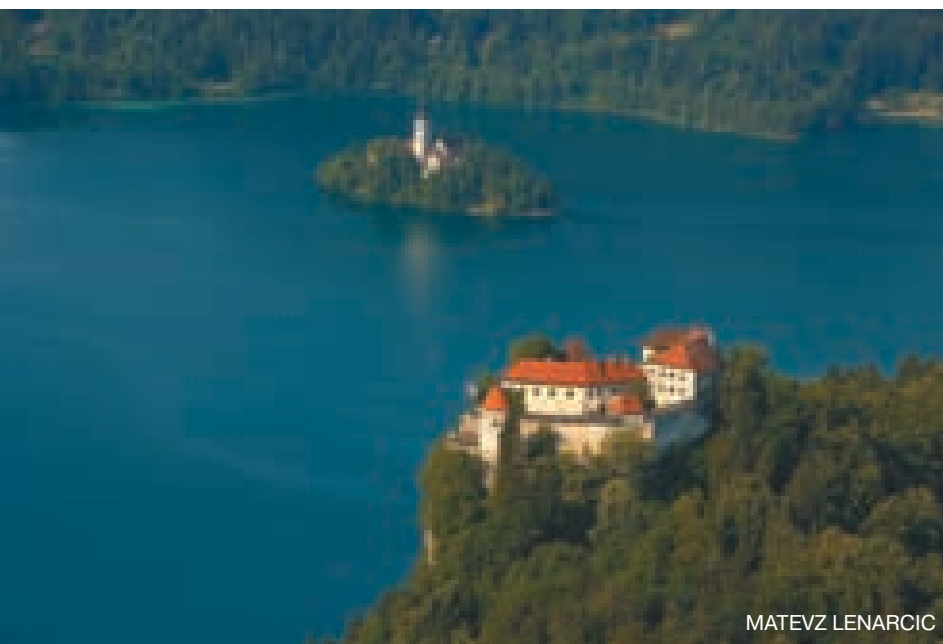
MATEVZ LENARCIC

качественно представить как на туристических ярмарках и через туристические агентства, так и в приемной нашего посольства.

— Развитию каких направлений и туристических продуктов Словении, на Ваш взгляд, следует уделить внимание в Украине прежде всего?

Росту и развитию этого рынка при существовании маршрута Киев-Любляна будет способствовать, прежде всего, систематическая реклама словенского туристического предложения. Думаю, что в первую очередь нам нужно развивать оздоровительный и wellness продукт. Словения — страна тёплых и целебных источников. Украинцы уже хорошо знают курорты Рогашка Слатина, Раденци, Чатеж, Доленске топице, Порторож и многие другие. Некоторые лечебные курорты находятся возле лыжных трасс. Так, например, на одном из них — Зрече можно искупаться в термальном источнике, а через 15 минут уже спускаться на лыжах по отличной трассе Рогла.

Еще один продукт, который следует продвигать — летние каникулы на словенском побережье Адриатического моря. Не менее интересны экскурсии в Постойнску Яму и Шкоцианские пещеры, которые являются частью мирового природного наследия и находятся под защитой ЮНЕСКО. Необходимо лучше представить нашу столицу Любляну и другие исторические города, а так же традиционные мероприятия. Например, в самом старом словенском городе Птуй и Птуйском маскараде, проходящем во время масленицы и традиционно связанном с



MATEVZ LENARCIC

изгнанием зимы. Такие маскарады проводятся и в других городах нашей небольшой страны. Думаю, что мы, словенцы, так же как и украинцы, очень привязаны к культурным традициям наших предков.

Словения — маленькое государство, находящееся на пересечении Альп, Средиземноморья, Панонской равнины и Динарского плоскогорья. Поэтому ее кухня очень разнообразна. Влияние традиций стран, граничащих со Словенией, дало многообразие вкусов, облагораживающихся отличными словенскими винами, которые очень ценят украинские туристы.

Я иногда шучу, что можно быстрее проехать Словению на велосипеде, чем Украину на автомобиле. Но это является и преимуществом, ведь мы можем предложить туристам экскурсии в Венецию, Милан или в Вену. Это дает простор для формирования шопинг-туров, которые придется по душе прекрасному

полу. Поскольку Словения входит в Шенгенскую зону, путешествие с шенгенской визой будет лёгким и приятным.

— Какие действия предпринимаются посольством Словении для продвижения туристических возможностей страны на украинском туристическом рынке?

Участие в туристических выставках и других мероприятиях, а также сотрудничество с украинскими турфирмами являются частью программы по продвижению туристического продукта Словении в Украине. В этом году мы участвуем в ярмарке UITT в Киеве, а в октябре планируем провести воркшоп для украинских компаний.

Очень важно представление Словении как интересной, приятной и доброжелательной страны на мероприятиях в разных регионах Украины, при участии почетных консульств Республики Словения. Например, в Харькове в прошлом году был организован вечер кулинарии государств, ➔

→ имеющих консульства в этом городе. Мы презентовали наши национальные блюда и, конечно же, словенские вина и грушевую настойку вильямовку.

На этнофестивале «Печенежское поле» был представлен Горенский регион с озёрами Блед и Бохинь, курорт Краньска Гора, а также возможности горнолыжного туризма и отдыха у альпийских рек.

Полагаю, что важна также прозрачность визовой процедуры в нашем Посольстве. На сегодняшний день для граждан Украины всё ещё существует необходимость оформлять визы в Словению, и мы трудимся, чтобы отношение наших сотрудников к посетителям было профессиональным, а значит — доброжелательным и уважительным. Я рад, что у нас нет жалоб и украинцы ценят нашу работу.

— Каких показателей планируете достичь на украинском туристическом рынке в наступившем году?

В 2010 году наша цель — достичь 5% роста туристического потока из Украины. Должен ска-

зать, что его падение в 2009 году составило 25%. Это означает, что Словению посетило на 3000 украинских туристов меньше, чем в 2008 году.

— Ведется ли сотрудничество с украинскими туроператорами и турагентами и в каком разрезе?

Конечно же, без сотрудничества с украинскими туристическими фирмами мы не добьемся успеха. Главная наша задача — предоставление информации и помощь при установлении деловых контактов со словенскими туристическими организациями.

В Словении несколько туристических фирм специализируются на украинском рынке. Все они получили разрешение на аккредитацию своих деловых партнёров в нашем Посольстве.

— Расскажите, пожалуйста, о политике посольства Словении в Украине относительно предоставления аккредитации украинским турфирмам.

Мы доброжелательно относимся к аккредитации украинских туристических агентств.

Этот процесс начался в 2005 году. Сегодня аккредитовано 14 украинских туристических фирм. Сотрудничество с ними развивается очень динамично. Важно, что как словенские, так и украинские компании пользуются у нас доверием, поскольку у них многолетний опыт работы, развита своя бизнес-сеть и профессиональные сотрудники.

Конечно же, важно соблюдать формальные условия, связанные с получением туристической лицензии. Эта процедура начинается в Словении, когда словенская турфирма получает разрешение на аккредитацию своих партнёров. Второй этап — проверка украинских туристических агентств. Третий — собеседование с директором и ознакомление с условиями сотрудничества. Личное знакомство с руководителем турфирмы и непосредственная коммуникация с ее сотрудниками очень важны в этом процессе. Таким образом, нам удастся поддерживать доверительные отношения с партнерами в Украине, что приносит пользу как украинским гостям, так и словенскому туризму.

Беседа велась
Наталья ПАРУБОЧА

Туристичні подорожі Вашої мрії

Aquavita
Lufthansa
City Center

Travel. So close.

- відпочинок на кращих морських та гірськолижних курортах;
- екскурсійні тури;
- подорожі в екзотичні країни;
- лікування в санаторіях та оздоровницях України;
- оздоровчі програми в відомих СПА-центрах Європи та світу;
- круїзи на комфортабельних річкових та морських теплоходах.



Aquavita
Lufthansa City Center
AB №329211 від 05.04.07

Одеса, 65026, Україна, вул. Пушкінська, 11, офіс 27
тел.: +380 (48) 738-44-88, факс: +380 (48) 738-47-29 lcc@aqua.com.ua
Сімферополь, 95000, Україна, вул. Толстого, 24-А, офіс 1
тел.: +380 (65) 251-09-79, факс: +380 (65) 251-15-07, simf@aqua.com.ua

Aquavita-Tour
Lufthansa City Center
AB №329502 від 07.05.07

Київ, 01034, Україна, вул. Пушкінська, 11а, офіс 1
тел: +380 (44) 494-09-90, факс: +380 (44) 498-47-90, kiev@aqua.com.ua

www.lcc.e-ticket.com.ua

Новое качество Адриатики: надежнее, профессиональнее, доступнее



Черты массовости региона

В последние годы все больше украинских туристов отправляются отдыхать на курорты Балканских стран, расположенные, в первую очередь, на Адриатическом море. Благоприятное сочетание различных ценовых и политических факторов привело к тому, что туристические потоки в направлении Адриатического моря стали сравнимыми с турпотоками массовых направлений.

Такими факторами, на мой взгляд, являются:

- Естественная привлекательность республик бывшей Югославии;
- Благоприятная культурная среда и славянский менталитет жителей;
- Невысокие цены на услуги инфраструктурных объектов;
- Относительная близость Адриатического моря и прибрежных стран к Украине;
- Введение большинством из этих стран безвизового режима для граждан нашей страны.

Таким образом, само Адриатическое направление приобрело черты массовости.

Но ни одно туристическое направление не может существовать длительное время в неизменном виде — залогом успеха туристических компаний является постоянное его развитие и обновление. Именно для этого на украинский рынок туристических услуг выходит команда профессионалов, объединившихся в компании «Адриа Хит Групп».

Команда профессионалов

От любой другой новой компании, выходящей на рынок, мы отличаемся тем, что «Адриа Хит Групп» состоит из команды профессионалов, в течение долгих лет работающей именно по Адриатическому направлению. Нам удалось сформировать коллектив, совместными усилиями членов которого в такие страны Адриатического региона, как Хорватия, Словения и Черногория, отправлялось до 40% туристов. А объеди-

*Владимир ШВЕЦ, директор
туристической компании
«Адриа Хит Групп»*

нение усилий по этому направлению в одной команде дает нам возможность применять в формировании туристического продукта новые, более эффективные и четкие подходы, в результате повышая его качество и расширяя географию.

Более того, инициатором создания «Адриа Хит Групп» является словенская туристическая компания «Adrija Hit d.o.o.» С украинской же стороны данная фирма входит в структуру Biz TV, развитие туристического проекта которой курирует лично Дмитрий Костюк.

Географические «фишки» Адриатического региона

Начиная с этого сезона, мы запускаем на рынок предложения по отдыху в Албании, при этом продолжая работать с уже традиционными и массовыми для украинских туристов направлениями: Словения, Хорватия и Черногория. Албания,

еще неизведанная украинцами страна, вводит с 1 мая для наших граждан безвизовый режим, который будет действовать в течение туристического сезона. Своеобразие и привлекательность этой страны, ее самобытная культура, с одной стороны, и достаточный уровень развития туристической инфраструктуры — с другой, позволяют сформировать вполне конкурентно-способный на рынке турпродукт, который, не сомневаюсь, заинтересует большое количество украинских граждан.

Кроме Албании, наша компания выводит на рынок и другие новинки, например, альпийские озера Словении (Блед) и Австрии (Каринтия), а также комплексные туры в страны Адриатического региона, такие, как Хорватия — Черногория, Хорватия — Словения, Словения — Австрия, Словения — Италия. Все эти туры (кроме Словения — Австрия, который представляет собой озерный вариант) предполагают отдых на побережье Адриатики. Одной из привлекательных черт нашего продукта является возможность формирования туров из любой стартовой точки.

Туроператор полного цикла

Новый подход к формированию турпродукта заключается, в частности, в том, что все услуги, составляющие туристический продукт, приобретаются нами из первых рук, без участия посредников. Так, мы наладили партнерские отношения с большим количеством отелей в странах Адриатического региона, и имеем возможность заказывать транспортные, экскурсионные и другие туристические услуги непосредственно у тех компаний, которые занимаются такими

видами деятельности. Благодаря исключению из цепочки большинства посредников, наш продукт становится дешевле, чем у конкурентов.

Многолетний опыт и надежные партнерские отношения позволяют нам выбирать самые высококачественные из предложений, существующих на рынке. Например, если это отель, то самый лучший из множества отелей данной категории, если это автоперевозчик, то такой, у которого автобусы оборудованы максимальным количеством удобств для пассажира, если это экскурсовод — то наиболее квалифицированный и хорошо знающий русский язык. Таким образом, мы основательно можем заявить, что являемся туроператором полного цикла.

На Адриатику — на крыльях

Одним из самых деликатных вопросов в формировании турпродукта является транспортный — ненадежность авиакомпаний вполне способна свести на нет все преимущества самого лучшего, разработанного до мелочей тура. Поэтому нашими партнерами в авиаперевозках являются украинские и международные авиакомпании с многолетним опытом работы и безупречной репутацией, флот которых отвечает всем современным требованиям международных авиаперевозок. Партнерство с такими авиакомпаниями, как «Adria» и «Хорс», позволяет нам быть уверенными в том, что наши туристы будут чувствовать себя комфортно.

Сеть агентов — наш приоритет

Как туроператор, специализирующийся на конкретном

направлении, мы заинтересованы в построении широкой сети агентов в Украине, а в перспективе — и за пределами нашей страны. Поэтому мы тесно сотрудничаем с ведущими агентскими сетями Украины, создаем привлекательные условия для турфирм-агентов, которые желают продавать наши туры. В частности, совместно с фирмой «САМ» мы проводим в регионах серию семинаров и воркшопов по продажам адриатического направления.

На этих мероприятиях мы доносим до наших потенциальных партнеров не только разработанные для них привлекательные условия сотрудничества, но и преимущества наших туров для конечного потребителя. Так, кроме Украины и Словении, у нас есть офис в Хорватии, а к началу сезона откроется еще и в Черногории. Во всех офисах работают компетентные сотрудники, говорящие по-русски, которые осуществляют круглосуточную поддержку наших клиентов. Т.е. в случае каких-либо форс-мажорных обстоятельств, туристу нет необходимости тратить на звонок в Украину (как правило, локальные звонки в стационарных сетях, да и в роуминге, гораздо дешевле, чем международные). Страхованием наших туристов занимается одна из ведущих страховых компаний Украины по Адриатическому направлению — СК «Универсальная». Мы практикуем все современные технологии продажи туров, например, онлайн-бронирование для агентов, возможности выкупа блоков мест, раннее бронирование и т.д.

...

Подытоживая сказанное выше, хочу отметить, что начиная с этого сезона, Адриатика станет более качественной, разнообразной и доступной. ■

«Аккредитация» означает «доверие»

Даце АРАКЕЛЯНА,
руководитель
консульско-визового
отдела Посольства
Латвийской
Республики в Украине.



Развитие туризма является одним из приоритетных направлений латвийской экономики. Дипломатические миссии и консульские учреждения Латвии за рубежом в своей работе уделяют первостепенное значение популяризации Латвии как центра туризма. Хочу особо отметить, что в течение последних лет в Латвии много сделано для развития туристических центров и сферы обслуживания иностранных туристов. Результат этой работы очевиден. Число туристов посещающих Латвию со всего мира увеличивается с каждым годом.

Латвия очень заинтересована в дальнейшем развитии туристических связей с Украиной. Хочу отметить, что, несмотря на экономический кризис в 2009 году, число туристов из Украины увеличилось на 10%. Это очевидное доказательство перспективы развития туристического рынка.

Посольство Латвии в Украине активно содействует увеличению числа украинских туристов в Латвии и считает приоритетным привлечение туристов в нашу страну. Латвия



открыта и для индивидуальных туристов, и для организованных туристических групп, а также для проведения семинаров и конференций, и, конечно же, для лечения.

Я хотела бы более подробно рассказать об аккредитации туристических компаний в консульском отделе. На момент написания этой статьи у нас аккредитовано 37 туристических компаний, которых мы с полной уверенностью можем назвать нашими партнерами. Процедура аккредитации разработана Министерством иностранных дел Латвии, цель которой — определить надежность туристической компании. Поэтому

для аккредитации туристическая компания должна предоставить лицензию, регистрационное свидетельство, справку об уплате налогов и др. документы. Получить список необходимых документов для аккредитации можно направив запрос на электронный адрес Консульского отдела consulate.ukraine@mfa.gov.lv.

Решение об аккредитации туристической компании принимается в течение 10 рабочих дней и аккредитация действительна 2 года. После того, как компания получила аккредитацию в консульском отделе, информация об этой компании публикуется на сайте посольства www.mfa.gov.lv/ukraine.

В нашем понимании, процесс аккредитации — это не просто формальная процедура. Аккредитация означает, что посольство доверяет туристической компании от имени туристов подавать документы на визы, и возлагает на туристическую компанию определенную ответственность за персону, которая запрашивает визу в качестве туриста. По нашему убеждению, туристическая компания является первым фильтром для определения истинных целей поездки визового аппликанта — является ли человек действительно туристом или имеет другие намерения, в том числе нелегальную иммиграцию в шенгенскую зону.

Надо сказать, что компании, с которыми мы сотрудничаем долгие годы, отказываются принимать документы от людей, цели которых не связаны с туризмом. Мы признательны за честное отношение к своей работе таким компаниям, как «Ассоль», «Кандагар», «Континент», «Караван» и многим другим.

Мы уверены, что перспективы развития отношений в сфере туризма между Украиной и Латвией имеет огромный потенциал в будущем и работа консульского отдела направлена на достижение этих целей, ➔



Для аккредитации туристической компании в Консульский отдел необходимо предоставить следующие документы

1. Письмо на бланке туристической компании с указанием следующей информации:
 - реквизиты компании и ее филиалов (адреса, телефоны, факсы, электронная почта, адрес сайта), количество сотрудников;
 - имя, фамилия руководителя компании, а также, должностного лица ответственного за работу с Посольством с указанием занимаемой должности и телефона;
 - краткая история деятельности компании на туристическом рынке Украины;
 - основные направления туристической деятельности и перечень предоставляемых услуг;
 - список стран, в которые организуются туры;
 - список Посольств, в которых компания аккредитована, с указанием даты аккредитации;
 - статистическая информация о количестве туристов, оформивших туры через вашу компанию в предыдущем году;
 - предлагаемые организованные туры в Латвийскую Республику и план туристических поездок на текущий год;
 - туристические компании - партнеры в Латвии.
 2. Нотариально заверенная копия лицензии компании на право заниматься туристической деятельностью.
 3. Нотариально заверенная копия регистрационного свидетельства.
 4. Нотариально заверенная копия учредительного устава.
 5. Справка из налоговой службы об отсутствии задолженностей.
 6. Образец ваучера туристической компании, оформленного в соответствии со всеми требованиями.
 7. Нотариально заверенные копии договоров с партнерами в Латвии.
 8. Подтверждение, что ознакомлены с порядком аккредитации туристических компаний.
 9. Список сотрудников компании, уполномоченных подписывать ваучер с указанием: фамилии, имени, занимаемой должности, контактного телефона и образца подписи.
 10. Список сотрудников компании уполномоченных подавать документы на оформление визы (подается в Консульский отдел в виде доверенности после получения позитивного ответа).
- Решение об аккредитации принимается в течение 10 календарных дней и компания письменно уведомляется о результатах рассмотрения документов.

ЛАТВИЯ

- ✦ ЭКСКУРСИОННЫЕ ПРОГРАММЫ
- ✦ ГРУППОВЫЕ И ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ТУРЫ
- ✦ ОТДЫХ НА ПРИБАЛТИЙСКОМ ПОБЕРЕЖЬЕ
- ✦ ПОСЕЩЕНИЕ КОНЦЕРТОВ В ЮРМАЛЕ
- ✦ КРУИЗЫ

г. Киев, ул. В. Яна 3/5
тел.: (044) 3600446
факс: (044) 2893263
e-mail: lilia_tc@i.ua

www.lilia-travel.kiev.ua

Лилия
туроператор

Лицензия ГТАУ АВ 428820

→ в том числе, максимально эффективному и конструктивному сотрудничеству с туристическими компаниями. **УТ**



Список украинских турфирм, аккредитованных в консульстве посольства Латвийской Республики в Украине

- | | |
|-------------------------------------|-----------------------------|
| • ООО «АВАНА» | • ООО «Спутник» |
| • ЧП «Ассоль» | • ООО «АЕРОЛАКС» |
| • ООО «Земля Виктории» | • ЧП «АриаднаТ» |
| • ООО «Кандагар» | • ЧП «Перлина Свиту» |
| • ЗАО «Компания «Европа-Груп» | • ООО «Лилия» |
| • ООО «Контиплюс» | • ООО «ЭРА» |
| • ООО «Полет пчелы» | • ТА «Скай Лайн Тур» |
| • ООО «Пилигрим - М» | • ООО «ИКОМАРТУР» |
| • ООО «САМ» | • ООО «ЗАГОРЬЕ» |
| • ООО «Туристическая компания САГА» | • ТК «Скай Лайн» |
| • ООО «Тур Ленд» | • ТФ «Калипсо Украина» |
| • ООО «Феерия» | • ООО «Via Kiev» |
| • ООО «Юниверс» | • ООО «Гермес Тревел Групп» |
| • ООО «ОБЕРИГ» | • ООО «Соната-Травел» |
| • ООО «Караван» | • ДП ТК «Делфа-Тур» |
| • ООО «Пилот» | • ООО «Агенство путешествий |
| • ООО «МедиаИнфотур» | FREYA» |
| • ООО «ТТБК» | • ООО «Вавилон-тревел» |
| • ООО «ТАРТУС-ТУР» | • ЧП «АВРОРА» |
| • ООО «М.И.Б.С. ТРАВЕЛ» | |

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

ОЗДОРОВЛЕННЯ ЛІКУВАННЯ ВІДПОЧИНОК ЕКСКУРСІЙНІ ТУРИ БРОНЮВАННЯ ГОТЕЛІВ КРУЇЗИ SPA



KANDAGAR
GROUP



УКРАЇНА РОСІЯ
ФІНЛЯНДІЯ
СКАНДІНАВІЯ
КРАЇНИ БАЛТІЇ

99007 СЕВАСТОПОЛЬ

01054

К І Ї В

109316

МОСКВА

1001

Р І Г А

22030

МІНСЬК

вул. Олега Кошового, 1/1
тел./факс: +38 (0692) 53-50-50
e-mail: office@kandagar.com
www.kandagar.com

вул. Гоголівська, 10, оф. 13
тел./факс: +38 (044) 272-34-35
e-mail: kiev@kandagar.com
www.kandagar.com

Волгоградський пр., 4 А
тел./факс: +7 (495) 786-21-16
e-mail: moscow@kandagar.com
www.kandagar.com

вул. Таллінас, 55-4
тел./факс: + (371) 67-311-044
e-mail: riga@kandagar.lv
www.kandagar.com

площа Свободи, 4
тел./факс: +375 (29) 609-20-29
e-mail: office@kandagar.com
www.kandagar.com

WWW.KANDAGAR.COM - ON - LINE БРОНЮВАННЯ

Uitt 
2011

Україна ПОДорожі ТА Туризм

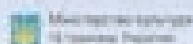
МВЦ.
Київ, Броварський пр-т, 15

XVII Міжнародна виставка
23-25 БЕРЕЗНЯ 2011



он-лайн реєстрація: www.uitt-kiev.com

Відповідає:



Партнери:



Спонсорів:



Відомий міжнародний партнер:



PRIME EXHIBITION, Київ, Україна, 13-15, Квітень, 2011. Київ, Україна, 23-25 Березня, 2011. Київ, Україна, 23-25 Березня, 2011.
E-mail: uitt@ukr.com.ua, www.uitt-kiev.com

ДЕЛАЕМ СТАВКИ НА КУРОРТЫ ЧЕХИИ

Анна БИРКОВСКАЯ,
директор представительства
CzechTourism в Украине,
Юрий САМОЙЛОВ



Предпосылки увеличения турпотока на курорты Чехии

Для украинской туристической отрасли Чехия является одним из важнейших туристических направлений. Небольшое расстояние между нашими странами, членство Чехии в Шенгенском соглашении, насыщенность территории страны большим количеством исторических памятников, схожие черты в культуре наших народов поддерживают, укрепляют и стимулируют интерес украинского туриста к этой стране. По данным чешского комитета статистики показатели въездного туризма граждан Украины в

Чехию в 2009 г. выросли на 2,5%, что достаточно существенно в условиях кризиса.

После оценки туристического потенциала Украины в сфере выездного туризма есть все основания утверждать, что туристический поток в Чехию еще далек от насыщения. Именно многочисленные чешские курорты являются, и в дальнейшем будут оставаться той благодатной областью, на которую стоит делать ставки. В пользу этого свидетельствуют следующие факторы:

— прекрасное состояние курортно-оздоровительной инфраструктуры Чехии, которая

практически вся соответствует требованиям мировых стандартов отрасли;

— относительно невысокие (по сравнению с курортами Западной Европы) цены на услуги;

— подобие климата на большей части территории Украины и Чехии — туристам, прибывающим в Чехию на лечение или оздоровление, не нужна акклиматизация (как, например, в странах с более жарким климатом);

— универсальность чешских курортов — разнообразие минеральных вод, торфяных грязей (пелоидов), природных газов, а также лечебно-оздоровительного эффекта местного климата приво-

дят к тому, что на чешских курортах излечиваются, или же облегчается состояние у пациентов, страдающих практически всеми заболеваниями, при которых показано лечение на курортах;

— экологическая чистота чешских курортов, благодаря чему они представляют собой природную рекреационную зону для туристов из промышленных зон или территорий с напряженной экологической обстановкой. Этот же фактор способствует тому, что на чешских курортах могут успешно оздоравливаться практически все жители Украины.

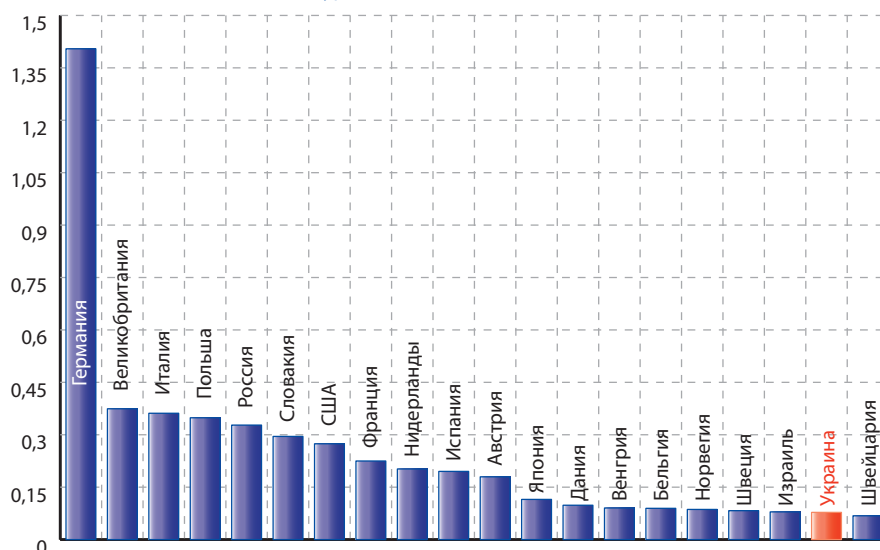
География чешских курортов

При взгляде на карту зона расположения основных чешских курортов напоминает кольцо вокруг Праги. Разумеется, некоторые оздоровительные программы можно пройти, не выезжая из чешской столицы, однако в соответствии с международной классификацией курортом может называться лечебно-оздоровительный комплекс, расположенный непосредственно на месторождениях полезных ископаемых или в целебной микроклиматической зоне, где их воздействие на человеческий организм максимально эффективно.

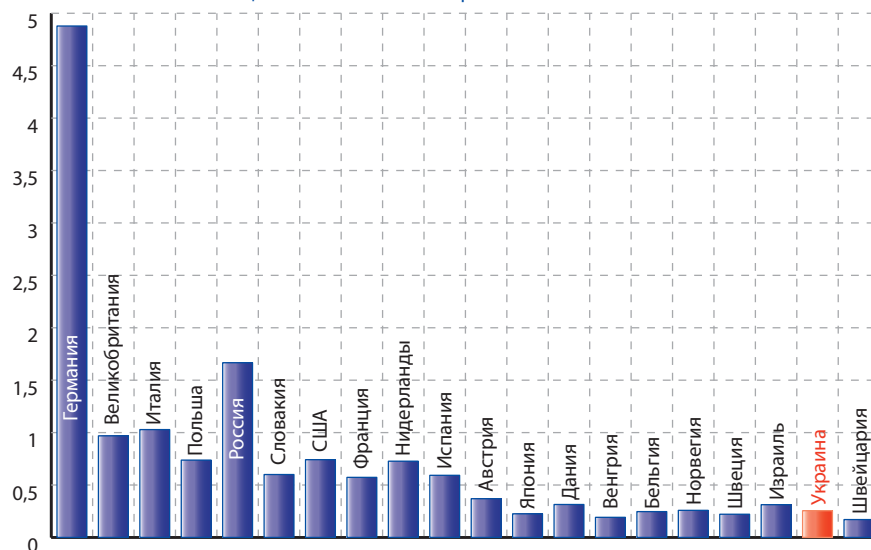
Западная Чехия

Наибольшая концентрация курортов — на западе Чехии. Именно здесь расположен знаменитый Западночешский курортный треугольник, образованный тремя городами: Карловы Вары, Марианске Лазне и Франтишкове Лазне. Эти курорты известны во всем мире, и отечественные турфирмы регулярно отправляют сюда на лечение и оздоровление украинских туристов. Однако цены на услуги инфраструктуры здесь весьма высоки. С другой стороны, именно здесь к услугам ➔

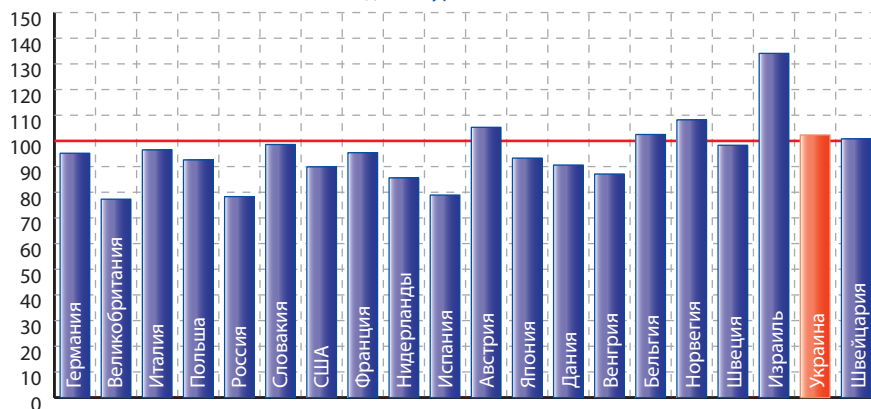
Количество туристов, посетивших Чехию в 2009 г., млн. чел.



Общее количество ночей пребывания в Чехии за 2009 г.



Соотношение въездного турпотока в Чехию 2009/2008, %



→ туристов самый полный комплекс сопутствующих лечению и оздоровлению мероприятий, начиная от Карловарского международного кинофестиваля.

Курортная компания «Франтишковы Лазне» (<http://www.franzensbad.cz>) удостоена почетного титула «Курортная компания Чешской Республики-2009 г.». Такая оценка дается за высокое качество медицинского курортного лечения в рамках Курортного фестиваля

Среди курортов Западной Чехии, располагающихся, как правило, на источниках минеральных вод, выделяется Яхимов — первый в мире курорт, где для медицинских целей стало применяться слабое радиоактивное излучение ископаемого благородного газа радона, растворенного в природной воде. Лечебные свойства радоновой воды успешно используются

КСТАТИ

Большие перемены ожидаются на курорте Приснищовые лечебные лазне в Есенике (северо-западная часть Моравии), которые считаются первым водолечебным курортом в мире. В этом году здесь будет постепенно создаваться парк, в котором пациенты смогут принимать водолечебные процедуры по методу чешского врача Винсента Присница прямо под открытым небом. В парке будут созданы разнообразные бассейны, потоки, душевые установки и другие гидротерапевтические «аттракционы», предназначенные для улучшения кровообращения различных частей тела. Каждая процедура будет дополнена информационным стендом, сообщающим, как пациент должен поступать, чтобы лечебный эффект был максимальным.

с 1906 года и помогают пациентам с проблемами опорно-двигательного аппарата.

В конце ноября 2009 года в Яхимове открылся современный водный развлекательный центр Aquacentrum Agricola. Всевозможными водными удовольствиями посетители наслаждаются в современном интерьере, в котором были сохранены некоторые подлинные исторические элементы

Одной из туристических аттракций западночешских курортов является возможность организации экскурсий в соседнюю Германию.

Северная Чехия

Курорты Северной Чехии менее известны украинским туристам, хотя их влияние на человеческий организм не менее позитивно, чем, например, у знаменитых Карловых Вар. Атмосфера на этих курортах более камерная и менее богемная, чем в Западночешском треугольнике, соответственно, ниже и цены на услуги. С точки →

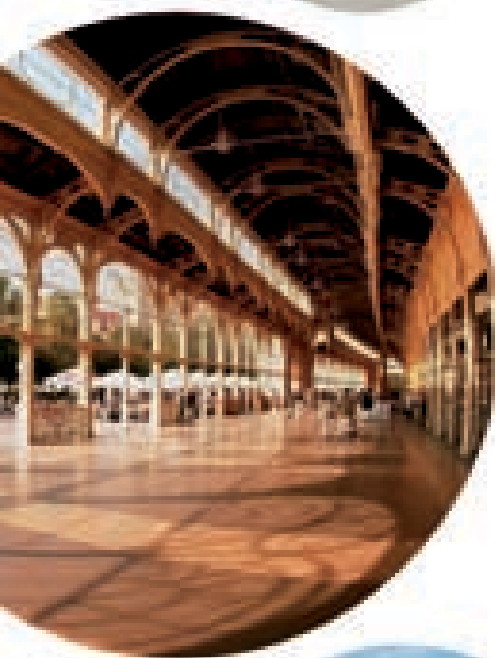
ОТ РЕДАКЦИИ

Страховая медицина как стимулятор турпотока на чешские курорты

Потребность в санаторно-курортном лечении и оздоровлении в Украине является весьма высокой. В силу разных обстоятельств (изношенность инфраструктуры в старых санаториях «советского» типа, недостаток мест и высокие цены на современных курортах и т.п.) отечественная инфраструктура вряд ли способна удовлетворить этот спрос. Таким образом, многие туристы вынуждены обращать свой взор за границы Украины. В данном случае донести информацию до потенциальных клиентов о возможностях зарубежных, в т.ч. чешских, курортов, могут туристические компании. Поскольку санаторно-курортное лечение и оздоровление невозможно без участия врача, а «советские», точнее, украинские, врачи далеко не всегда осведомлены о возможностях зарубежных курортов, именно турфирмы, обеспечивая потенциальных клиентов специализированной медицинской информацией о возмож-

ностях лечения и оздоровления на том или ином курорте, могут приобрести для себя дополнительных клиентов.

Еще более перспективным выглядит сотрудничество турфирм со страховыми компаниями, предоставляющих услуги добровольного или обязательного (например, корпоративного) медицинского страхования. Поскольку страховые компании заинтересованы в минимизации расходов при оплате лечения застрахованных лиц, то они, скорее всего, станут более охотно оплачивать лечение в Теплице или Тршебони, чем, например, в Баден-Бадене. Выход на страховой рынок Украины продуктов, предусматривающих санаторно-курортное лечение застрахованных лиц за рубежом, является вопросом самого ближайшего времени, поэтому украинским туристическим компаниям уже сейчас стоит инициировать сотрудничество со страховщиками в этом направлении.



Чеська Республіка

Дивовижне розмаїття



➔ зрения досуга, оздоровление на здешних курортах можно комбинировать с активным туризмом как в теплое время года, так и зимой (например, на горнолыжных курортах Либерец, Гаррахов или Шпиндлерув Млын), посещением местных исторических достопримечательностей и народных промыслов (например, ювелирной фабрики по изготовлению изделий из чешского граната в городе Турнов или знаменитой фабрики бижутерии в г. Яблонец над Нисой) в течение целого года. Близость границ с Польшей и Германией дают возможность совершать экскурсионные туры к достопримечательностям этих стран, находящимся в приграничной полосе.

Южная Чехия и Моравия

Курорты этой части страны практически неизвестны украинским туристам. Например, в курортном комплексе «Фрымбург» на водохранилище Липно

в Южночешском крае, со дня его основания не было зарегистрировано ни одного украинского туриста — об этом сообщили представители администрации курорта. Хотя и здешняя инфраструктура находится на достаточно высоком уровне, а цены

ниже, чем в остальных курортных комплексах страны. Именно здесь предпочитают отдыхать и лечиться сами чехи.

Разумеется, чешская курортная индустрия не ограничивается упомянутыми здесь регионами. На территории Чешской Республики действуют и другие курортные комплексы, например, в Подебрадах (Центральная Чехия, 50 км от Праги) расположен популярный в Европе кардиологический курорт на местной углекислой воде. Или курорт Богданеч (в нескольких километрах от города Пардубице), здесь в прошлом году появилась уникальная и первая в своем роде в Чехии новинка. Это специальные обертывания в ваннах. На практике это происходит следующим образом: пациент ложится на водную кровать, причем, непосредственно с водой его тело не соприкасается. На него наносится слой торфяной грязи и тело пациента обертывают. Теплая вода на водяной постеле удерживает температуру компресса, причем не согревая пациента так, как классическая грязевая ➔

КСТАТИ

Чешские курорты ориентированы не только на лечение болезней. Люди сюда отправляются для прохождения разнообразных оздоровительных и wellness-курсов, чтобы отвлечься от забот, восстановить силы. Так можно определить основную идею крупномасштабной информационной кампании CzechTourism в поддержку чешского курортного туризма. Цель такого обширного промоушна — обратить внимание общественности на то, что курорты посещают не только больные, получившие направление на лечение от врача.

Таким образом, одна из идей кампании состоит в том, что современные курорты Чехии предлагают отдых и оздоровление для всех. Причем чешские курорты интересны тем фактом, что предоставляют велнесс-услуги с использованием природных лечебных ресурсов под надзором врача. Последний в этом случае выступает скорее в роли консультанта, дающего рекомендации пациенту по поводу правильного образа жизни (питание, физические упражнения, восстановление). Подобный т.н. медицинский велнесс становится все более популярным. И самое главное — пребывание на курорте не является недоступным в финансовом плане, поскольку предложение характеризуется широким диапазоном цен для всех категорий потребителя.

199€
Avia

Крупнейший держатель
гарантированных блок мест
в авиакомпаниях "Аэросвит"
и "Чешские авиалинии".
Стоимость авиабилета в
составе турпакета от 199 евро.

159€

Регулярные автобусные туры.
Стоимость от 159 евро.

Praha Karlovy Vary Mariánské Lázně

Гарантированные места в
отелях Праги, Карловых Варах,
Марианских Лазнях.



Богемия Сервис
Киев, ул. Гончара 26
Телефон 4677746, 4677771
e-mail: info@vvbohemia.kiev.ua
www.vvbohemia.com.ua

→ ванна. Благодаря этому процедуру может позволить себе более широкий круг больных, например, сердечники. Этой инновации предшествовали почти трехлетние испытания, которые подтвердили ее положительный эффект. Процедура помогает при ревматизме, болезнях в области спины и суставов, и, что немаловажно, при ней экономится природный лечебный источник (торфяная грязь).

Кроме того, на многих курортах практикуют и пивные процедуры. Хотя последние можно отнести скорее к индустрии wellness, чем spa, некоторые медики считают пивотерапию показанной при определенных заболеваниях. (Например, <http://www.pivnilazne.cz/>).

Лечебно-оздоровительный

туризм на чешские курорты — это весьма перспективное и, при грамотном формировании и преподнесении турпродукта потенциальным потребителям, достаточно выгодное направление деятельности туристических компаний. Несмотря на то, что курортный туризм всегда индивидуален, потребность в лечении и оздоровлении никоим образом не зависит от сезона, поскольку люди на протяжении всего года заинтересованы в качественном лечении и оздоровлении. Поэтому, при грамотной проработке турпродукта и формировании широкого спектра предложений, способных удовлетворить как самого туриста (с точки зрения цен, необходимых процедур, условий проживания и питания, досуга и развлечений), так и ме-

диков (с точки зрения медицинской информации касательно показаний и противопоказаний к лечению на тех или иных чешских курортах), мнение которых, в конце концов, является определяющим при выборе туристом курорта, туристическая компания может успешно сформировать дополнительную клиентскую базу, характеризующуюся стабильностью и высокой возвращаемостью туристов. Более подробную информацию об отдельных чешских курортах вы найдете на веб-сайтах Управления ЧехТуризм (www.czechtourism.com, ссылка «Лечение на курортах»), где можно бесплатно просмотреть актуальный курортный каталог на чешском, английском, немецком и русском языках или на сайте <http://spa.czechtourism.com>, www.lecebne-lazne.cz, www.spas.cz. ■

ЧЕХІЯ

з перших рук

ЧЕХІЯ:

Авіатури; індивідуальні тури; комбіновані тури Чехія-Німеччина;
лікування на курортах: Карлові Вари, Маріанські Лазні,
Франтішкові Лазні та інші курорти.
Бронювання авіаквитків та інше.



mАxima

t r a v e l

Вул. Гончара, 55, оф. 55,
м. Київ, Україна
тел. 228-8223, 221-5995
www.maxima-travel.com.ua
info@maxima-travel.com.ua, nhvki@allcz.org

А також: Єгипет, Туреччина, Йорданія, Китай, Балі, Мальдіви...

ТЕПЕР
ШЕНГЕН

№1 2010

БОЛЬШАЯ ПРОГУЛКА®

Подпишитесь на журнал «Большая прогулка»!

Подписной индекс: 01791

Размещение рекламы

тел.: 044 494-12-97/98

www.mw.com.ua

УКРАИНА ОБГОНЯЕТ США и Россию



Влодзимеж ЩУРЕК, директор Польского Центра туристической информации в Киеве

Географическое положение наших стран, протяженная общая граница, схожесть национальных культур, общая история на протяжении нескольких сотен лет, многочисленные родственные и дружеские связи — вот лишь несколько факторов, определяющих туристические потоки между Украиной и Польшей. Исходя из всего перечисленного, турпоток из Украины в Польшу имеет все предпосылки для стабильного возрастания, что мы и можем наблюдать в течение, по крайней мере, последних 5 лет. Разумеется, прошлогодний

кризис повлиял на турпотоки, но совсем не так фатально, как прогнозировали некоторые эксперты. Об этом свидетельствуют и данные украинских государственных структур, согласно которым за 9 месяцев 2009 года количество туристов, отправившихся в Польшу, возросло на 36% и составило 2141999 человек.

Нас эти данные, конечно, радуют, но в то же время стимулируют их перепроверить. Главным образом, потому, что наша страна является членом



ИСХОДЯ ИЗ МЕТОДИКИ РАСЧЕТОВ ПОКАЗАТЕЛЯ ПОЛЕЗНОСТИ ЗАГРАНИЧНОГО ТУРИЗМА, ДЛЯ ПОЛЬШИ УКРАИНА ЗАНИМАЕТ 4-Е МЕСТО В РЕЙТИНГЕ СТРАН – ТУРИСТИЧЕСКИХ ЭМИТЕНТОВ

Шенгенского соглашения, и с визой, выданной гражданину Украины в польском консульстве (особенно многоразовой), можно ехать куда угодно в Европу. Украинские чиновники до сих пор считают количество пересечений границы и декларированную цель поездки, которая далеко не всегда может совпадать с реальной. Поэтому, на наш взгляд, такой метод подсчета туристических потоков нельзя считать пригодным для анализа реального положения дел в туризме.

Как считают туристов в Польше

Для польской экономики туризм является стратегической отраслью, поэтому в нашей стране уделяется большое внимание созданию условий для развития туристической инфраструктуры, а также увеличения туристических потоков из-за рубежа. В том числе, разумеется, и из соседних стран, к которым, в первую очередь, относится Украина. Для всестороннего анализа туристических потоков на основе различных критериев, в нашей стране действует Польский институт туризма — независимый исследовательский центр, который финансируется из государственно-



го бюджета. Польский институт туризма берет за основу методик подсчетов Показатель полезности заграничного туризма (WUTZ), который в течение последних нескольких лет признан наиболее объективным параметром, характеризующим турпоток из разных стран в Польшу. Ценность Показателя состоит в том, что эта методика показывает туристическую полезность определенного заграничного туррынка не только для Польши, но и для мира, а также является индикатором его потенциала для самого себя.

При вычислении Показателя принимаются во внимание такие факторы:

1. Общая прибыль для Польши от въездного туризма из кон-

кретной страны (в млн. USD);

2. Средняя прибыль от одного туриста (в USD);

3. Количество приезжающих в Польшу туристов из данной страны (в тыс. чел.);

4. Количество постояльцев гостиниц (тыс. чел.);

5. Показатель активности выезда в Польшу граждан данной страны по отношению к количеству ее населения (в %).

Стоит обратить внимание, что основными данными в оценке эффективности рынка являются финансовые аспекты, т.е. величины расходов, которые несут туристы в Польше, и доходов туристической инфраструктуры от пребывания туристов из данной страны (данные собираются непосредственно от объектов

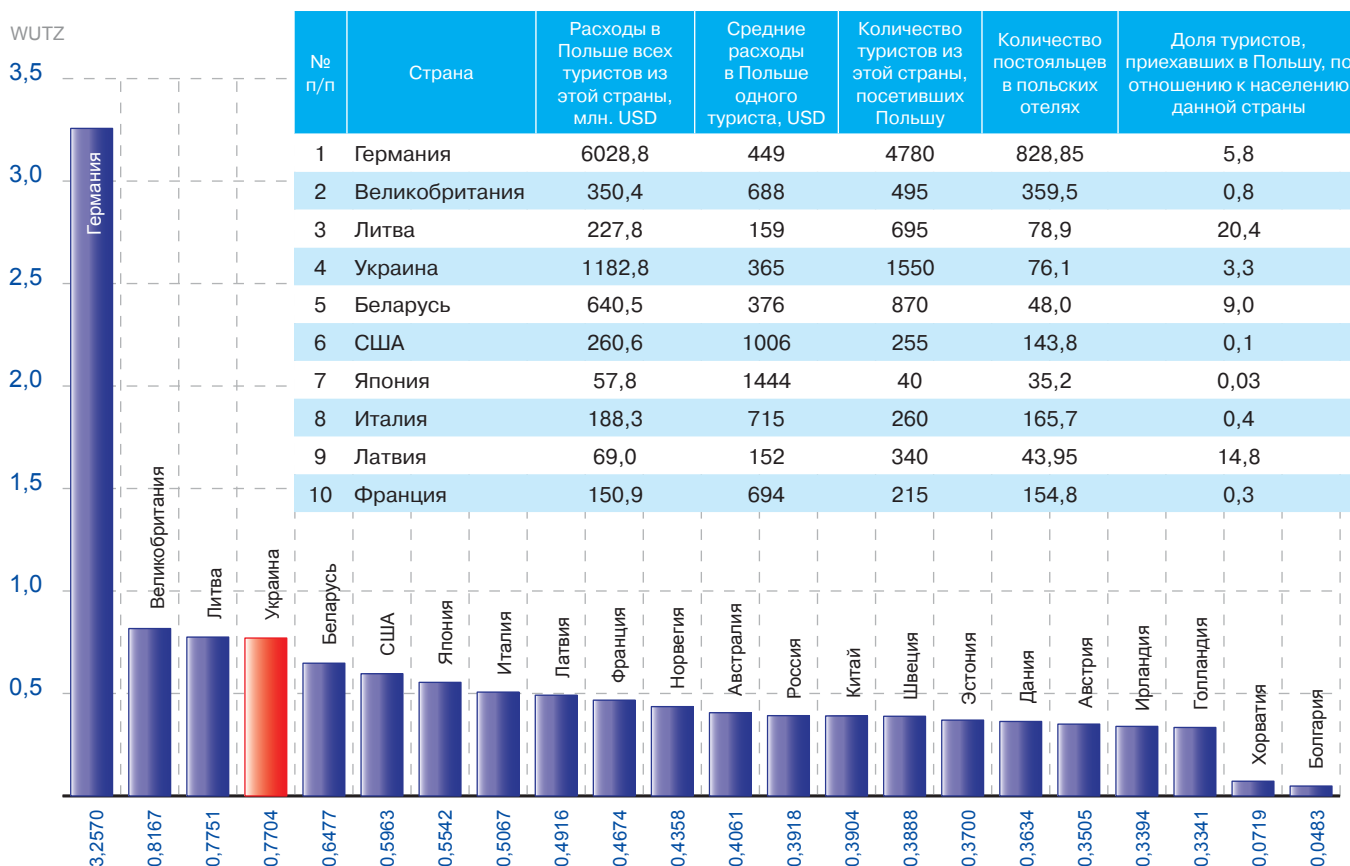
туристической инфраструктуры, а потому являются реальными и объективными). Для исследования берутся данные о тех странах, расходы граждан которых при их пребывании в Польше за 1 день являются максимальными.

Хотел бы еще раз отметить, что данная методика является универсальной, т.е. характеризует полезность выездного туризма не только для Польши, но и в общем в мире. А также помогает заинтересованным национальным организациям определить потенциал выездного туризма для самой этой страны.

Украина: почетное 4-е место для Польши

Исходя из методики исчисления Показателя полезности заграничного туризма, Украина является ➔

Стандартизованный Показатель полезности заграничного туризма в Польшу (WUTZ)



➔ важным рынком въездного туризма для Польши, занимая 4 место из 40 стран, которые попали в исследование.

Таким образом, приведенные данные свидетельствуют, что украинские туристы все чаще посещают Польшу, остаются на территории нашей страны все дольше, селятся во все более классные отели, и тратят все больше денег на территории Польши. Сравнение Показателей 2009 года и 2008-го свидетельствуют о крайне незначительном влиянии кризиса на туристические потоки из Украины в Польшу: за год изменение Показателя (спад полезности) с украинского направления со-



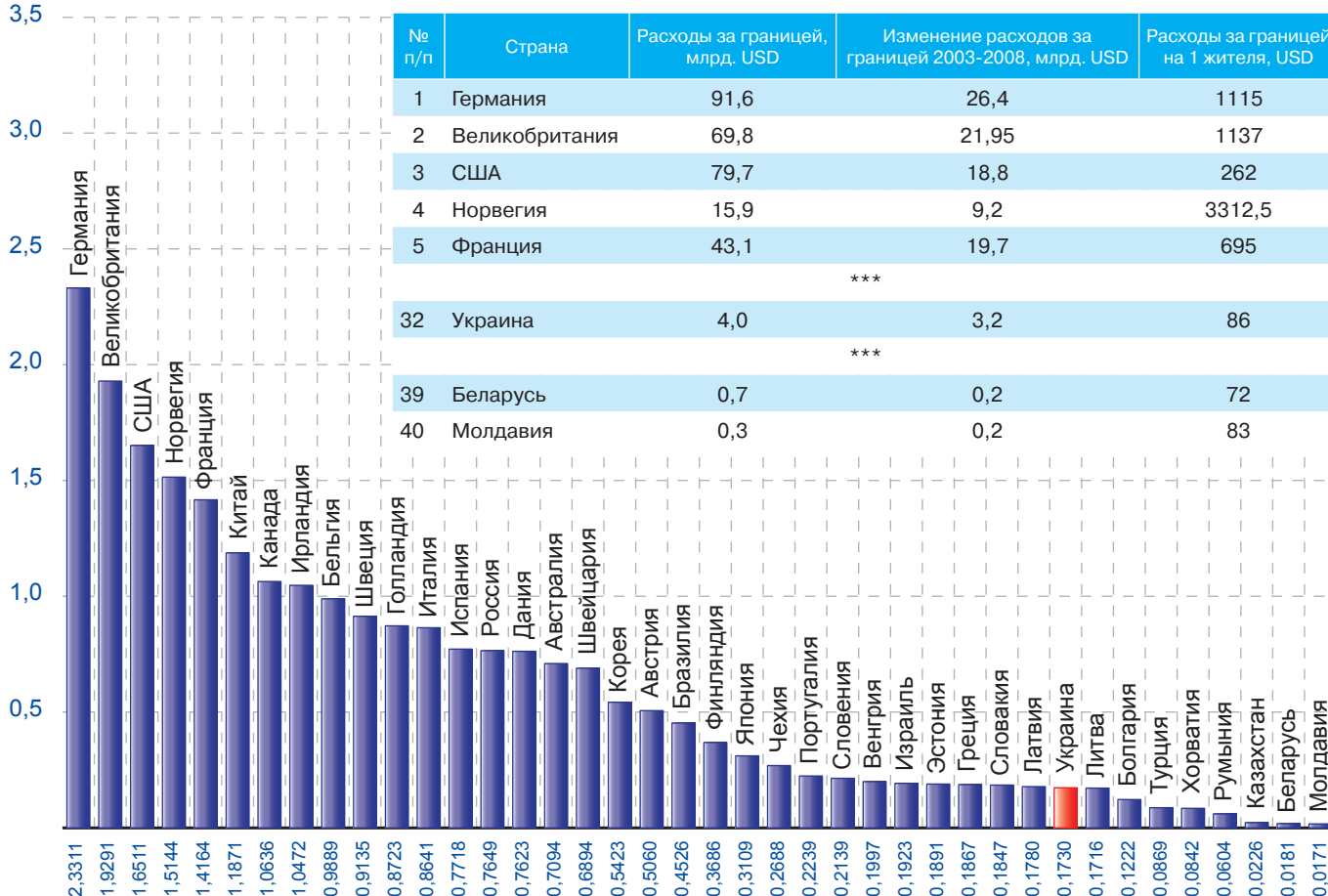
ставило -0.0577. Для сравнения, изменение этого Показателя для Беларуси (5 позиция в общем рейтинге Показателя) составило за тот же период -0.1252 (наибольший спад).

Выводы и перспективы

Исходя из объективных показателей зарубежных туристических рынков, Польша в своей маркетинговой стратегии развития туристической отрасли на 2008-2015 гг. приняла во внимание позитивные тенденции касательно Украины, и предполагает уделять Украине как перспективному туристическому рынку серьезное внимание. С 2008 года работает в Украине и представительство Польской Туристической Организации. А в

WUTZ
3,5

Стандартизованный Показатель полезности выездного туризма Украины в мире



контексте совместного проведения финальных игр Чемпионата Европы по футболу 2012 г., в 2011 г. Украина станет для Польши наиболее приоритетным рынком выездного туризма.

В 2009 году Украина, несмотря на кризис, смогла увеличить выездной турпоток на польском направлении. По числу пересечений границы Украина занимает традиционное 2-е место после Германии. (Для сравнения: по количеству путешествующих по миру Украина занимает 18 место, исходя из показателя количества путешественников по отношению к количеству населения страны). Не в последнюю очередь этого удалось достичь благодаря упрощению процедуры оформления визы в польских консульствах. Так, за 2009 г. польские консульства в Украине выдали более 410 тыс. виз (+ 17% по отношению к 2008 г.). Среди этого количества — все больше длительных и многоразовых. Для дальнейшего упрощения визовых процедур предназначено введение электронного ваучера и программы МИД Польши «Электронное консульство», которые должны существенно упростить сотрудничество консульских учрежде-



ний и туристических компаний. Обе программы будут внедрены в ближайшем будущем.

Украинский туризм в мире, исходя из данных Показателя полезности

Интерес также представляют данные, иллюстрирующие потенциал Украины для выездного туризма в мире. Исчисляемый по той же методике Показателя полезности, он приводит к таким результатам (см. таблицу ниже).

Я сознательно не привожу здесь формулы, по которым исчисляются Показатели полезности заграничного туризма — это выходит за рамки данной статьи. Тем не менее, эта информация, как и маркетинговая стратегия развития туристической отрасли в Польше на 2008-2015 гг., есть в нашем Представительстве и может быть предоставлена каждому заинтересованному лицу.

ГОРНОЛЫЖНЫЕ КУРОРТЫ:
ЗАКОПАНЕ, КРИНИЦА, ЩИРК

ЭКСПЕРСИОННЫЕ ПРОГРАММЫ:
КРАКОВ, ВЕЛИЧКА, ВАРШАВА,
ВРОЦЛАВ, СОПОТ
ПОСЕЩЕНИЕ ЗАМКОВ

ОТДЫХ НА ОЗЕРАХ И НА МОРЕ

ГРУППОВЫЕ И ИНДИВИДУАЛЬНЫЕ ТУРЫ
ДЕЛОВЫЕ ПОЕЗДКИ

ЛЮБША

г. Киев, ул. В. Яна 3/5
тел.: (044) 3600446
факс: (044) 2893263
e-mail: lilia_tc@i.ua

www.lilia-travel.kiev.ua

Лилия
туроператор

Лицензия ГТАУ АВ 428820

Круизные тенденции

Роман КОЗЛОВСКИЙ

За рубежом круизный туризм на морских судах известен, по меньшей мере, лет 100. А в последние полвека, с появлением современных технологий строительства пассажирских теплоходов большой вместимости, по комфортности и пакету услуг не уступающим (а в некоторых случаях и превышающим) роскошные отели, себестоимость перевозки и обслуживания участника круиза для судовладельца неуклонно снижалась. В результате круизный туризм стал массовым.

Во всем мире круизы пользуются популярностью у людей, желающих за относительно небольшие деньги посетить несколько стран. В последние годы в список этих стран вошла и Украина.

Прибыть в Украину – просто

Круизные морские суда заходят сегодня лишь в 3 украинских порта: Одессу, Ялту и Севастополь. Вполне возможно, что интерес для круизных туристов представляли бы и другие отечественные морские порты, например, Николаев, Херсон, Евпатория, Керчь или даже Мариуполь, однако там отсутствует инфраструктура, способная принимать суда и обслуживать участников круизов, и о планах



отечественных чиновников как-либо изменить ситуацию пока что ничего не слышно.

С другой стороны, в Одессе, Севастополе и Ялте для круизных туристов созданы достаточно приемлемые условия, по крайней мере с точки зрения пересечения государственной границы. В каждом из этих портов иностранцев ждет упрощенный паспортный контроль, длящийся не более 10 минут, после этого они садятся в автобус и отправляются на экскурсии по достопримечательностям мест судозаходов.

Не последнюю роль в привлечении иностранных круизных

операторов сыграло и Минтранс-связи, которое ведет достаточно последовательную политику (что, вообще-то, редкость в нашей стране) по приведению разнообразных тарифов и сборов, которыми облагаются иностранные суда при заходах в отечественные порты, в конкурентоспособный вид. Можно лишь приветствовать очередную директиву этого ведомства, которая устанавливает скидки к портовым и сервисным сборам для иностранных круизных судов в размере до 50% в зависимости от сезона.

Все флаги в гости к нам

Как упоминалось выше, круизные морские суда посещают в Украине Одессу и два крымских города: Севастополь и Ялту. Основным из этих портов, разумеется, является Одесса — здесь создана

Год	Количество судозаходов круизных лайнеров в Одесский порт	Число круизных пассажиров
2009	59	36427
2010	74	56810

лучшая в Украине терминальная инфраструктура, кроме того, насыщенность города историческими, культурными и архитектурными памятниками, которые при этом расположены на достаточно компактной территории, является очевидным плюсом с точки зрения иностранных круизных операторов.

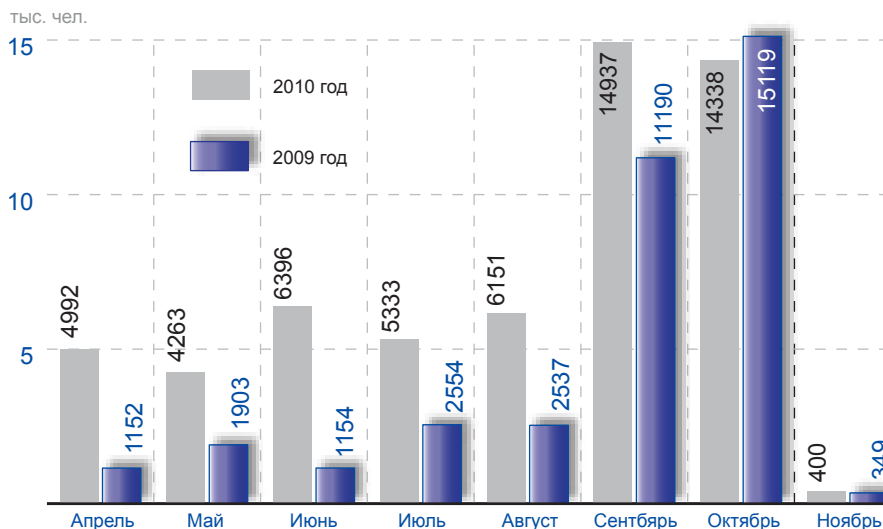
Первый заход морского круизного судна в Одессу ожидается 2 апреля, а последний — 2 ноября 2010 года. Таким образом, круизный туристический сезон в этом городе буде длиться 7 месяцев. За этот период в порт планирует зайти 74 иностранных морских круизных судна, что на 15 судов больше, чем в 2009 году. Если говорить о количестве туристов, которые прибудут на борту этих кораблей, то их количество в 2010 году ожидается в размере 56810 чел, что на 20383 туриста больше, чем в прошлом году. Кстати, самое большое судно — «Costa mediterranea» (Италия) с длиной корпуса в 292,5 метров и осадкой почти 8 метров прибудет в Одесский порт 1 июня и привезет на своем борту 2680 туристов.

Если говорить о «пиковых» количествах судозаходов, то на примере Одессы это сентябрь (14 судов) и октябрь (19 судов) 2010 года. Именно в эти месяцы количество прибывших туристов составит 14937 и 14338 человек соответственно. Кстати, итоги прошлого года свидетельствуют о точно такой же тенденции: сентябрь 2009 года — 16 судов и 11190 туристов, а октябрь 2009 года — 15119 туристов.

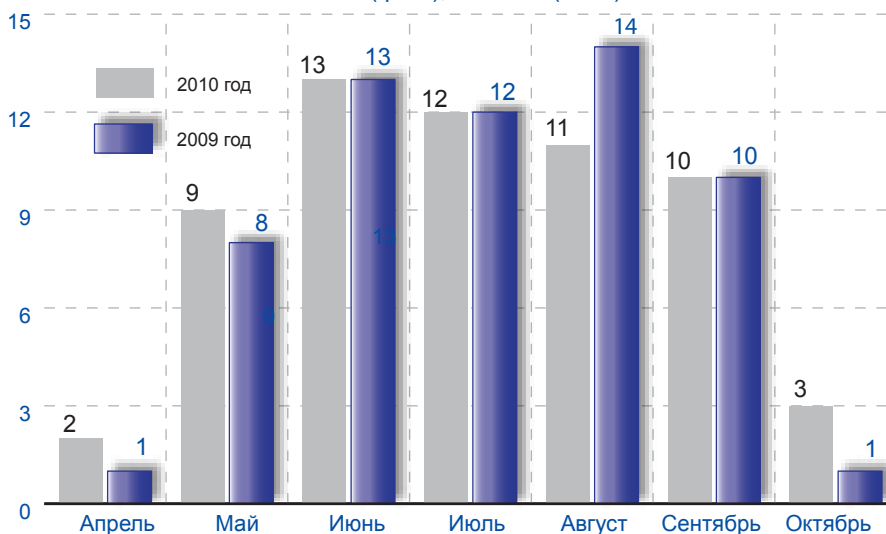
«Речники» в фаворе

Кроме морских круизных лайнеров, в порты Украины также заходят и круизные суда типа

Количество участников морских круизов, посетивших порт Одесса, в 2009 г. (факт), в 2010 г. (план)



Количество судозаходов круизных судов типа «река-море» в Одесский порт, в 2009 г. (факт), в 2010 г. (план)



«река-море» или, как их называют эксперты в отрасли туризма, «речники». Среди последних еще остались суда, которые приписаны к украинским портам или принадлежат отечественным судовладельцам (например, Украинскому дунайскому пароходству). Так, в 2010 году в Одессе ожидается 60 таких кораблей, что совсем незначительно

больше, чем в 2009 году — 59 судов. Хотя в полученной статистике не приведены конкретные цифры пассажиров на борту, но из опыта экспертов департамента туризма Одесской мэрии можно говорить о 250-300 туристах на каждом судне. Сезон «речников» начинается в апреле и заканчивается в октябре 2010 года, то есть длится на один месяц меньше, чем у морских

→ круизных лайнеров. «Пиковыми» месяцами в этом году для «речников» можно назвать июнь (13 судов) и июль (12 судов), в то время как в 2009 году наибольшее число судозаходов наблюдалось в июне (13 судов) и августе (14 судов).

Экономический эффект от круизов

По мнению руководителя департамента рекреационного

питание, так как предпочитают принимать пищу на судне, не тратят денег на ночлег и транспорт. Остаются сувениры, фотографии и в лучшем случае кофе в ресторане. А туристы с речных круизов гораздо интереснее для города. Они оставляют в Одессе намного больше денег и намного больше впечатлений увозят с собой. Как правило, речное судно останавливается в порту на два-три дня. Эти туристы тоже

компании, которые организуют для круизных туристов экскурсии, имеют с этого соответствующий доход. Нельзя не упомянуть также доходы от продажи билетов в музеи. Разумеется, эти суммы незначительны по сравнению с доходами от, например, пляжного туризма, однако это лишь стимул для привлечения в страну все большего количества круизеров. В том числе и с помощью проведения массовых акций и фестивалей — мировая практика свидетельствует, что операторы круизов охотно «подгадывают» приход своих судов, например, ко времени проведения «Марди Гра» в Новом Орлеане или Карнавала в Рио де Жанейро. При этом суда, как правило, увеличивают продолжительность стоянки в это время.

Правила и инфраструктура: необходимость совершенствования

В среднем туристы с морских круизных судов оставляют в городе до \$100, в то же время пассажиры речных круизов тратят больше — \$200-300. Как правило, это максимальный «чек» — участнику круиза особо не на что тратить. Да и таможенные правила не способствуют опустошению кошельков круизных туристов (как, впрочем, и всех остальных). Например, для того чтобы турист смог вывезти из страны картину, купленную, скажем, на одесской Соборке (одна из центральных площадей Одессы, где выставляют и продают свои работы художники, скульпторы и подобные деятели искусства, аналог Андреевского спуска в Киеве — Ред.), то ему необходимо получить справку из худфонда, что эта картина... не является художественной ценностью. Во всем мире эти вопросы решаются совершенно по-другому —



комплекса и туризма Одесского городского совета Виктора Аксаниюка, для Одессы более предпочтительны туристы с речных круизных судов.

Морские круизные суда находятся в порту крайне недолго. Когда 4 часа, когда 7, но, в общем, до суток. Поэтому пассажиров с этих судов, по большому счету, даже нельзя назвать полноценными туристами. Скорее — визитерами. Ведь они практически не тратятся на

не тратятся на ночлег, но все эти дни они катаются, смотрят и запоминают наш город. Они увозят с собой намного больше впечатлений» — говорит Виктор Аксаниук.

Заметим, однако, что даже круизные «визитеры», по определению г-на Аксаниюка, все-таки кое-что оставляют в Украине. Государство получает от круизного оператора портовые сборы, порт — сервисные, а туристические и транспортные

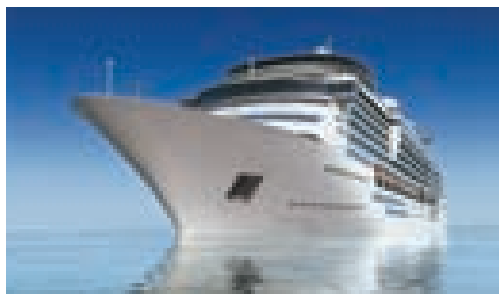
благодаря системе сертифицированных государством (в том числе таможенной) антикварных и художественных салонов, чеки из которых являются «пропуском» приобретенных товаров через границу.

Для увеличения количества круизных туристов, а также времени их пребывания в стране, необходимо также предпринять ряд шагов по модернизации отечественной инфраструктуры, а также повышения ее узнаваемости в мире. К примеру, рекламировать и включать в экскурсионные пулы туры по «царским» винным погребам в Крыму и в Одесском регионе. Как ни парадоксально, тематика Российской империи на Западе является достаточно популярной, поэтому при грамотной подаче на ней можно строить привлекательный для западного потребителя турпродукт.

Но как бы там ни было, каждый житель Одессы, Ялты или Севастополя понимает, что турист, ступивший с борта круизного судна на землю — это выгодно. А если учесть, что наилучшая реклама для города, да и страны в целом — это личные впечатления туристов, рассказанные друзьям и родственникам, то глядя на заявленные цифры круизных пассажиров 2010 года, можно ожидать некоторое оживление после кризисного 2009-го.

Круизы по-украински

К сожалению, в отношении собственных круизных продуктов дела обстоят гораздо печальнее. Сегодня ни из одного порта Украины не стартует ни один международный круиз, организованный отечественными операторами. Исключение



составляет разве что паромные линии Одесса — Стамбул, Ильичевск — Варна или Ильичевск — Батуми — Потти, но их скорее можно отнести к регулярным пассажирским перевозкам по морю, чем к круизам.

В то же время еще около 30 лет назад отечественные круизные лайнеры, принадлежащие Черноморскому морскому пароходству, ходили по Черному морю строго по расписанию во внутрисоюзном сообщении. Осуществлялись силами ЧМП и международные круизы. Но тогдашние Крымско-Кавказские круизные линии отошли в прошлое вместе с Черноморским морским пароходством — самым большим пароходством бывшего СССР по количеству круизных судов.

Украинские предприниматели не раз делали попытки восстановить отечественный круизный продукт. Но законодательные препоны и глухота властных структур к просьбам о содействии сводят на нет все усилия. Наглядным примером служит недавняя попытка создать круизное сообщество по маршруту Одесса — Ялта — Сочи — Стамбул — Одесса на пассажирском пароме «Южная Пальмира» вместимостью 452 человека. По словам представителя компании-оператора судна, было выполнено всего три рейса: выходя из Ялты, теплоход

покидает территорию Украины, и все пассажиры, чтобы следовать далее по маршруту, должны были покинуть борт судна с вещами для прохождения пограничного и таможенного контроля. Эта процедура длилась около 3-х часов. Что мешает Госпогранслужбе и Гостаможслужбе организовать контроль круизных туристов так, как это осуществляется в поездах международного следования — совершенно непонятно. Однако ясно, что без кардинального изменения государственной политики, в том числе со стороны контрольных служб, в отношении туризма, о конкурентоспособном отечественном турпродукте в области круизов остается только мечтать.

Выездной круизный туризм

Исходя из изложенного выше, неудивительно, что все большее количество украинцев предпочитают участвовать в иностранных круизах, с точками отправления в Европе, Дубае, на Карибах и т.д. По крайней мере, так утверждают отечественные круизные агенты. К сожалению, подтвердить или опровергнуть эти тенденции невозможно — турист, который вылетает в Дубай с целью участия в морском круизе, считается обычным выездным туристом, и отечественная статистика никак иначе его не фиксирует. Нет статистики круизных туристов в зависимости от их гражданства и на сайтах ведущих круизных операторов — по крайней мере, в открытой их части. Таким образом, государству для получения корректных данных об этом виде выездного туризма необходимо изменять, кроме всего прочего, еще и подход к сбору статистических данных от туристических компаний, заинтересовывая их предоставлять возможно более полные и объективные сведения. ➔

→ **Лариса СЛОБОДЯН,**
генеральный директор
компании «Экспресс-Вояж»:

«Экспресс-вояж» — генеральный представитель в Украине ведущего мирового круизного холдинга Royal Caribbean Cruises Ltd.



и избранный туроператор компании SilverSea, предлагает украинским путешественникам более 750 маршрутов, охватывающих весь мир: от Средиземноморья до Карибов и от Аляски до Галапагосских островов. Круизы от «Экспресс-вояж» — это лучшие цены, самые выгодные условия для агентов и уникальная система бронирования в режиме онлайн.

Событием на туристическом рынке стало введение нашего обновленного круизного сайта. Мы реструктуризировали круизный сайт www.cruiseexpress.com.ua, и с 15 января любое агентство или прямой клиент могут забронировать любой из 750 маршрутов на 30 лайнерах RCCL в режиме реального времени. Сайт позволяет не только забронировать каюту, но и виртуально ее осмотреть, а также совершить виртуальное путешествие по лайнеру.

По сравнению с 2008 годом, количество туристов увеличилось вдвое. Самыми популярными круизными маршрутами остаются морские путешествия по Карибам, круизы по Юго-Восточной Азии, круизы по Персидскому заливу из ОАЭ.

Особенностью отдыха наших туристов в зимний период

было то, что они совмещали отдых на лайнере с пляжным отдыхом в Майями, Бали, Дубаи. Мы уверены, что наши туристы, отправившись в круиз-тур, получили больше впечатлений, чем те, кто ограничился просто пляжным отдыхом в теплых странах.

Если говорить о майских праздниках, то в этот период наиболее популярны путешествия по Карибам на мегалайнере компании RCCL «Oasis of the seas». На этом супергиганте рекордным водоизмещением 225 тысяч тонн реализовано настоящее архитектурное чудо — «Центральный парк». Революционный дизайн этого сооружения распахнул в небо самое сердце корабля, покрыв его роскошным парком на площади, сопоставимой по раз-

меру с футбольным полем. Благодаря современным технологиям пассажиры смогут, не покидая лайнера, насладиться неспешными прогулками по цветущим тропическим садам. Кроме того, всех пассажиров Oasis of the Seas несомненно поражает «АкваТеатр» — оборудованная в форме амфитеатра на корме лайнера водная площадка для акробатов и синхронных пловцов с художественной постановкой на воде. В дневное время все желающие могут поплавать в самом большом (15,7 м) и глубоком (6,6 м) бассейне, которые когда-либо устанавливались на лайнерах.

По всем прогнозам, в 2010 году очень активно будет развиваться круизное направление. Ведь в круизных турах и рентабельность неплохая, кроме того, это готовый продукт. →





ЕКСПРЕС-ВОЯЖ

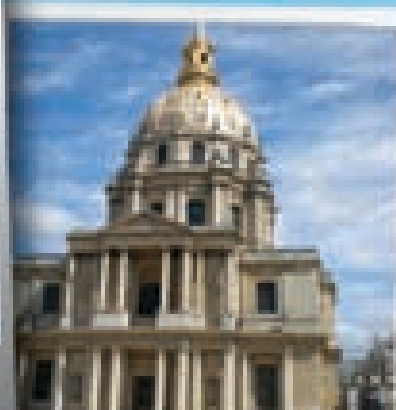
*Коли подорож -
задоволення!*



Морські круїзи



Італія



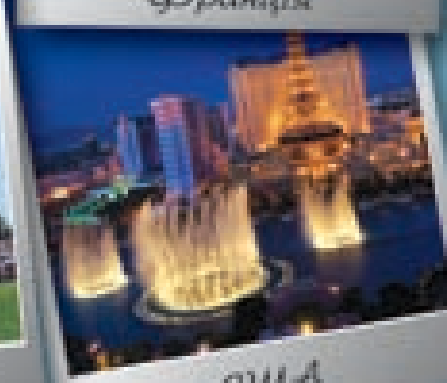
Франція



Чехія



Діснейленд



США

**Перший онлайн магазин круїзів
Авіаквитки по всьому світу**

/044/ 499-54-54

www.cruisexpress.com.ua

www.express-voyage.com.ua

→ **Светлана
МЕЛЬНИК,
менеджер круизного
отдела, ФДП
«Укрферри Тур»:**

Прошедший год показал, что в условиях кризиса проблемы возникли на всех туристических направлениях.

Туризм — не та статья расходов, чтобы тратить на него последние деньги. Цены за круизы хотя и не столь высоки, как принято считать, но, тем не менее, предполагают вполне серьезные затраты на отдых. Казалось бы, число потенциальных клиентов должно было уменьшиться. Однако, вопреки всему, мы, как операторы по круизам, наблюдаем увеличение спроса на данный вид отдыха, что еще раз убеждает нас в «плавучести» нашего продукта.

Надо также отметить, что существует такое понятие, как возвратность туристов. И именно в круизном сегменте этот показатель достаточно высок. 90% наших клиентов, один раз «попробовав» этот вид отдыха, навсегда уже становятся морскими путешественниками. Причина этого феномена проста — за соизмеримые с сухопутным отдыхом, а то и меньшие, деньги можно поселиться на неделю в роскошном плавающим отеле с полным набором всей возможной инфраструктуры, который каждое утро будет оказываться в новом городе или даже новой стране. В круизе удастся совместить насыщенность экскурсионного тура с комфортом пляжного отдыха в хорошем отеле. Туристы при этом ощущают полноценность своего отдыха, а мы, как турфирма, уверены — клиент



еще не раз обратится к нам.

Сегодня круизные маршруты охватывают весь мир, однако, как и другие сегменты туристической отрасли, круизный туризм имеет зависимость от сезона. Летом украинцы, как и европейцы, любят морские круизы по Европе. Прошлым летом в Средиземноморье было очень много лайнеров как на недельных круизах (Западное и Восточное Средиземноморье), так и по маршруту «Большое Средиземноморье» продолжительностью от 2-х недель. По-прежнему очень популярны были круизы



«Панорама Средиземноморья» на лайнерах MSC с выходом из Одессы и круизы по Северной Европе, стартующие из Санкт-Петербурга. Нельзя не отметить «ценовую лояльность» к европейскому туристу круизной компании Holland America Line (премиум класс), по соотношению цены и качества им нет равных: 12-дневный круиз минувшим летом стоил \$1190.

Зимой, традиционно, были популярны теплые регионы плавания, т. е. круизы из США по Карибскому бассейну, в Южную Америку, Юго-Восточную Азию, по Индийскому океану с острова Маврикий. Впервые за последние годы на Новый Год была собрана группа в круизе по Панамскому каналу. В этом году Costa Cruises на недельный круиз «Сокровища Эмиратов» по Персидскому заливу поставила новый лайнер Costa Luminosa, настоящее чудо современных круизных технологий. Стоимость круиза на нем составляла от 599 евро.

Стабильной популярностью пользовались европейские круизы. Этой зимой круизная компания Costa Cruises оставила в Европе шесть круизных лайнеров, которые успешно ходили по Средиземноморью через Гибралтар по популярным в межсезонье круизным направлениям.

Бытует мнение, что круизы — далеко не доступный отдых. Тем более, что все говорят о том, что за последний год спрос сместился в сторону экономичных туров. Все категории клиентов снизили свои запросы. Круизы же неожиданно оказались антикризисным продуктом. Нам удалось сохранить большую часть нашей клиентской базы — основная масса людей из этой социальной категории не осталась без денег. Люди могут пожертвовать интенсивностью поездок, взять каюту подешевле, круиз покороче, но они обязательно возвращаются на борт лайнера.

А дороговизна круизов — это миф, существующий исключительно в головах наших людей. Да, когда-то круизы были престижным и дорогим видом отдыха. Престиж сохранился, но круизы стали массовыми и общедоступными. При

раннем бронировании можно приобрести круиз по значительно сниженной стоимости. Если же заранее купить и авиабилеты по недорогому тарифу, круиз получается более чем экономичным... Поэтому даже в кризисное время изменять своим предпочтениям в классности бронируемых круизов, категориях кают туристам нет необходимости.

Даже в кризис в Украине существует огромный потенциал для роста круизного рынка. Но чтобы реализовать его, круизные операторы должны совместными усилиями более агрессивно продвигать этот вид отдыха — морские круизы.

Сегодня мы сталкиваемся с неинформированностью туристов о том, что такое круизы, что этот вид отдыха доступнее и лучше наземного отдыха. Морские круизы по уровню предоставляемого сервиса всегда оказываются выше ожиданий. Но пока мало кто об этом знает. Во всем мире сейчас происходит острая борьба между операторами наземного отдыха и круизными компаниями «за умы» людей. В Европе, например, практически все круизные компании проводят масштабные рекламные кампании, и это при том, что в «Старом Свете» круизы имеют как минимум полувековую историю и о возможности преиму-

ществ круизного отдыха там знают все. Поэтому именно круизы по данным ЮНЕСКО признаны самым перспективным видом отдыха будущего. Наши зарубежные партнеры — мировые лидирующие круизные компании, также подтверждают, что круизный рынок продолжает стремительно развиваться. Круизные компании строят и спускают на воду новые роскошные круизные лайнеры. Думаю, секрет устойчивости круизов в том, что в кризис люди стали лучше считать деньги, а круизы — это выгодное и качественное вложение средств. Никакой наземный тур по стоимости, уровню сервиса, насыщенности программы не выдерживает сравнения с круизом. ➔

UKR FERRY TOUR
КРУИЗНЫЙ ЦЕНТР

Вокруг света за ~~8~~ **8** дней?
ЛЕГКО!

морские круизы по всему миру
круизы по рекам Европы

г. Киев, ул. В.Житомирская, 8-67/ОФИС 12
тел.: +38 (044) 279-77-99, 279-77-95,
279-78-89, 279-78-34
г. Одесса, ул. Елизаветинская, 18, офис 1
тел.: +38 (048) 234-79-95,
234-67-08, 784-12-14
Лич. ПДН: АБ №349635 от 02.10.2007 г.

→ **Людмила
СКОМОРОХОВА,
директор
круизного
департамента
туристической
компании
«АЛВОНА»:**



Спрос на круизы с каждым годом увеличивается. Туристы планируют свой отпуск и начинают бронировать круизы заранее. Особенно хорошо эта тенденция просматривается с прошлого года.

Самыми популярными маршрутами остаются Карибы, Европа. Растет доля популярности круизов и по азиатскому

пакетный продукт для туриста очень удобен. О туристах наша компания всегда заботится, предоставляет большой выбор отелей разной категории. Компания АЛВОНА имеет прямые контракты с ведущими мировыми системами бронирования туристических услуг. Это нам позволяет бронировать отели, экскурсии, транспортные услуги в режиме on-line.

Каждый турист производит бронирование в соответствии со своими возможностями.

2010 год показал себя перспективным, так как уже сегодня наши туристы бронируют

Очень актуальны сегодня круизы на лайнерах компании MSC. Большой интерес вызван тем, что рейсы начинаются в Одессе и завершаются в Одессе. В основном эти все круизы заполнены украинцами.

За текущий период увеличилось количество пассажирских лайнеров, которые принимает наш порт Одесса. Это весьма перспективная тенденция развития круизного бизнеса.

Если говорить об отличиях этого года от предыдущих, то хотела бы заметить, что клиенты стали раньше обращаться к нам с заявками на круиз. Конечно, этот параметр еще не достигает уровня Западной Европы или США, где круизы бронируются за год-полтора, однако тенденция очевидна.



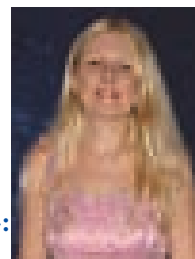
направлению. Интерес туристов возрос по всем направлениям, так как многие круизные компании пополнились новыми лайнерами. Туристы заинтересованы совершать круизы по различным регионам на более современных судах.

Наши туристы при бронировании круизов всегда обращаются с просьбой о дополнительных услугах. Как показала практика,

каюты на летний сезон, интерес проявляют к круизным маршрутам на осень и на зимний период 2010-2011.

Наш турист всегда любил путешествовать на лайнерах. Одесса — город морской. Многие хорошо помнят круизы отправлением из Одессы. И, естественно, отдают предпочтение самому комфортабельному виду путешествий — круизам.

**Ольга
ГАРБОВСКАЯ,
коммерческий
директор
туристической
компании
«АНТАРЕС ТУР»:**



Количество туристов, которых компания «Антарес Тур» отправила в морские и речные круизы в 2009 году, по сравнению с 2008 годом, не изменилось. Не в последнюю очередь потому, что предпочтения круизных туристов из года в год не меняются. На первом месте у наших клиентов, которые желают совершить круизное путешествие, стоят круизы по Средиземному морю из портов Италии и Испании, далее наиболее популярными являются круизы по Северной Европе и норвежским фьордам как из Санкт-Петербурга (Россия), так и из Копенгагена (Дания) и портов Великобритании, круизы Вокруг Европы и круизы по Восточному Средиземноморью из Одессы. При этом

такие круизы востребованы, в основном, в период с апреля по сентябрь каждого года. В период с ноября по апрель наиболее популярны круизы по Карибским островам из портов США и Доминиканской республики, осенью и весной — круизы по Юго-Восточной Азии. В зимний период также популярны круизы Вокруг Южной Америки (Бразилия, Аргентина, Уругвай, Чили) и круизы Австралия — Новая Зеландия. В период декабрь — апрель особой популярностью пользуются также круизы по Персидскому заливу из Дубаи/ОАЭ, а также круизы с острова Маврикий по Индийскому океану. Искушенные путешественники уже предпочитают круизы по Аляске из

портов США и Канады (Ванкувер, Сиэтл, Анкоридж), а также круизы США — Канада (Нью Йорк — Квебек), которые проводятся в период май — сентябрь.

Туроператор «Антарес Тур» предлагает своим туристам круизы на лайнерах круизных компаний класса стандарт, премиум и люкс. Для того, чтобы туристы вернулись довольными после своего отдыха, важно дать туристу правильное предложение по круизу, принимая во внимание класс круизной компании и цену круиза. Например, предлагая круизы по Европе от круизной компании класса «премиум» «HOLLAND AMERICA LINE» как назначенный агент по продажам в

Украине, мы можем отметить высокий уровень обслуживания на лайнерах этой компании, отличные маршруты и выгодные цены на круизы по соотношению цена/качество. При этом туристы в этом сезоне смогут совершить популярные круизы «Большое Средиземноморье из Барселоны в Венецию» на новом лайнере «Nieuw Amsterdam», который будет спущен на воду в июле (после инаугурации в Венеции лайнер совершит инаугурационный круиз по Восточному Средиземноморью из Венеции). А наши туристы очень часто выбирают круизный отдых именно на новых лайнерах.

Еще одним важным моментом в выборе круиза является наличие специальных предложений круизов по акционным ценам от ➔

АНТАРЕС ТУР




МОРСЬКІ КРУЇЗИ

КИЇВ, вул. АРТЕМА, буд. 58/2, ОФІС 1 WWW.ANTARES-TOUR.COM
 тел. 489-6071, 484-4522, 482-3638

→ круизных компаний. Так, например, круизная компания MSC предлагает очень выгодные цены на недельные круизы по Западному Средиземноморью из портов Италии и Испании на мегалайнерах нового поколения MSC SPLENDIDA и MSC FANTASIA на весь сезон. Также необходимо отметить регулярные недельные круизы «Классическое Средиземноморье из Испании» на лайнере «Norwegian Jade» круизной компании «Norwegian Cruise Line». В этом году круизная компания добавила еще один порт посадки и предлагает совершить эти круизы из Барселоны либо из Пальмы де Майорка,

что позволяет скомбинировать круиз с отдыхом в Барселоне, на Коста Браве, Коста Дораде или той же Майорке. На эти круизы также всегда есть специальные предложения, которые по соотношению цена/качество значительно превосходят круизы по аналогичным маршрутам на лайнерах круизных компаний более низкого уровня. Для того чтобы оценить уровень круизной компании NCL, мы в октябре прошлого года организовали для наших агентов из разных городов Украины осмотр лайнера «Norwegian Jade» в Одессе. В классе люкс предпочтения туристов отданы круизной компании

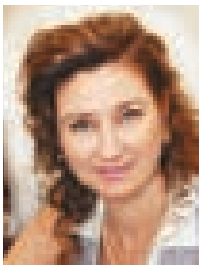
«Crystal Cruises», а также круизной компании «Cunard». 6 апреля 2010 г. лайнер «Crystal Serenity» круизной компании «Crystal Cruises» будет находиться в Одессе, и мы проведем для наших агентов ознакомительное посещение лайнера с осмотром кают и общественных мест.

Исходя из всего приведенного выше, в 2010-м году, на наш взгляд, количество украинцев, отправляющихся в круизы, будет возрастать, в основном благодаря наличию специальных ценовых предложений по круизам от различных круизных компаний, а также росту популярности круизного отдыха у наших граждан.



**Елена ПОПЛИНСКАЯ,
директор туристической
компании «Тартус-Тур»:**

Очень радует тот факт, что количество туристов, которых отправляет компания «Тартус-Тур» в морские или речные круизы, увеличивается с каждым годом. Наши клиенты в основном предпочитают традиционные маршруты по восточному и западному Средиземноморью, по Норвежским фьордам и странам Скандинавии, по Южной Америке, Бразилии, Аргентине, Уругваю. Есть клиенты, которые выбирают экзотические маршруты во Французскую Полине-



зию, Юго-Восточную Азию, Австралию, Новую Зеландию. Предпочтения наших клиентов по отношению к классности бронируемых круизов, то есть к категориям выбираемых кают, не изменилось. Большинство туристов хочет путешествовать эконом-классом. Хотя есть слой клиентов, который выбирает каюты с балконом, категории полулукс, люкс и только на новых теплоходах.

Не может не радовать, что наблюдается тенденция возрастания количества украинцев, отправляющихся в круизы. Те, кто однажды познакомился с морем, не расстанется с ним никогда. Это любовь на всю жизнь. ■



Круизы по рекам Европы

Дунай • Рейн • Майнц • Одер

для туристов русскоязычных!

Морские круизы

Круизная компания OPTIMA русские группы

Средиземноморье из Одессы

Вокруг Европы

Северная Европа и Фьорды

из Санкт-Петербурга

тел. в Одессе: +38 (0482) 429 122; тел. в Киеве: +38 (044) 592-95-94

E-mail: manager@optima.com.ua www.tartustour.com.ua

«Грязевые» регионы Украины



Анзор КОРШУНЕНКО

«Куяльник» – эталон отечественной пелоидотерапии

В Одессе расположена крупнейшая грязевая лечебница страны «Куяльник». Куяльнические грязи по своим лечебным свойствам признаны эталонными. Они содержат комплекс биологически активных веществ, макро- и микроэлементов, способствуют уменьшению воспалительных процессов, стимулируют защитные и приспособительные реакции, восстанавливают функции поврежденных органов и систем организма. Важное лечебное значение имеет рапа Куяльницкого лимана. Одноименная минеральная вода с успехом используется для лечения больных с заболеваниями желудочно-кишечного тракта.

СЕГОДНЯ НА ТЕРРИТОРИИ НАШЕЙ СТРАНЫ ЕСТЬ ЧЕТЫРЕ РЕГИОНА, ГДЕ СОСРЕДОТОЧЕНЫ ГРЯЗЕВЫЕ КУРОРТЫ – ОДЕССА, КАРПАТСКАЯ ЗОНА, НЕКОТОРЫЕ РАЙОНЫ АЗОВСКОГО ПОБЕРЕЖЬЯ И, КОНЕЧНО ЖЕ, КРЫМ. ЗА ПРЕДЕЛАМИ ЭТИХ ТЕРРИТОРИЙ КОЕ-ГДЕ ВСТРЕЧАЮТСЯ «ТОЧЕЧНЫЕ» МЕСТА РАСПОЛОЖЕНИЯ ЛЕЧЕБНЫХ ГРЯЗЕЙ, КАК, НАПРИМЕР, СЛАВЯНСК В ДОНЕЦКОЙ ОБЛАСТИ, БАЛЬНЕОГРЯЗЕВОЙ КУРОРТ В МИРГОРОДЕ (ПОЛТАВСКАЯ ОБЛАСТЬ), ТОРФЯНЫЕ ГРЯЗИ НА ВОЛЫНИ И НЕКОТОРЫЕ ДРУГИЕ МЕСТОРОЖДЕНИЯ ЦЕЛЕБНОГО МИНЕРАЛЬНОГО ИЛИ ОРГАНИЧЕСКОГО СЫРЬЯ

На курорте проводится лечение больных с заболеваниями нервной системы (неврологические синдромы остеохондроза позвоночника, последствия перенесенных арахноидитов, состояния после перенесенных невритов черепных и периферических нервов и др.), в том числе и у детей (детские церебральные параличи, неврозы, неврозоподобные состояния и др.). Сюда же направляются на лечение взрослые и дети с заболеваниями

ми опорно-двигательного аппарата (артрозы, артриты, ревматоидные полиартриты, состояния после перенесенных остеомиелитов, переломов костей, врожденные вывихи тазобедренных суставов, сколиозы и др.).

Карпатский «грязевой» пояс

В Карпатской зоне бальнеологические и бальнеогрязевые курорты расположены, главным образом, неподалеку от Львова – в Моршине, Немирове и Трускавце. В

Моршине имеются рассольные хлоридно-сульфатные натриево-магнєвые воды, в разбавленном виде используемые для питьевого лечения и ванн, кроме того — торфяная грязь и озокерит. Имеется несколько источников слабоминерализованных (0,17-4,4г/л) вод. Тоже самое в Немирове. Трускавец, в свою очередь, известен как город, где располагается источник слабоминерализованной гидрокарбонатной кальциево-магнєвой воды «Нафтуся» с содержанием сернистых углеводов и летучих органических веществ. Эта вода применяется для питьевого лечения. Курорт располагает и другими источниками минеральных вод, применяемых для ванн (сероводородные ванны, рассолы), ингаляций, полосканий и питьевого лечения (хлоридные, натриевые, хлоридно-сульфатно-натриевые и др.). Здесь практикуется и озокеритолечение. Формально озокерит (его еще называют горным воском) не является грязью, однако схемы применения этого органического ископаемого, а также заболевания, при которых озокеритолечение эффективно, во многом сходны с пелоидотерапией.

В западной части страны есть еще один бальнеологический курорт в Закарпатье — курорт «Карпаты» в Свалявском районе Закарпатской области.

Крым — гордимся историей

На Крымском полуострове основными источниками лечебных грязей являются озера Саки, Сасык, Мойнаки и Чокрак, однако действующий курорт остался только в районе Саки. Сакская грязь оказывает разностороннее действие на

основные функции и системы человека: дыхание, кровообращение, обмен веществ и выделение. Уникальное сочетание органоминерального комплекса, микроэлементов, солєнасыщенного раствора, биологически активной органики и газового фактора во взаимосвязи с тепловым или электрическим воздействием оказывает косметический, противовоспалительный, антибактериальный, рассасывающий эффекты с усилением обменных процессов на пораженных участках тела. Под влиянием грязи на иммунную систему человека активизируются защитные силы организма, способствующие стойкому выздоровлению. Многолетняя клиническая апробация сакских грязей неизменно подтверждает их высокую терапевтическую эффективность и отсутствие побочных эффектов. На лечение в Саки часто приезжали знаменитости. В 1835 годы здесь лечился Николай Гоголь, в 1880 году — Леся Украинка, в 1902 году — флотоводец Макаров, в 1962 году — летчик-космонавт Георгий Титов.

Донбасс — славен не только шахтами

Наконец, из крупных курортов Приазовья и Донбасса заслуживают упоминания грязелечебницы в Славянке и Бердянске. Славянский курорт, более известный в сокращенном варианте как «Славкурорт», — один из старейших бальнеогрязевых курортов Украины. Здесь для лечения используются сульфидные иловые грязи, рапа, целый набор минеральных вод. В Славянске осуществляется лечение больных с заболеваниями опорно-двигательного аппарата,

нервной и сердечно-сосудистой систем, гинекологическими заболеваниями. К основным лечебным факторам относятся сульфидная иловая грязь соленых озер Рєпное и Слепное.

Что касается Бердянска, то формально этот курорт к Донбассу не относится — город расположен на территории Запорожской области. Однако природные условия степей Донбасса и Приазовья позволяет отнести его к одной климатической, а значит, и лечебно-оздоровительной зоне. В Бердянске для лечения используется иловая сульфидная приморская среднеминерализованная грязь и рапа озёр Красное и Великое.

Украинское Полесье

Для этой природной зоны характерны леса и торфяные болота, в которых содержатся лечебные грязи органического происхождения. Их, как правило, используют для общеукрепляющих оздоровительных процедур, а также при терапии некоторых заболеваний внутренних органов, кожи и мочеполовой системы.

Как видим, наше государство располагает более чем приличными ресурсами для активного развития отрасли грязелечения, реконструкции действующих курортов и строительства новых. В существующей сети санаторно-курортных учреждений есть квалифицированные специалисты, вполне приличное медицинское оборудование и прочие условия, необходимые для успешного лечения, совмещенного с отдыхом. Тем не менее, отечественной пелоидотерапии, а значит, и связанной с ней отраслью туристических услуг, присущи определенные проблемы, о сути которых мы расскажем в нашей следующей статье. 

«Грязные» ДОХОДЫ ТУРФИРМ. ГДЕ ОНИ?

Дмитрий ЯНЕНКО

Перспективный турпродукт

Грязевые курорты Украины могли бы стать источником дохода для государства, средством привлечения туристов и способом повышения международной популярности нашей страны. А значит, дополнительным источником дохода для туристических компаний. Но пока что санаторно-курортные учреждения, использующие этот ресурс, являются по большей части источником головной боли для властей. Даже в благополучные времена, не говоря уже о кризисных временах, грязевые курорты не являлись особо привлекательными для потенциальных инвесторов.

В то же время грязелечение — это туристический продукт, пользующийся стабильным спросом независимо от сезона. Напомним, оно применяется при заболеваниях опорно-двигательного аппарата, периферической нервной системы, женской и мужской половых систем. Лечение природными грязями называют пелоидотерапией (от греческого «пелос» — «грязь»).

Наиболее часто в процедурах применяются иловые отложения в пресных озерах (сапропель), сульфидные иловые грязи, которые залегают на дне соленых озер и морских лиманов, а также торфяные грязи, которые образуются в болотах. В местах



залегания лечебных грязей часто находятся и источники минеральных вод, поэтому в таких районах, как правило, располагаются как чисто бальнеологические («водные») или грязевые, так и комбинированные бальнеогрязевые курорты.

Реализуем ли «грязевой» потенциал?

Большинство специалистов сходятся во мнении, что развитию грязелечебниц в Украине мешает отсутствие, прежде всего, сопутствующей инфраструктуры — приличных дорог,

транспортных маршрутов, стабильного водоснабжения и пр. В туристической отрасли это является одним из основных сдерживающих факторов. В каждом из упомянутых регионов есть свои недостатки, сдерживающие потоки туристов.

Донбасс: курорты утопают в мусоре

В Донецкой области к таковым относится, в первую очередь, санитарное состояние той местности, где расположен «Славкурорт». Казалось бы, туристическая привлекательность региона должна лишь повышаться из-за того, что непода-

леку находится один из мировых духовных центров православия — Святогорская Лавра, а также ряд других достопримечательностей и крупных курортов. Но ее сводит на нет одно и то же: проблемы с вывозом мусора и неспособность коммунальных служб оградить отдыхающих от зловредных обитателей донецкой лесостепи — клещей, ядовитых змей, бродячих собак и пр. Но похоже, местная власть это не очень понимает: «Когда мы говорим о европейском сервисе, нужно учитывать, говорим ли мы о пятизвездочных отелях или о том, что предлагают в Европе обычным туристам. Так вот, во втором случае у нас уже сервис практически не отличается. И по цене, и по качеству», — оправдывался мэр Славянки Валентин Рыбачук. Хотя вряд ли туристы захотят поехать даже на самый целебный курорт, заваленный мусором...

Крым: что имеем — не храним

В Крыму главной проблемой, помимо высокого уровня коррупции в местных советах, особенно среди клерков, занятых администрированием туризма и земельными вопросами, является высокая степень «запущенности» озер с лечебными грязями. Во-первых, уже давно не проводилось геозкологических исследований, поэтому власти полуострова даже не в состоянии точно сказать, что же они предлагают инвесторам. Вопросами сохранности и эксплуатации лечебных грязей крымский парламент озаботился только после того, как Крым, фактически, потерял один из важнейших курортов на озере Мойнаки. «О грязевом озере Мойнаки сегод-



ня можно говорить только в плане его реанимации», — сообщил после изучения ситуации глава постоянной комиссии ВР Крыма по рекреационному комплексу Евгений Михайлов. — А грязевое озеро Чокрак практически не освоено, и по-настоящему им никто не занимается».

Официальные лица декларируют намерение развивать

грязевые курорты и санатории с другими видами лечения в АРК. «Аналогов нашим санаториям, где можно не только отдохнуть, но и пройти курс лечения, на других курортах, за исключением постсоветских республик, нет. Поэтому здравницы востребованы. Но все это говорит только о том, что реконструкцию курортной отрасли Крым должен настойчиво продолжать», — заверял министр курортов и туризма Крыма Владимир Савельев.

В Одессе и Приазовье привлечению туристов мешают проблемы с водой, во Львовской области — состояние дорог... Не секрет, что в Украине при реализации крупных инвестиционных проектов затраты на инфраструктуру пытаются повесить на бизнесменов. Но в «грязевой» отрасли это не проходит, что загоняет ситуацию в тупик. И выход из этого тупика только один — господдержка в создании приличной «рамки» для бесценных пейзажей с украинскими курортами.

УТ



«ТАКСИ-БЛЮЗ» ПО-УКРАИНСКИ



Одной из важнейших составляющих туристической привлекательности той или иной страны, своеобразной ее «витриной» для иностранного туриста, являются службы такси. Услугами таксомоторов пользуются не только индивидуальные туристы, но и члены организованных групп в свободное время, деловые туристы, гости отелей, курортно- рекреационных или развлекательных комплексов. Случается, что ничем, кроме легкового таксомотора, до того или иного туристического объекта добраться не удастся — автобусные маршруты туда либо не проложены, либо условия перевозки пассажиров являются для туристов неприемлемыми.

Услуги трансфера небольших туристических групп из транспортных терминалов к местам их проживания также зачастую осуществляются с помощью таксомоторных компаний — далеко не каждый отель или курорт содержит на балансе автотранспортное подразделение. Следовательно, услуги такси — это важная составляющая туристической индустрии.

ТАКСОМОТОРНЫЕ УСЛУГИ ЯВЛЯЮТСЯ ВАЖНОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА, ВО МНОГОМ ВЛИЯЯ НА ВОСПРИЯТИЕ СТРАНЫ И РЕГИОНА ИНОСТРАННЫМИ И ИНОГОРОДНИМИ ТУРИСТАМИ. ТАКИМ ОБРАЗОМ, ТУРИСТИЧЕСКИМ КОМПАНИЯМ И ОБЪЕКТАМ ИНФРАСТРУКТУРЫ СТОИТ СО ВСЕЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ ПОДХОДИТЬ К ВЫБОРУ ПАРТНЕРА – ТАКСОМОТОРНОГО ПЕРЕВОЗЧИКА

Насколько цивилизованным является рынок таксомоторных перевозок в Украине? С какими компаниями руководством туристических фирм и инфраструктурных объектов стоит иметь дело, а каких лучше избегать? Насколько действенным и эффективным является государственное регулирование в отношении рынка таксомоторных перевозок? Об этом, а также о многом другом, наша сегодняшняя беседа с первым заместителем начальника Главной государственной инспекции на автомобильном транспорте Министерства транспорта и связи Украины Владимиром БАЛИНЫМ.



— Владимир Анатольевич, среди сотрудников иностранных туристических компаний, да и самих иностранных туристов, популярны «ужастики» об украинских такси. Не секрет, что отечественные «извозчики» «заламывают» непомерные цены со всех, кто кажется им иностранцами, да и просто иногородними. Бывает так, что стоимость проезда вдруг изменяется уже в пути, да и многих из водителей такси, мягко говоря, никак нельзя назвать культурными... Так ли на самом деле все печально в отечественной индустрии услуг такси?

— Сегодня в Украине существует нормативная база, посредством которой должен регулироваться рынок таксомоторных перевозок в государстве. Можно много дискутировать по теме необходимости

совершенствования действующих норм и правил, но проблема в том, что практически все органы государственной власти и местного самоуправления не применяют их в своей практической деятельности для создания цивилизованного рынка таксомоторных услуг. При этом полностью отсутствует координация между различными властными структурами.

Закон устанавливает, что каждый таксомотор должен быть оборудован соответствующей атрибутикой: таксометром, сигнальным фонарем с шашечками, индикатором занятости (тем самым «зеленым огоньком») и т.д. Кроме того, каждая компания, предлагающая услуги таксомоторных перевозок, должна быть лицензирована, а каждый таксомотор иметь на борту целый пакет документов, в первую оче-

редь — лицензионную карточку. Но в большинстве случаев этого нет — хорошо, если в стране лицензировано 10% всех такси! Что же касается таксомоторных компаний, которые дают рекламу в СМИ, то по большей части это обычные диспетчерские центры, деятельность которых не подлежит лицензированию. Таким образом, заказывая автомобиль через такой диспетчерский центр, клиент рискует получить услуги от нелегального перевозчика, т.е. автомобиль, не оборудованный, а следовательно, непригодный для предоставления услуг такси. Я совершенно уверен, что практически все «ужастики», которые происходили с иностранными туристами в украинских такси, происходили с «дикими», т.е. нелегализованными таксомоторами.

— В Одессе рассказывают анекдот: «Вам шашечки нужны или ехать?» На мой взгляд, он весьма актуален и сегодня: ведь клиенту неважно, кто его везет, есть ли у водителя лицензионная карточка или он впервые о таком документе слышит — ему лишь бы доехать!

— Вот именно, ДОЕХАТЬ. Причем безопасно, т.е. не попасть в аварию, в срок, за оговоренную цену. А еще крайне желательно, чтобы водитель вел себя, по крайней мере, вежливо, например, не курил в салоне, не включал шансон... При необходимости помог бы донести до машины чемоданы, да и был бы одет опрятно, например в униформу... Но самое главное, по крайней мере, с точки зрения государства — это безопасность перевозок. Т.е. клиент должен быть уверен, что доедет до места назначения живым и здоровым. Именно для этого служит →

Ирина КОРДА, владелица частного пансионата «Афалина», Севастополь:

Наш пансионат начинал сотрудничать почти со всеми таксомоторными компаниями в Севастополе. Остановились на радиотакси 060 и 052 (компания «Престиж-такси»), которая оказалась наиболее ответственной и восприимчивой к нашим требованиям. Так, когда у нас появляются замечания к тому или иному водителю, мы высказываем их старшему диспетчеру, после чего компания проводит с водителем соответствующую работу. А в случае неэффективности принятых мер, этот водитель отстраняется от выполнения наших заказов.

В результате наше сотрудничество длится уже 5 лет. Одной из самых востребованных услуг является встреча отдыхающих на вокзале в Севастополе в любое время суток. Кроме того, администратор пансионата заказывает такси отдыхающим для поездок в город, а если необходимо — и за его пределы.

Для удобства наших гостей в каждом номере имеется визитка компании «Престиж-такси» с номером телефона диспетчерской службы. Также указан на визитке и номер карточки клиента пансионата, поэтому наш гость может сам заказать такси в городе и вернуться в

пансионат - все таксисты компании знают, как найти наш пансионат.

Я считаю, что для того, чтобы сотрудничество отеля или другого инфраструктурного объекта с таксомоторной компанией было эффективным и удовлетворяло обе стороны, стороны должны предоставлять для перевозок исправные, современные автомобили с большими багажниками (для чемоданов отдыхающих), оборудованные счетчиком километража с распечаткой чека, в таксомоторной компании должны работать воспитанные и аккуратные водители, ответственные и инициативные диспетчеры. Кроме того, сторонам необходимо четко прописать должностные инструкции водителя. Водители должны знать, что в их обязанность входит: выйти из машины, открыть багажник, который всегда должен быть пустым и чистым. Салон машины не может быть прокуренным, музыку водитель может слушать с согласия пассажира и т.п. Желательно, чтобы водитель был в фирменной одежде.





➔ лицензия автоперевозчика. Наличие этого документа подразумевает безусловное выполнение лицензионных условий, что означает соблюдение требований по условиям хранения транспортных средств, их технического обслуживания и ремонта экипировки, определенный уровень квалификации персонала

ла, организацию мероприятий, направленных на профилактику дорожно-транспортных происшествий.

Прежде всего, это означает, что на автотранспортном предприятии, в данном случае — в таксопарке, осуществляются ежедневные контроль технического состояния автомобилей и

медосмотр водителей. Согласитесь, это одно из основных условий безопасности перевозки.

— Что бы Вы посоветовали руководителям туристических фирм и инфраструктурных объектов касательно выбора партнера в среде таксомоторных компаний? С кем стоит иметь дело, а от кого лучше держаться подальше?

— Руководителям туристических фирм и инфраструктурных туристических объектов перед тем, как заключать договоры о сотрудничестве с таксомоторными компаниями, я бы советовал интересоваться наличием у них лицензии, а у автомобилей, которые будут обслуживать их клиентов — лицензионных карточек. Сотрудники наших территориальных управлений с удовольствием проконсультируют ваших читателей на предмет наличия или отсутствия лицензии у того или иного таксомоторного перевозчика.

Более того, я глубоко убежден, что для того, чтобы сотрудничество было эффективным и приносило минимальное количество проблем, необходимо знать о партнере как можно больше. В конце концов, это вопросы безопасности бизнеса. А также прописывать все требования, например, к качеству обслуживания, в договоре сотрудничества. Сегодня уже нетрудно найти клиентоориентированного таксомоторного перевозчика — конкуренция в этом бизнесе очень высока, в результате в нашей стране уже появились и VIP-таксомоторы, и автомобили по заказу, и такси с высококультурными водителями, прошедшими специальную подготовку... (Я, к примеру, убежден, что КАЖДЫЙ водитель такси должен проходить спецподготовку). Сегодня крупные таксомоторные компании или

Сергей ПОСПИЛЬКО, директор таксомоторной компании «Элит», г. Херсон:

Наша компания сотрудничает с несколькими отелями в курортной зоне Херсонщины (например, «Фаворит» в Железном Порту), а также в самом Херсоне (к примеру, отель «Дилижанс»). Водители, работающие в нашей компании, по заявкам администрации этих отелей встречают их клиентов на ж/д вокзале, в аэропорту, на автовокзале. А также, разумеется, доставляют гостей на транспортные терминалы. Такое сотрудничество является приоритетным не столько для нас, сколько поднимает престиж этих отелей среди их клиентов. Ведь не каждый отель может себе позволить такую услугу — встречу и отправку посетителей на такси «Элит».

Мы ведь не зря носим такое название: для водителей нашей компании это обычная ежедневная работа - обслуживание клиентов на высшем уровне. Поэтому сотрудничество с отелями нам интересно еще и, так сказать, на перспективу: ведь таким образом о нашей таксомоторной компании «Элит» узнают жители других городов, и даже стран.

На мой взгляд, сегодня нет никаких факторов, которые бы мешали нашей компании, а также другим таксомоторным службам, развивать сотрудничество с туристической инфраструктурой.

объединения перевозчиков одевают водителей в униформу, эти водители, например, с удовольствием помогут донести вещи клиента до места назначения... Однако хватает и «диких» такси, которые портят впечатление о стране, не придерживаются никаких правил — ни в безопасности перевозок, ни в обслуживании клиентов. Удаление таких «горе-таксистов» с рынка — дело кропотливое, для этого требуются совместные усилия многих людей и организаций. Но повысить качество обслуживания туристов касательно таксомоторных услуг турфирмы и инфраструктурные объекты могут уже сейчас. А значит, и повысить привлекательность туристической отрасли Украины в целом.

Беседа вел Юрий САМОЙЛОВ



Леонид БОЙКО, глава Всеукраинской общественной организации «Українське таксі»:



Потенциально Украина является очень привлекательной для иностранных туристов страной. Однако любая страна начинается с транспортного терминала, т.е. аэропорта, ж/д или, скажем, морского вокзала, откуда многие туристы отправляются в отель а такси. К сожалению, в отношении таксомоторного обслуживания в Украине далеко еще не все благополучно: иностранцев шокирует навязчивый, а иногда и грубый, сервис со стороны украинских таксистов. Я уже не говорю о том, что стоимость проезда для иностранных граждан необоснованно завышается и зачастую превышает тарифы в Европе, при этом техническое состояние и оборудование автомобилей и близко не соответствует представлениям европейцев о таксомоторах.

В то же время в Украине уже есть цивилизованные таксомоторные службы, лицензированные в соответствии с требованиями украинского транспортного законодательства, и полностью соответствующие общепризнанным мировым требованиям к перевозкам на такси. Некоторые из них являются членами нашей ассоциации. В частности, во Львове уже появились таксомоторы, оборудованные для расчета банковскими карточками.

К сожалению, неблагоприятная криминальная обстановка в транспортных терминалах, а также нежелание властных и правоохранительных органов обращать внимание на эти вопросы, не дает возможности членам нашей ассоциации нормально работать на этих объектах.

Что же касается сотрудничества с инфраструктурными объектами, то они предпочитают заключать договоры с таксомоторными компаниями о комплексном обслуживании пассажиров. Например, о встрече на вокзале или в аэропорту с именной табличкой и дальнейшей доставке клиента к месту назначения.

Как правило, в таких договорах прописываются ценовые рамки услуг, а также обязательный минимум действий водителя (к примеру, помощь в переносе багажа). Такие отношения являются предсказуемыми и цивилизованными, поэтому приобретают все большую популярность среди инфраструктурных объектов, и сдерживаются лишь теми негативными факторами, о которых я уже упоминал.

ЛЕЧИМСЯ ДОМА!

Юрий САМОЙЛОВ

ВНУТРЕННИЙ
МЕДИЦИНСКИЙ ТУРИЗМ:
ПЕРСПЕКТИВНО, НО
МАЛОРАЗРАБОТАНО

Забота о здоровье для каждого человека является одной из главных жизненных потребностей. Поскольку система бесплатной медицины советского образца в Украине давно разрушена, а viable альтернативы на национальном уровне не существует, каждый гражданин решает проблемы со своим здоровьем индивидуально. Те, кому позволяют средства, ездят лечиться за границу, пополняя, таким образом, ряды медицинских туристов, кто-то становится клиентом коммерческих медицинских организаций по месту жительства, но большинство по-прежнему пользуется услугами районных поликлиник, принося туда конверты с «дарами» или «благотворительными взносами».

Однако существует и еще одна возможность, которой граждане Украины пока еще массово не пользуются. Эта возможность — внутренний медицинский туризм. В нашей стране он в большинстве случаев является индивидуальным и направленным в одну сторону — в столицу.

Предпосылки турпродукта

Уровень многих как государственных, так и частных медицинских учреждений в Украине уже достиг европейского (или



максимально к нему приближается). В то же время, у таких медучреждений не существует координации в определении стоимости предоставляемых услуг, поэтому цены на лечение и оздоровление могут различаться в разы.

Их клиентура — это на 99% местные жители, остальные — их родственники или случайные посетители, которые, в основном, обращаются в такие заведения для экстренной помощи. Как правило, такие учреждения, особенно в небольших городах, страдают от недостатка клиентов. Исключение составляют лишь некоторые столичные и особо известные региональные медицинские центры.

Следовательно, для существенного увеличения количества принимаемых клиентов, медучреждения могут охотно

пойти на сотрудничество (например, в области комиссионных) с организациями, которые станут им поставлять дополнительных пациентов.

На наш взгляд, в роли таких организаций могут выступить отечественные туристические компании.

Медицина в пакете

Пациент, приезжающий на обследование, лечение или оздоровление в другой регион, нуждается, как минимум, в 3-х видах услуг: проживании, питании (возможно, диетическом — в соответствии с рекомендациями медиков) и собственно медицинских услугах. Кроме того, многие пациенты нуждаются также в организации проезда к месту лечения, трансферах (если лечебное учреждение находится в сельской местности), экскурсионном обслуживании и развлечениях. Все это — сфера

деятельности туристических компаний. По этой причине при грамотном представлении продукта люди, нуждающиеся в лечении или оздоровлении, охотно станут клиентами турфирм.

Представление турпродукта

С точки зрения клиент-рекрутинга, освоение внутреннего медтуризма как нового продукта станет наиболее комфортным для двух категорий турфирм: специализирующихся на выездном медтуризме, а также тех, которые сотрудничают с санаториями. Что касается последних, то многие из них сами по себе имеют неплохую лечебно-диагностическую базу. Те же услуги (или специалисты), которые не работают непосредственно в санаториях, легко рекрутируются «со стороны» — из соседних медцентров, санаториев, частных клиник и даже районных больниц. Как правило, медики в регионе хорошо знают друг друга, поэтому для удовлетворения потребностей клиента (с возможностью при этом заработать) они охотно будут рекомендовать сотрудничество со своими коллегами.

Что же касается турфирм, ориентированных на выездной медтуризм, им при разработ-

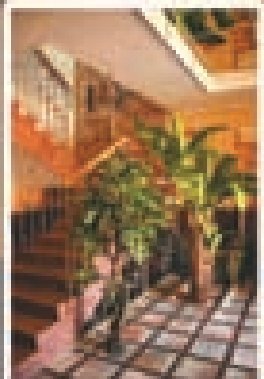
ке и внедрении внутреннего продукта придется приложить несколько больше усилий. Уже хотя бы потому, что система медпомощи в развитых странах коренным образом отличается от украинской. Но и здесь нет непреодолимых препятствий, хотя затраты на внедрение, вне всякого сомнения, будут больше — в основном, на налаживание связей с отечественными медиками в регионах.

Медиа-маркетинг

Практика показывает, что успешно внедрить на рынок новый продукт, при этом снизить затраты до минимума, можно при условии объединения нескольких турфирм в одну общественную организацию — по формальному или неформальному признаку. Таким образом усиливается присутствие продукта в медиапространстве, улучшается его восприятие целевой аудиторией, а следовательно, инвестиции в продукт возвращаются быстрее. В туристической отрасли уже существует несколько общественных ассоциаций и объединений — следовательно, новый продукт можно было бы внедрять с их помощью. Хотя заинтересованным турфирмам ничто не



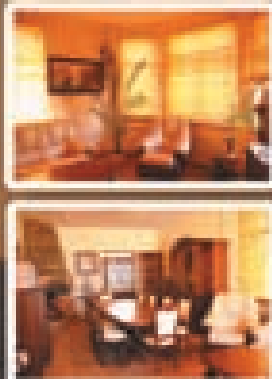
мешает и создать новую подобную организацию — даже без юридической регистрации. Одной из позитивных черт создания такой ассоциации является упрощение взаимодействия с аналогичными организациями медиков, которые, вне всякого сомнения, могут содействовать во внедрении нового турпродукта со своей стороны. **УТ**



Отель Золотое солнце

г.Донецк, Сапжский р-н,
Школьная, ул. Донецкая, 48
e-mail: dv777@yandex.ru

+38 (050) 368-34-67



- ✓ Сауна
- ✓ Открытый бассейн
- ✓ Бильярд
- ✓ Спект.
- ✓ Парковка (платно)
- ✓ Стирка одежды
- ✓ Прокат плавного оборудования
- ✓ Разное (домашний кинотеатр, барбекю, анимация)

Въездной медтуризм в Украину: потенциал нужно реализовывать!

Оксана ЛУЦЕНКО, директор
департамента медицинского туризма
ТК «МедВояж»

Рынок медицинского туризма остается самым быстрорастущим сегментом в мировой тревел-индустрии. А потому нынешнее время, на мой взгляд, наиболее подходит для развития внутренней медицин-

ской инфраструктуры и подготовки к въездному медицинскому туризму. Даже несмотря на мировой кризис и низкую инвестиционную при-



влекательность Украины, турфирмы и их партнеры — медицинские учреждения — могут использовать общий подъем отрасли, чтобы укрепить свои позиции на рынке или войти в него.

Развитие въездного медицинского туризма напрямую связано с преобразованием отечественной медицины, открытием дополнительных рабочих мест, повышением общего уровня обслуживания, изменением в законодательной базе и страховой медицине, дополнительной загрузкой сектора сервиса и многих других выгодах непосредственно для украинцев. Что же касается иностранных пациентов, то любая медицинская программа с хорошим соотношением цены и качества станет для них привлекательной. Безусловно, географическое положение и имидж Украины будут трактоваться неоднозначно — либо за, либо против нас, но, как говорится, «путь в километр начинается с одного шага». То, как наши медицинские учреждения смогут преподнести себя на западном рынке, то, как они смогут играть в командную игру, как быстро заручиться поддержкой государства, и определит дальнейшую судьбу въездного медицинского туризма Украины.

Готовы ли украинские медицинские учреждения к обслуживанию иностранных пациентов? На этот вопрос вряд ли можно дать однозначный ответ. В нашей стране работают прекрасные клиентоориентированные клиники с англоязычным персоналом и высоким



коэффициентом реагирования на запросы пациентов, но есть и требования пациентов, которые находятся выше компетенции клиники или слишком дорогостоящи для медучреждения. Страхование ошибки доктора, аккредитация клиники, прозрачность финансового взаимодействия с учреждением, постоперационное обслуживание по возвращению на родину и т.п. По роду своей деятельности (наша компания предоставляет консалтинговые услуги украинским клиникам) мы все время сталкиваемся с этими проблемами, многие из которых без содействия государства так и останутся нерешенными.

Прежде чем говорить о медицинском туризме для иностранных пациентов, необходимо четко определить, кто же является таковым. Иностранцами сегодня являются и люди, проживающие или когда-то проживавшие на постсоветском пространстве (а значит, имеющие представление об уровне развития медицины в Украине), и граждане, никогда здесь не жившие. Тем временем, на территории бывшего СССР сохранились связи между медиками. Поэтому, например, армянский врач и сегодня с удовольствием порекомендует своему пациенту консультацию и лечение, скажем, в киевском Институте эндокринологии и обмена веществ.

Однако сами врачи не станут продавать медицинские услуги. Заниматься продажами должны только структуры, назовем их агентами, у которых есть офис, лицензия и другие необходимые атрибуты, подтверждающие соответствие стандартам отрасли. Ведь речь идет не о поездке на развлечение, речь идет об изме-



нению качества жизни человека, без права на ошибку.

Разумеется, у нашей страны есть определенные преимущества как у направления въездного медицинского туризма. Хотя далеко не все они используются в полной мере. Например, уникальное географическое расположение Украины. В то же время PR клиник ведется самостоятельно, и какой-либо единой согласованной стратегии не существует. В то же время для разработки такой стратегии существует прекрасная возможность — вместе с Польшей Украина будет принимать Евро-2012. Но почему-то никто еще не обратил внимание на прекрасную возможность бесплатно прорекламировать миллионам болельщиков качество украинской медицины. Это лишь некоторые нюансы из длинного списка работ по усовершенствованию

привлекательности рынка медтуризма Украины.

Поэтому очень важной я бы назвала разработку программы «Этапы развития украинского медицинского туризма, приуроченного к 2012 г.», над которой мы начали работать. Это то, что не может быть отложено на завтра. Параллельно мы обучаем клиники и санатории стандартам работы и ведем промоушн некоторых из них на зарубежных мероприятиях. Но самым тяжелым остается лоббирование нынешнего законодательства на предмет медицинской туристической лицензии. Неправильно позволять заниматься обслуживанием пациентов туристическим операторам с лицензией, гарантирующей возврат клиенту в случае ошибки до 20 тыс. евро, при стоимости операции от 20 тыс. евро. Это две разные сферы туризма и надо четко их разделить соответствующими лицензиями. УТ