

Пятизвездочный отель с биотуалетом

Есть такие острова в России - Соловки. Суровое место во всех смыслах. Часть нашей отечественной истории и священное пристанище безвинно загубленных душ.

Так вот, как бы вы отнеслись к тому, что на месте этой братской могилы политических заключенных и принесших себя в жертву Богу за чужие людские грехи монахов возвели бы бордель, казино и испанскую дискотеку? Привозили бы туда иностранных туристов и после рассказов о сталинских репрессиях водили бы их в русскую баню с украинскими проститутками. Что, креативно? А чем вам не маркетинговый ход. Между прочим, находящийся в реальной разработке у подвергшихся вирусу китчевого разложения некоторых российских бизнесменов, занимающихся псевдотуризмом.

С точки зрения российского обывателя, чей кругозор ограничен бутылкой пива и телевизором, очень даже классная идея. Только вот иностранцы не поймут. Потому что в их пуританском сознании (нельзя забывать, что большинство из них католики или протестанты) бордели имеют право на существование и даже нужны, но только не по соседству с могилами и не в таком месте, как Соловки. Их весьма формализованное сознание по отношению к Соловкам могло бы воспринять только один единственный штамп. Если бы Соловки стали чем-то вроде российской Мекки.

В этом-то все и дело. В наших попытках спозиционировать российский туризм на мировом рынке и сделать его экспортным продуктом мы исходим не из представлений потребителя, а из представлений производителя услуг, то есть своих собственных. Только по причине этой одной грубейшей маркетинговой ошибки, массового иностранного туризма в России не будет никогда. Это первое, и второе: до тех пор, пока мы сами не полюбим наши курорты, и пока они не станут для нас предметом гордости, вряд ли стоит рассчитывать, что какие-то лоховатые иностранцы в погоне за псевдоэкзотикой будут вытрясать здесь свои кошельки. Ведь грубость, платные общественные туалеты и потребительское отношение к клиенту вряд ли можно назвать экзотикой. Во всем мире это считается отсутствием культуры.

К сожалению, туризм как отрасль экономики чрезвычайно коварен. Он что-то вроде увеличительного стекла в косметическом кабинете, через которое можно увидеть самые неожиданные и самые отталкивающие прыщи и коросты на лице. Именно о них-то и речь. Самый очевидный и самый гадкий из них, который сегодня вы можете видеть на лице Байкала, - это Листвянка. Более отвратительного и пошлого зрелища с точки зрения иностранца даже и вообразить нельзя. Зато нам нравится. Мы кичимся этим безобразным нагромождением строений бударного цвета, которые появились отнюдь не в результате кризиса архитектуры, а как закономерный итог торжества нуворишей, еще вчера находившихся в статусе мелких лавочников. Один из туроператоров процитировал мне слова своего клиента, туриста из Германии. Тот был в шоке, когда увидел Листвянку. Он все спрашивал, куда исчезла Листвянка, знаменитая своими резными ставнями, и неужели он должен фотографировать эти безобразные "готические замки" и типа "греческие маяки"?

Короче, необходимо понять и, наконец, определиться. Для кого и в расчете на кого мы собираемся строить пятизвездочные отели в Большом Голоустном. То, что они не нужны иностранным туристам, понятно и без маркетинга. А если бы иностранные туристы были нужны российскому правительству, то эта проблема решилась очень просто. Достаточно упростить визовый режим. А если отели нужны тем господам, что отдыхают в Куршевеле, то надо так и сказать и не пудрить мозги обывателю у телевизора, выдумывать хитроумные схемы увода бюджетных средств на строительство особняков для самих себя в рекреационных зонах.

Про целесообразность строительства пятизвездочных отелей на Байкале мне очень хорошо ответил один известный в Бурятии предприниматель, который занимается развитием внутреннего туризма с 1993 года. Он сам ходил с иностранцами в горы, сплавлился с ними по рекам, разрабатывал экскурсионные программы, изучал потенциал Байкальского региона с международными экспертами, повидал немало выставок, в том числе и международных, обучал персонал. Ему потребовалось десять лет напряженного труда и практического опыта, чтобы разработать понятный для европейцев и американцев туристский продукт. Он назвал его "Большая Байкальская тропа" и собирается сделать его национальным продуктом.

Исполнительный директор некоммерческого партнерства "Байкальский туристический альянс" Андрей Сукнев считает, что строить пятизвездочные отели в Иркутске можно только тогда, когда это продиктовано здравым смыслом.

Иными словами, отеля еще нет, но его будущие владельцы просчитали его экономику на годы вперед. Только так работают крупнейшие бренды, такие как Хилтон и Шератон. Как это делается. Известно, что компания Люфтганза своих летчиков размещает только в пятизвездочных отелях. Под прямой рейс, например, Иркутск - Франкфурт, и договоренности с Люфтганзой строится отель. Как считает Андрей Сукнев, вместе с летчиками на Люфтганзе прилетят и другие немцы, которым этот отель в пять звезд даром будет не нужен. Подобную схему можно проработать с японцами и договориться о строительстве отеля для них. Известно, что богатые японцы предпочитают размещаться в отелях, обслуживающихся только их соотечественниками. Таким образом, отель решает сразу две маркетинговые проблемы: и логистику, и поток.

Что касается комплекса фешенебельных отелей в Большом Голоустном, то Андрей Сукнев относит вывод их на уровень рентабельности к области ненаучной фантастики. Иными словами, отели непонятно для чего и для кого. А идею особой экономической зоны туристско-рекреационного типа называет вредной. По его мнению, это не решит проблемы туризма на Байкале и повлечет за собой новые тяжелые социальные последствия. В том же Большом Голоустном, считает он, будет похоронено уникальное сообщество, живая еще деревня, которая сама по себе является ценностью для иностранных туристов.

По его мнению, для успешного развития туризма на Байкале необходимо выполнение следующих условий. Первое, не мешать туроператорам работать (даже помогать не надо). Второе, сохранение местного колорита и этники. Третье, местное население должно на этом зарабатывать. Тогда за обиженного туриста хулиганам голову оторвут сами местные. Такое уже случилось в Баргузинском районе. Четвертое, снижение себестоимости услуг, в том числе и за счет ресурсосберегающих технологий. Использование "зеленых" технологий. Иностранцам непонятно, как можно хищнически обращаться с природой. Пятое, убрать весь мусор. Это позор! Инотуристы с трепетом подходят к Байкалу и в ужасе пятятся, когда натыкаются на залежи мусора. Шестое, в продолжение темы, не об отелях в пять звезд надо думать, а о бесплатных туалетах, если, конечно речь идет о массовом туризме, а не о Куршевеле. И седьмое, самое сложное, туризм - дело корпоративное. Даже ребенок должен понимать, что гадить и хамить нельзя, потому что завтра сюда не приедут и тебе нечего будет кушать.

Однако до корпоративности нам далеко, поэтому и летят самолеты Люфтганзы напрямик в улыбающийся Тайланд, где с корпоративностью все в порядке.

По мнению одного из иркутских туроператоров, пожелавшего остаться неизвестным, тема рекреационной зоны напоминает сказку о Ходже Насреддине, который взялся научить ослика говорить на человеческом языке. Через двадцать лет авторов этой безумной идеи никто и не вспомнит, а эти ребята будут другие финансовые схемы успешно реализовывать.

А по большому счету туризм не может подразделяться на виды. Он не может быть для внутреннего пользования одним, а для экспорта другим. Это политика двойных стандартов, доставшаяся нам в наследство от советских времен, когда товар высокого качества шел на экспорт, а своему народу втюхивалось фуфло. Если будут созданы человеческие условия, а именно минимальный, но комфорт при конкурентных ценах, то поедут и русские, и японцы, и немцы. Даже греки могут приехать, если молва до них докатится о танцующей нерпе или бубне шамана. И не испугает их расстояние, только очередь в самодельный деревянный туалет может напугать.

Точно так же, как не может отдельно от остального туризма жить своей какой-то непонятной жизнью конгрессовый или как там его, деловой туризм, если никакого организованного и цивилизованного туризма на Байкале нет и в помине. В индустрии туризма так не бывает: отели для саммитов по соседству с палаткой и кострищем в неорганизованном месте, с пьяными, бесцельно шатающимися по лесу персонажами, кидающими пустые бутылки где попало и стреляющими от скуки по бакланам и чайкам.

Туризм - это система отношений, экономических, социальных, культурных, этнических, политических, наконец. Например, один русский в Новой Зеландии очень долго не мог понять, почему костры нельзя разжигать и шашлыки жарить, где ему вздумается, почему мидии собирать только по сорок штук в руки, а пойманную рыбу линейкой на берегу измеряют. Не дай Бог, детеныша поймал, не расплатишься. Почему после девяти вечера проход в береговую зону со спиртным запрещен, почему мусор сортировать нужно и в разные контейнеры складывать, почему если в мехах увидят, то даже "привет" и "добрый вечер" не скажут. С этим просто живут, не выдумывая никаких особенных видов туризма. Понастроили кемпингов, дешевых хостелов, уютных

деревенских гостиниц, для особо избалованных - гармоничные виллы, не уродующие вид морского курорта. На всю Новую Зеландию всего два-три брендовых отеля, и то по уровню сервиса не дотягивающих до пяти звезд. Живут, не выпендриваются, берегут что есть. Чем скромнее машина, тем толще кошелек. То же самое и в Австралии. Вот и делайте выводы, какой им туризм нужен в России.

А если уж к нашим баранам, рекреационным зонам, вернуться, то элитный туризм на Байкале - это нонсенс и полный абсурд, потому что неконкурентоспособно и вопреки здравому смыслу. На Фиджи, например, пятизвездочных отелей нет, никто там за них платить не будет. Зато есть яхты, дайвинг, серфинг и первозданный чистейший океан. Один из туристов (кажется, он был из Амстердама) на вопрос о том, каким должен быть туризм на Байкале, задумавшись, сказал: "Байкал не для дискотуристов. Вам не нужно много туристов. Ваши туры должны быть для тех, кому это действительно нужно, кто созрел для Байкала".

Поэтому проект рекреационной зоны в Большом Голоустном рискует стать чем-то вроде пятизвездочного отеля, в строительство которого вбухали кучу денег, но при проекте забыли учесть туалеты. Получилось помпезно, роскошно, но для жизни совсем не пригодно. И чтобы выйти из положения и не осрамиться, вдогонку стали закупать биотуалеты по завышенной стоимости. В результате, произвели на свет уникальный российский продукт - пятизвездочный отель с биотуалетом в дремучей байкальской тайге.

Автор: Светлана Батутене © Агентство "Телеинформ" ТУРИЗМ, БАЙКАЛ 👁 2366 05.02.2008, 12:08 📌 310

URL: <https://babr24.com/?ADE=43048> Bytes: 10667 / 10667 Версия для печати

👍 Порекомендовать текст

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

Автор текста: **Светлана
Батутене.**

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: @babr24_link_bot

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: @bur24_link_bot

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: @irk24_link_bot

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: @kras24_link_bot

эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская

Телеграм: @nsk24_link_bot

эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин
Телеграм: [@tomsk24_link_bot](https://t.me/@tomsk24_link_bot)
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: [@babrobot_bot](https://t.me/@babrobot_bot)
эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)