

Туристический бизнес: точка замерзания

Сезонный фактор - долгая зима и короткое лето - одно из главных препятствий в развитии турбизнеса в Иркутской области. Именно "сезонное проклятие" не позволяет по максимуму задействовать ресурсы, которыми обладает Прибайкалье. Спрос на зимний отдых в регионе весьма невелик - всего 10-15% от числа тех, кто приезжает полюбоваться байкальскими красотами летом.

Впрочем, возможность увеличить турпоток в зимние месяцы есть, считают специалисты: необходимо развивать инфраструктуру гостиниц и туристических баз. Ведь в 30-40-градусные морозы жить в палатке - сомнительное удовольствие.

Зимняя маржа

По оценкам участников туристического рынка, зимой обороты отрасли снижаются примерно в десять раз по сравнению с летним сезоном. "В зимние месяцы приходит примерно 10-15% клиентов от общего числа летних туристов. Конечно, раз на раз не приходится: случаются неожиданные подъемы, но чаще всего количественные показатели зимой раз в десять ниже летних", - отмечает директор туристической компании "GreenExpress" Вадим Копылов.

С коллегой отчасти согласен директор турфирмы "Байкалит" Павел Сафронов: "Количество клиентов, конечно, сезонно снижается. Но я бы не сказал, что в десять раз: максимум - в два".

Зато зимой увеличивается средняя продолжительность пребывания на отдыхе, утверждают собственники туристических баз и горнолыжных комплексов. "В любой другой сезон туры "выходного дня" (а это всего двое суток) обеспечивают чуть ли не половину наших заработков. Зимой, напротив, отдых на два дня - редкость. Меньше чем на неделю мало кто останавливается", - признается владелец базы "Приморская" на 90 мест (поселок МРС) Антон Комников.

Собеседнику вторит председатель Сибирской Байкальской Ассоциации Туризма (СБАТ) Игорь Коваленко: "В среднем зимой люди приезжают к нам на отдых дней на десять. Но диапазон намного шире - от 7 дней до месяца". Причиной продолжительности зимнего отдыха участники рынка называют длинные новогодние каникулы и протяженные маршруты, которые наиболее интересны для зимних путешествий. По словам региональных туроператоров, это частично компенсирует количественное снижение заказов в зимний период.

Вместе со спросом на туристические услуги зимой снижается и чистая прибыль туроператоров. По словам Вадима Копылова, средняя маржа на зимних видах отдыха составляет 15%. "Для сравнения: на летних развлечениях мы зарабатываем до 25%", - делится Копылов и объясняет низкий заработок на зимних видах туризма более высокой себестоимостью самих мероприятий, а также низким спросом со стороны клиентов.

Притяжение снежного экстрима

Зимой иркутские туристические компании предлагают более десятка различных вариантов для отдыха: горнолыжные туры, экспедиции на снегоходах, собачьих упряжках, квадроциклах, багги, поездки на "Хивусе" (быстроходный катер-амфибия на воздушной подушке, - прим.СИА) по льду Байкала, вертолетные туры, подледное погружение на Байкале, охота и рыбалка, посещение пещер.

Примерно половина отдыхающих зимой предпочитают горнолыжные туры. "В основном едут иногородние россияне. Местные не нуждаются в услугах туроператоров - сами добираются до места и снимают жилье, - говорит Сафронов. - Нашей фирме перепродавать путевки на "горнолыжку" не слишком интересно. Но некоторые туроператоры этим в основном и зарабатывают по зиме".

Корпоративные выезды на природу - еще одна составляющая зимних доходов туроператоров. "Коллективные туры включают в себя те же экспедиции на каком-то виде транспорта, выбранном компанией-заказчиком, плюс несколько тимбилдинговых игр - сумобол (футбол в костюмах сумоистов), веревочные тренинги. Несколько раз готовили игру в гольф на льду Байкала", - рассказывает Копылов.

Самый необычный заказ, по словам предпринимателя, сделали молодожены, пожелавшие перейти по льду Байкал с ночевкой на середине озера. "Сложность идеи заключалась не в том, что мы бы не смогли организовать нечто подобное - в этом нет ничего сложного. Проблема была в отсутствии опыта у самих клиентов - до этого они ни разу в жизни не ночевали в палатке. Но все обошлось благополучно", - улыбается Копылов.

С приходом зимнего сезона у туристических компаний сильно меняется круг клиентов. "Резко увеличивается число зарубежных туристов, - сообщает проводник Иван Других, работающий с рядом региональных туроператоров. - Больше 50% всех клиентов - иностранцы. Много немцев, англичан. Часто приезжают австралийцы". Вадим Копылов добавляет, что стереотип о завышенном ценнике для иностранцев действительности не соответствует: "Часто бывает, что приезжий просит уменьшить плату, и мы идем навстречу его пожеланиям".

Собеседник также отмечает, что физическая и моральная подготовка зарубежных туристов к сибирским морозам зачастую лучше, чем у наших соотечественников.

На рынке туруслуг "потепление"

В кризис региональный рынок туристических услуг сильно просел: в сезон 2008-2009гг., когда произошло максимальное снижение спроса, клиентов стало на 30% меньше. Представители некоторых компаний рассказывают, что на стыке 2008-2009гг. падение спроса достигало 50-60%.

В туристическом сезоне 2010-2011 гг. показатели немного не дотягивают до докризисных, говорят игроки. По подсчетам Сафронова, фирме не достает еще 4-5 клиентов в месяц, чтобы вернуться к уровню 2007 года. Комников отмечает, что турбазе "Приморская" не хватает 5-10% клиентов, чтобы догнать успех сезона 2007-2008гг.

Количество гостей, приезжающих поодиночке или небольшими компаниями в несколько человек, в этом году даже превышает уровень докризисного сезона, говорит Копылов. А вот число корпоративных заказчиков не дотягивает до времен экономической стабильности: "У многих бюджеты заложены вперед на год-два, поэтому они по инерции не отдыхают и в этом году, - рассказывает собеседник. - Или обращаются, но с опозданием. К примеру, летом некоторые московские компании выразили желание приехать в самый разгар сезона, когда все уже было раскуплено".

В целом региональный рынок туристических услуг постепенно (хотя и медленно) приходит в себя после кризисного падения. По информации СБАТ, вместо 30 туроператоров, специализирующихся на региональных маршрутах (в том числе в зимний период), к середине 2009 года осталось порядка 20. На данный момент их количество подросло до 23.

Но при этом не растет количество маршрутов, которые местные операторы предлагают зимой: большинство из них не обновляли линейку туров с 2007 года. По словам игроков, этому препятствует отсутствие инфраструктуры: "Неподготовленного туриста зимой не поселишь в палатке. И зимовье не подходит - это не коммерческий объект, он может быть занят. Поэтому все зимние маршруты жестко привязаны к гостиничным комплексам, которых у нас очень немного".

Автор: Артур Скальский © Газета "Дело" ТУРИЗМ, БАЙКАЛ 👁 3609 26.01.2011, 13:03 📌 347

URL: <https://babr24.com/?ADE=91267> Bytes: 6734 / 6713 Версия для печати Скачать PDF

 [Порекомендовать текст](#)

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

Автор текста: **Артур
Скальский.**

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
эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

[Прислать свою новость](#)

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"
Телеграм: @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](#)

