



9 С кем Алтайский край конкурирует за российского туриста	10 Кто поддержит авиаперевозчиков на сибирских маршрутах	11 Когда банковские продукты станут дешевле для населения и бизнеса
---	--	---

Региональная туриндустрия возлагает большие надежды на предстоящий высокий сезон, рассчитывая за счет возросшего спроса на внутренний туризм укрепить свои позиции на рынке, нарастить поток клиентов и увеличить доходность. Алтайскому краю в преддверии летнего сезона удалось заручиться поддержкой федеральных туроператоров. Последние обещают обеспечить устойчивый приток отдыхающих из европейской части страны, ориентированных на активные и познавательные туры. Для привлечения потенциальных туристов регион даже сменил бренд, сделав ставку на «все настоящее».

Алтай обещает гостям «все настоящее»

— туризм —

Летний туристический сезон в Алтайском крае в этом году стартует 30 апреля и по традиции откроется праздником «Цветение маральника» в «Бирюзовой Катуни». Туристов, более 70% которых составляют жители близлежащих регионов Сибири, ждут 239 гостиниц, отелей и хостелов, 44 санатория, 178 сельских «зеленых» домов и 162 турбазы. В прошлом году в крае появилось 35 новых объектов размещения, и сегодня регион одновременно может принять 47,2 тыс. гостей.

Спрос растет

Участники регионального рынка рассчитывают, что подорожавший в 1,5-2 раза после девальвации рубля отдых за рубежом повысит привлекательность внутреннего туризма, и ждут увеличения числа отдыхающих за счет гостей из европейской части страны и из-за рубежа. Заметный прирост турпотока уже ощутили поставщики санаторно-курортных услуг.

По мнению генерального директора санатория «Родник Алтай» Андрея Петухова, изменения на рынке вызваны не только снижением турпотока за рубеж. «Устойчивый рост интереса к российским курортам мы наблюдаем уже на протяжении пяти лет. В прошлом году заполняемость нашего санатория была около 90%, поэтому мы бы и рады прирасти на 20%, но некуда. Сегодня меняются качественные показатели рынка. Сократилась глубина продаж, поскольку в условиях экономической нестабильности люди принимают решение о приобретении путевки в последний момент. Изменилась и структура отдыхающих: снижается доля корпоративных и социальных путевок, растет число частных отдыхающих. Мы прогнозируем в этом году 60%-ный прирост числа частных клиентов», — говорит господин Петухов.

В других санаториях Белокурихи рост числа гостей уже готовы подтвердить данными статистики. «По количеству отдыхающих мы в этом году приросли на 20% в январе и на 21% в феврале, — комментирует ситуацию заместитель гендиректора ЗАО «Курорт Белокуриха» Олег Акимов. — Возросла и выручка: на 25% и 38% соответственно по сравнению с прошлым годом. Это связано с тем, что все больше людей выбирают более комфортный, а значит, и более дорогой отдых».

Но не только санатории почувствовали наплыв туристов. «Обычно в феврале у нас мертвый сезон, а в этом году мы имеем очень высокую наполняемость наших отелей», — рассказали „Ъ“ в отделе маркетинга парк-отеля «Ая». В таких условиях даже «зеленые» дома, несмотря на свою летнюю специфику, готовы принимать



В Алтайском крае активно продвигают туристический потенциал региона, привлекая к нему внимание федеральных туроператоров

гостей зимой. «Спрос на сельский туризм растет, появился интерес к зимнему отдыху, поэтому мы в этом году перешли на круглогодичную работу», — говорит владелица туркомплекса «Постоялый двор» в Чарышском районе Алтайского края Лариса Пастухова.

Говоря о перспективах предстоящего высокого туристического сезона, генеральный директор санатория «Родник Алтай» отметил, что, с одной стороны, в нынешних экономических условиях можно ожидать роста себестоимости санаторно-ку-

рортных услуг и стоимости билетов, сокращения турпотока из-за снижения покупательной способности и увеличения конкуренции на внутреннем рынке. Но с другой — наблюдается переориентация российских туристов на отдых внутри страны, что даст дополнительный приток отдыхающих. «Мы готовы к изменению внешних условий, поскольку имеем определенный запас прочности за счет стабильного развития в предыдущие годы. Думаю, сопоставимый уровень сервиса, качества услуг и процедур позволит нам успешно конкурировать и развиваться», — подчеркнул Андрей Петухов.

Повысить доступность

По оценке специалистов Алтайского института экономики, с учетом по-

вышения спроса на туристические услуги и роста турпотока на территории края, а также прогнозируемого увеличения объема бюджетных и частных инвестиций в отрасль ожидаемый прирост доходов от туризма может составить 2,7% в год.

Правда, некоторые участники рынка отмечают, что большие надежды на отказ российских туристов от зарубежных поездок возлагать не стоит. По словам руководителя туроператорской компании «Плот-Интрэвел» Александра Смирнова, сегодня цена лечебной путевки в Карловы Вары начинается от 49 тыс. руб., отдых в Турции обойдется в сумму от 40 тыс. руб., причем с перелетом из Москвы. Это вполне сравнимо со стоимостью отдыха на Алтае. «Зарубежные туркомпании будут бороться за российского туриста, и многие уже снизили стоимость туров на 30-40%. Нашим компаниям сложно конкурировать из-за высокой доли транспортных расходов в стоимости отдыха».

Транспортная доступность Алтайского края — одна из основных проблем регионального туррынка. Краевые власти и Ассоциация туроператоров России (АТОР) обещают помочь с субсидированием авиаперелетов в Алтайский край. По мнению исполнительного директора АТОР Майи Ломидзе, опыт Дальнего Востока и Крыма доказал, что субсидирование авиаперевозок может стать локомотивом для развития туризма

в регионах. «Мы уже получили положительное решение Минтранса по субсидированию авиамаршрута Барнаул — Томск и сейчас подыскиваем авиакомпанию, которая будет заниматься авиаперевозками, — рассказал губернатор Алтайского края Александр Карлин. — Если же федеральные туроператоры организуют чартерные рейсы на Алтай, мы готовы снизить затраты авиаперевозчиков на обслуживание лайнеров в аэропорту Барнаула».

«Федералы» в помощь

Планировалось, что вопрос организации чартеров участниками рынка обсудят в марте на выставке «Интурмаркет-2015» в Москве, но инициатива пока не получила развития. Зато федеральные туроператоры пообщались с алтайскими коллегам с наращиванием турпотока из европейской части страны. «Алтай — очень красивый регион, и нам хотелось бы привлечь сюда туристов и предложить им разнообразные активный отдых: конные, пешие прогулки, сплавы по рекам, гастрономические туры и сельский туризм, этнографический и минералогический туризм. Думаю, потребованы будут маршруты Большого и Малого Золотого кольца Алтая, а также маршруты, связанные с жизнью выдающихся людей, родившихся на Алтае: Шукшина, Калашникова, Золотухина, Евдокимова, Рождественского», — отметила

представитель туроператора Coral Travel Лариса Киселева.

То, что интерес со стороны турбизнеса к Алтайскому краю есть, подтвердила и Майя Ломидзе. «Конечно, пока рано говорить о чартерных рейсах и массовых поездках. Но увеличение туристического потока обязательно будет, раз регионом заинтересовались федеральные туроператоры», — убеждена госпожа Ломидзе.

Свою заинтересованность в сотрудничестве высказали и представители алтайского турбизнеса. «Мы готовы проработать любой маршрут, предоставить достойные места размещения», — заверила представитель компании «АлтайСибТур» Ксения Лобач. По мнению президента алтайской региональной ассоциации туризма Натальи Гордеевой, главный итог общения на «Интурмаркете-2015» в том, что начался предметный диалог между федеральными и региональными игроками рынка. «Мы поняли, что от нас хотели бы получить федеральные операторы, а они, в свою очередь, получили представление об уровне развития экскурсионного и активного туризма в Алтайском крае — того сегмента рынка, который их сегодня интересует. Сейчас начинается проработка детального сотрудничества, и уже в этом сезоне мы планируем организовать совместные туры. Угроз для вытеснения малого бизнеса с регионального туррынка мы не видим, потому что ни один федеральный туроператор не будет формировать местный турпродукт — он в любом случае будет работать с местными принимающими компаниями. Важно, чтобы региональные туроператоры смогли предложить такой продукт, который заслужит внимание искушенного европейского туриста».

КАК ТУРИСТЫ ОТДЫХАЮТ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ
--

Самым развитым и массовым сегментом регионального рынка является оздоровительный туризм. Более 50% всех мест размещения приходится на санаторно-курортные комплексы. На втором месте — событийный туризм. По данным управления Алтайского края по развитию туристско-рекреационного и санаторно-курортного комплексов, только праздники «Цветение маральника» в прошлом году посетили свыше 10 тыс. человек; около 20 тыс., в том числе и иностранные туристы, побывали на Шукшинском фестивале. В этом году традиционные масленичные гуляния на «Сибирском подворье» собрали 15 тыс. туристов.

На третьем месте — активные маршруты: сплавы, конные и пешие прогулки в сочетании с экскурсиями на местах, размещением в гостиницах и на турбазах.

ПОЗВОЛЬ БИЗНЕСУ БОЛЬШЕ!

Время новых ВОЗМОЖНОСТЕЙ

Рефинансируем до -2% от действующей ставки по кредиту в другом банке

КРЕДИТ НА РЕФИНАНСИРОВАНИЕ ССУДНОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ В СТОРОННЕМ БАНКЕ ПОД ТОТ ЖЕ ЗАЛОГ, БЕЗ СОГЛАСИЯ ДРУГОГО БАНКА. СУММА ОТ 500 000 ДО 20 000 000 РУБ., СРОК ДО 36 МЕСЯЦЕВ. ПРОЦЕНТНАЯ СТАВКА СНИЖАЕТСЯ ДО -2% ОТ ДЕЙСТВУЮЩЕЙ СТАВКИ В СТОРОННЕМ БАНКЕ, НО НЕ НИЖЕ 19% ГОДОВЫХ. КОМИССИЯ ЗА ВЫДАЧУ КРЕДИТА ОТСУТСТВУЕТ. ПЛАТА ЗА ВЕДЕНИЕ ДОГОВОРА ЗАЛОГА СОГЛАСНО ТАРИФАМ БАНКА. РЕКЛАМА, НОВОСИБИРСКИЙ СОЦИАЛЬНЫЙ КОММЕРЧЕСКИЙ БАНК «ЛЕВОБЕРЕЖНЫЙ» (ОТКРЫТОЕ АКЦИОНЕРНОЕ ОБЩЕСТВО), ЛИЦЕНЗИЯ БАНКА РОССИИ №1343.

БАНК ЛЕВОБЕРЕЖНЫЙ

8-800-3333-555
www.nskbl.ru

прямая
речь

Вы в Сибири отдыхать будете?

Даниил Криммель, директор офиса официального партнера «Альпари» в Новосибирске: — Конечно, сейчас перед всеми регионами стоит задача развивать местную экономику, в том числе и туристическую отрасль. У Сибири большой туристический потенциал. Причем речь идет не только о туризме на отдыхе, но и о деловых поездках. С каждым годом в Новосибирске открываются новые бизнес-отели. В городе проводится все больше деловых мероприятий, поэтому поток гостей непрерывно растет. Далее, Шерегеш. Этот курорт признан самым популярным в России в этом сезоне. Кроме жителей ближайших регионов его с удовольствием посещали москвичи, петербуржцы и иностранцы. С курортом такого уровня у нас отпадает необходимость выезжать на заграничные горнолыжные курорты. Алтай — это место, где каждый может отдохнуть по-своему: сплавляясь по рекам, катаясь на лошадях, гуляя в лесу, занимаясь рыбалкой — в общем, как угодно.

Леонид Гольдорт, генеральный директор компании СДЭК: — Грядущим летом я, конечно же, буду отдыхать в Сибири. Меня пригласили попробовать покорить венец Катунского хребта Горного Алтая. Поэтому моя цель — Белуха. Выбор места отдыха никак не связан с кризисными настроениями в стране. Уходящей зимой я заметил, что крайне популярным стал отдых в Шерегеше. В праздники попасть туда было сложно. Ажиотаж объясняется отсутствием альтернативных мест для качественного катания на сноуборде и лыжах. В остальном, мне

кажется, Сибирь не станет более привлекательным местом для проведения отпуска. Спрос если и увеличится, то, думаю, незначительно: ценников политики Горного Алтая, Байкала, Хакасии и других прекрасных мест держат достаточно высокую планку. Поездка также не дешева.

Валерий Шавкунов, управляющий филиалом «Новосибирский» Альфа-Банка: — Я отдыхаю в Горном Алтае каждый год, и это для меня уже давно сложившаяся традиция. Это не замена отдыху за границей и никак не связано с ухудшением экономической ситуации. На Алтае уникальные живописные места, где я отвлекаюсь от цивилизации. Мне нравятся природа Алтая, и, как правило, я заранее планирую маршрут, сочетаю путешествие на авто с пешим. Думаю, что в дальнейшем спрос на такой отдых будет только расти, потому что потребность человека побыть наедине с природой и «подзарядиться» естественна. На фоне существенного роста курса доллара и евро по отношению к рублю, конечно, спрос на внутренний туризм будет только повышаться. Но это никак не отразится на уровне сервиса. Когда есть полная заполняемость туристических баз, а именно это наблюдается даже без поправки на увеличение спроса, мало что думать об улучшении сервиса. Думаю, что цены будут расти без адекватной отдачи для клиентов.

Сергей Земцов, директор новосибирского представительства факторинговой компании НФК: — В этом году свой отдых с семьей мы планируем провести в Сибири, если точнее, то в Горном Алтае и Хакасии. Все, что нужно для восстановления сил и релаксации, там есть: чистейший воздух, озера, горные реки, пешие и конные маршруты. Для любителей пейзажной фотографии Алтай вообще мир без дна. Я считаю, что дикий отдых в советском old school стиле гораздо здоровее, сплачивает семью и формирует у детей правильные и полезные жизненные установки. Что касается влияния кризиса, то на наличие мест под палатки он никак не влияет. И если озаботиться вопросом заранее, то всегда можно найти свое идеальное место.

экономика региона

Торможение в полете

К концу марта далеко не все авиакомпании и аэропорты Западной Сибири опубликовали летние расписания пассажирских перевозок. Но уже очевидно, что для сибиряков, предпочитающих отдыхать за границей, выбор прямых рейсов будет меньше привычного из-за сокращения числа чартеров. В качестве компенсации отрасль предоставит дополнительные возможности туристам, следуя по правилу «Люби и знай родной край»: перевозчики продолжают открывать новые межрегиональные рейсы, пользуясь госпрограммой их субсидирования.

— пассажирские перевозки —

Пассажиры в минусе

В середине марта Росавиация опубликовала статистические данные об объемах пассажирских перевозок, осуществленных 35 крупнейшими авиакомпаниями страны в первые два месяца 2015 года. По данным ведомства, в январе они увеличились на 0,2%, до 5,8 млн человек. Но в феврале этот небольшой рост был перекрыт серьезным падением — на 4,1%, до 5,1 млн человек. Как отмечают специалисты отрасли, падение объемов имеет место впервые с 2009 года. В сегменте международных авиаперевозок оно оказалось еще более заметным — на 14,5%, до 4,8 млн пассажиров. Это свидетельствует о серьезных проблемах в выездном туризме, который в последние годы являлся одним из основных драйверов развития отрасли. Наиболее заметно сокращение объемов перевозок у авиакомпаний, делающих акцент на чартеры. У «Коталымавиа» и NordAvia оно составило 40%, у Nordwind Airlines — 25%.

Обращает на себя внимание и отсутствие другой статистики. В прошлом году сибирские аэропорты ежемесячно информировали об объеме пассажиропотока. Итоги 2014 года были предметом гордости предприятий, следует из исследования, опубликованного на специализированном портале «Авиапорт». Крупнейший российский аэропорт за Уралом — новосибирское Толмачево — обслужил 3,96 млн

пассажиров, что на 5,6% больше, чем в 2013 году (2,4 млн человек на внутренних воздушных линиях, 1,5 млн — на международных). Беспрецедентный рост международного трафика наблюдался в Томске — 160%. Более чем на треть улучшил показатели Горно-Алтайск, обслужив почти 42 тыс. пассажиров, причем в летний период здесь «загрузка воздушного судна... на всех направлениях составляла около 100%». В 2015 году сообщения сибирских аэропортов об объемах перевозок стали большой редкостью. По понятным соображениям: демонстрировать падение показателей никто не хочет.

Пострадавший туризм

Сокращение туристического потока за рубеж, конечно, не новость для рынка. По данным Ростуризма, уже в 2014 году число россиян на зарубежных курортах снизилось по сравнению с 2013-м на 15%, до 45,9 млн человек. Причины вполне понятны: девальвация рубля и взаимные санкции России и Европейского союза (ЕС). Другими словами, это почти исключительно российскийская проблема, в Европе ситуация совершенно иная. Рост туристических потоков здесь в 2014 году и в начале 2015 года свидетельствует о долгосрочном тренде, при этом 2014-й стал рекордным по объемам международного туризма. Две трети стран ЕС фиксируют рост за 2014 год, превышающий 4% — средний показатель по региону, на который все же оказало негативное влияние сокращение ту-



АЛЕКСАНДР СТЕПАНОВ

Эксперты и участники рынка не ждут быстрого возврата к росту пассажиропотока и восстановления международного трафика

ристических потоков в странах Восточной Европы, рассказал „Б“ управляющий партнер авиационной консалтинговой группы Aegopartner Григорий Померанцев (Латвия). По его данным, туроператоры и турагентства европейских стран рассчитывают на хорошие показатели и в дальнейшем, благодаря падению цен на нефть, а также укрепляющемуся по отношению к евро доллару. «Соотношение продаж по внутренним и внешним авиалиниям в 2014 году составило 62% и 38% соответственно, при том что в 2013 году — 52% и 48%. На конец 2014 года

мы зафиксировали рост продаж по внутренним направлениям на 19%, по внешним — на 7%», — сообщил в марте на онлайн-конференции Finam.ru (входит в инвестиционный холдинг «Финам») гендиректор онлайн-трэвел-агентства Biletix Александр Сизинцев.

Прямых и косвенных подтверждений того, что итоги января — февраля не исключение, а демонстрация нового правила, немало. Anyuwayanuday.com (международный онлайн-сервис покупки авиабилетов и бронирования отелей) опубликовал данные, согласно которым радикально изменился топ-10 городов, куда россияне намерены улететь на майские праздники (их можно считать своего рода «репетицией» летнего сезона). Если в 2014 году он состоял только из зарубежных городов, то теперь в него вошли российские Сочи, Минеральные Воды и Симферополь. Зато были Рим, Барселона, Милан, Лондон, Мюнхен и Берлин. В исследовании Anyuwayanuday.com указывается, что на сегодняшний день спрос пользователей на авиабилеты в период этих праздников снизился более чем на 10% по сравнению с прошлым годом. Впрочем, в компании не исключают, что ближе к маю показатели продаж еще вырастут, так как средняя глубина продаж в 2015 году составляет пять-шесть недель против четырех месяцев в 2014-м. «В связи с текущей экономической ситуацией россияне стали меньше мечтать. Так, по всей России существенно уменьшилась доля тех, кто проверяет стоимость авиабилетов, не планируя конкретную поездку: если в 2014 году их было 77%, то в 2015-м — только 15%», — утверждает, в свою очередь, официальный представитель Momondo.ru (международный поиск, сравнивающий предложения на авиабилеты, отели и другие туристические услуги) Ирина Рябовол. В марте компания опубликовала результаты масштабного исследования предпочтений пользователей сервиса, согласно которому для новосибирцев этот показатель равен 35%.

«Новосибирские туроператоры практически полностью распродают билеты на чартеры на это лето. Когда я удивился этому факту, они мне объяснили, что просто в этом году чартеров будет в три раза меньше», — рассказал „Б“ один из предпринимателей, хорошо знающий ситуацию на местном рынке. Предварительный прогноз развития ситуации летом дали Новосибирская ассоциация туристских организаций и Союз туриндустрии Сибири. По их данным, из Толмачево вместо пяти чартерных рейсов в неделю в ОАЭ будет летать один. В Таиланд число рейсов сократится вдвое, во Вьетнам — на треть, на китайский остров Хайнань полеты будут отменены вовсе. Что касается Европы, то останутся прямые рейсы в Испанию, Грецию и Чехию, но тоже в меньшем количестве.

Следует упомянуть и тот факт, что целый ряд авиакомпаний переживают финансовые трудности разного масштаба, что не добавляет рынку оптимизма. На 26 марта в арбитражном суде Ханты-Мансийского автономного округа назначено рассмотрение дела о банкротстве «ЮТэйр». В преддверии разбирательства гендиректор авиакомпании Андрей Мартиросов обратился к министру

транспорта РФ Максиму Соколову с просьбой о содействии в скорейшем получении перевозчиком гарантий. От правительства «Уральские авиалинии» ждут предоставления гарантий на 2 млрд руб. и помощи на переговорах с ВТБ. Сбербанк РФ обратился в арбитраж Москвы с заявлением о признании банкротом «ВИМ-Авиа». На этой неделе Росавиация сообщила о том, что «ЮТэйр» и «Трансаэро» отказались от допуска на 19 маршрутов каждая. Так, «Трансаэро» не будет выполнять полеты из Екатеринбургa и Новосибирска в Барселону и Дубай. Еще в январе было объявлено, что «в целях оптимизации туристического потока» «Трансаэро» отменила один из двух рейсов Новосибирск — Хургада.

Специалисты и участники рынка не прогнозируют быстрого возврата к привычному темпу роста пассажиропотока и не рассчитывают на скорое восстановление международного трафика, говорится в исследовании «Авиапорта». Исполнительный директор Ассоциации туроператоров России Майя Ломидзе сообщила «Газете.ру», что в целом в России общее количество полетных чартерных программ, когда оператор сам заказывает и оплачивает логистическую цепочку, сократилось на 50%. Ранее президент Ассоциации эксплуатантов воздушного транспорта Владимир Тасун сообщил „Б“, что ожидает падения пассажиропотока по итогам всего 2015 года на 10-20% (см. номер от 10 февраля).

Внутреннее оживление

Впрочем, об апокалипсисе на рынке авиатransпервозок речь все-таки не идет. Пассажиропоток на внутренних рейсах по-прежнему увеличивается. За январь — февраль рост составил 12,4%, авиакомпании перевезли 6,1 млн человек. Крупные авиаперевозчики чувствуют себя довольно уверенно. Так, компания группы S7 в январе перевезли 717,2 тыс. пассажиров — на 5,3% больше, чем в первом месяце прошлого года. «В январе — феврале 2015 года мы наблюдаем рост пассажиропотока на рейсах в/из Новосибирска на 4% к прошлому году», — уточнили в пресс-службе группы. По ее данным, «в этом сезоне сократится частота полетов из Новосибирска в Гонконг и в Пекин, но при этом открываются новые рейсы — в Сеул, Сургут, Уфу, Самару, Мирный, Благовещенск, а также увеличится частота полетов в Ош, Бишкек, Сочи, Санкт-Петербург и Симферополь». Рейсы Новосибирск — Самара и Новосибирск — Уфа с остановкой в Сургуте стартуют 28 апреля, в Мир-

ный — с 2 июня, в Благовещенск — с 30 мая.

Государственная программа субсидирования межрегиональных перевозок продолжает стимулировать открытие новых рейсов. «КрасАвиа» с февраля приступила к полетам по маршруту Новосибирск — Ханты-Мансийск, а с 2 мая будет выполнять рейсы Новосибирск — Новокузнецк. С 2 апреля красноярская госкомпания возьмется за рейс Барнаул — Томск с частотой три раза в неделю. С 16 марта ATR-42-500 авиакомпании NordStar летает по маршруту Новосибирск — Кызыл — Иркутск два раза в неделю с перспективой увеличения до трех. Иркутская «Ангара» в самом начале года открыла рейс Новосибирск — Уфа, а с 4 марта продлила рейс Иркутск — Новосибирск до Челябинска и Казани, заменив ушедшую с него казанскую «Ак Барс Аэро».

На некоторых маршрутах, которые ранее не пользовались у перевозчиков особой популярностью, теперь даже разворачивается серьезная конкуренция. С 14 марта полеты в город томских нефтяников Стрежевой осуществляет «КрасАвиа», а с 19 марта — NordStar. К этому стоит добавить, что новый игрок на рынке Западной Сибири «Бурятские авиалинии» с 31 марта выйдут на маршрут Стрежевой — Томск.

Кроме того, российские авиакомпании активно осваивают маршруты из сибирских регионов в Крым. Об открытии летом полетов в Симферополь объявил кемеровский аэропорт. На 3 июня назначено открытие рейса Red Wings Барнаул — Симферополь (один раз в неделю). Та же авиакомпания с 2 июня начнет осуществлять дважды в неделю полеты в столицу Республики Крым из Томска. А 13 июня к Red Wings на маршруте Томск — Симферополь присоединится АЛРОСА (раз в неделю).

Такое развитие сети стимулирует развитие внутреннего туризма. По оценке гендиректора туристической компании «Дельфин» Сергея Ромашкина, в 2015 году следует ожидать роста объема внутреннего туризма на 25%.

Впрочем, любителей отдыха за границей тоже нельзя совсем сбрасывать со счетов. Они по-прежнему формируют спрос, которым воспользуются перевозчики. За последние годы появилась прослойка, которая не готова отказываться от путешествий, объяснил на онлайн-конференции Finam.ru PR-директор туристического поисковика Aviasales.ru Янис Дзенис. «Заменяя Прагу более дешевым Будапештом, но лететь», — уверен он. Пример такого экономного подхода новосибирцы показали уже на новогодние праздники. В декабре прошлого года относительно дорогие туры из Толмачево — в Европу, в ОАЭ, на острова Пхукет (Таиланд) и Хайнань — потеряли 40-60% клиентов. Зато число туристов, вылетевших в Египет, выросло на 70%, в Гоа — на 50%, во Вьетнам — на 25-40%.

Валерий Лавский

VIP-курорт по-нашему

Сибирские санатории готовы соперничать с курортными брендами Европы

Понятие «санаторный отдых» в нашей речи имеет широчайший ряд ассоциаций. Эффективное санаторное оздоровление отождествляется с зарубежными курортами вроде Карловых Вар, Виши, Баден-Бадена, спателей Мертвого моря. А при словах «отечественный санаторий» воображение напряженно рисует стариков, чинно гуляющих под соснами, согласных на самый неприятный отдых, хоть как-то отличный от сероватых пенсионных будней. Российская курортная индустрия в последние годы уверенно возвращает этому стереотипу. Набольший прорыв в этом споре с шаблонами принадлежит Белокурихе.



РЕНАТА

Впрочем, Белокуриха — понятие столь же широкое и собирательное, как и само слово «санаторий». Среди сокрушителей стереотипов есть своя ударная группа, успешно прошедшая путь от распылчато-кокетливого определения «здравница жемчужины Алтая» до статуса уверенного соперника авторитетных курортных грандов. Один из таких — санаторий «Родник Алтая». Концепция «Родника Алтая» — насыщенная, эффективная и даже стильное оздоровление для представителей самой активной части общества. Ассортимент оздоровительных курсов и процедур ориентирован на самую горячую проблематику активного класса: «кофисные» заболевания, тонусные сбои среднего возраста, сити-стресс, косметологические проблемы, кумулятивную усталость. Поэтому в атмосфере «Родника Алтая» нет никакой пенсионной дрёмы, никакой стереотипной «санаторности» с привкусом хлорки.

При этом здравница «заточена» на семейный отдых и сделала все, чтобы и взрослым, и ребятам было чем заняться порознь и вместе. Детям занимаются с утра до вечера профессиональные педагоги и опытные аниматоры. Для них разработаны специальные оздоровительные программы с четырех лет и меню для малышей с полутора лет. Именно поэтому их родители могут заниматься собой, восстанавливая утраченные в ритмах большого города душевное спокойствие, эмоциональную стабильность и физическое благополучие.

Уникальные биоклиматические нюансы региона тут суммировали с эффективными наработками современной курортной индустрии. Например, целительное воздействие озона, кото-

рым буквально напоен здешний воздух, тут подкрепляют точечной озонотерапией. Инъекции озона — мощное средство противодействия артериальной гипертензии — той самой, что известна под обиходными прозвищами «болезнь топ-менеджеров», «болезнь разлажившихся дел».

Кроме того, подспорьем здешнего воздуха, буквально купающего легкие, утомленные мегаполисом, становится карбокситерапия — процедура, борющаяся с кислородным голоданием тканей тела. В организм в виде инъекции или кожных масок вводятся двуокись углерода (CO₂). Попадая в ткани кожи, это вещество стимулирует выработку кислорода, активизирует процессы регенерации. Карбокситерапия позволяет избавиться от кругов под глазами, от растяжек и рубцов, зримо уменьшает дряблость кожи и проявления целлюлита.

Богат в «Роднике Алтая» и выбор оздоровительных ванн — пантовых, радоновых, пивных. Панты — молодые рожки маралов, основу пантотерапии, — в санаторий поставляют партнерское мараловодческое хозяйство, так что состав сырья и эффект процедур — безупречны. Пантовые ванны — отличное тонизирующее и иммуностимулирующее средство, сильное подспорье в борьбе с андрологическими расстройствами, да и просто с кризисом среднего возраста и сити-стрессом.

Позитивным андрологическим эффектом обладают и радоновые ванны. На этой ниве «Родник Алтая» уверенно конкурирует с французским Виши, знаменитым своими радоновыми водами.

Пивные ванны тонизируют и оздоравливают кожу, помогают при борьбе с нейродермитом и псориазом (эти не-

дуги в числе своих первопричин имеют стресс и трудовые перегрузки).

А с ортопедическими проблемами, нажитыми в офисном ритме, помогает бороться экстракорпоральная ударно-волновая терапия (или ЭУВТ) — абсолютно безболезненная и точно действующая процедура. Низкочастотные звуковые волны, не ощущаемые ни слухом, ни телом, сокрушают отложения солей, устраняя проявления артроза, пяточные шпоры.

И, конечно же, задействованы сугубо сибирские, самобытные процедуры: медовый массаж, выводящий токсины; массаж кедровой живицей, полезный для людей с проблемами органов дыхания; пантовая паросауна в кедровой бочке.

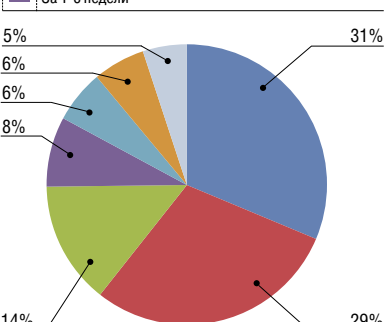
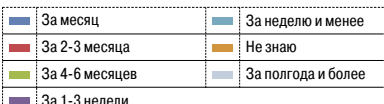
Обилие процедур и ресурсов позволяет специалистам санатория формировать программы с высокой степенью целевой локализации: антистрессовые, иммуноукрепляющие, антивозрастные, женские и мужские. Например, программу «Безлимита» можно наполнить консультациями любых узких специалистов санатория и процедурами сообразно своим потребностям и предписаниям — буквально как машину с люкс-тюнингом. Впрочем, это родство с автотюнингом не так уж и натянуто: здоровый и бодрый организм — это еще и средство уверенного передвижения по карьерным лестницам и секторам рынка.

Санаторий «Родник Алтая»
Подробности о программах, акциях и скидках по телефону **8-800-100-99-98**.
Представительство в Новосибирске: **Красный проспект, 86, 1 модуль, офис 302.**
Сайт: **родник-алтая.рф**

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. НЕОБХОДИМА КОНСУЛЬТАЦИЯ СПЕЦИАЛИСТА

КОГДА ТУРИСТЫ ИЗ НОВОСИБИРСКА НАЧИНАЮТ ПЛАНИРОВАТЬ ОТПУСК

ИСТОЧНИК: MOMONDO.RU.



Источник: Ростуризм.

экономика региона

«Для населения заимствования могут стать дешевле»

С четвертого квартала прошлого года вся российская экономика работает фактически в новых финансово-экономических условиях: с новой ценой денег, новым курсом валют и кризисными явлениями во многих отраслях. О том, какие решения в этих условиях приходится принимать кредитным учреждениям, корреспонденту „Ъ“ Валерию Лавскому рассказал управляющий сибирским филиалом банка ВТБ24 **Станислав Могильников**.

— интервью —

— Каковы основные тренды в банковском секторе, которые определяют его состояние в начале этого года?

— Во-первых, это, безусловно, более высокие, чем в прошлом году, ставки по кредитам. Для ВТБ24 это утверждение применимо ко всей линейке продуктов: ипотеке, автокредитованию, розничному и потребительскому кредитованию, а также кредитованию малого и среднего бизнеса, хотя и в разной мере. Для отдельных сегментов рост отличался, тем не менее можно говорить о фронтальном повышении ставок в новых выдачах.

Во-вторых, мы видим падение объемов новых выдач. Особенно в потребительских кредитах и автокредитах, где это проявилось наиболее сильно, а также в ипотеке. Мы видим, что, с одной стороны, спрос населения на потребительские заимствования сократился. Люди более осторожно относятся к тем трам, от которых можно отказаться. С другой стороны, нормы одобрения со стороны банков стали гораздо жестче. В результате можно говорить о кратном сокращении выдач в первом квартале 2015 года по отношению к последнему кварталу 2014-го.

Объемы новых выдач ипотеки упали меньше потребительских займов. Тем не менее если сравнить первый квартал 2015 года с первым кварталом прошлого года, то, если мы преодолеем планку выдач в ипотеке в 50%, уже будет неплохо. Мы ожидаем, что сыграет свою роль ипотека с господдержкой. Уже в заявках отразилось определенное оживление в этом сегменте. 19 марта наш банк принял решение о предоставлении ипотеки с государственной поддержкой со ставкой 12% годовых (ранее мы заявляли о ставке 13%). Также мы предполагаем снижение ставок по потребительским кредитам и по автокредитам. Это будет происходить, но как скоро — зависит от объективной ситуации на рынке, от цены денег, качества обслуживания кредитов действующими заемщиками. Мы ожидаем, что для населения заимствования могут стать дешевле, чем сейчас.

Если же говорить про вклады, здесь диаметрально противоположная ситуация. В непростые периоды население склонно более осторожно относиться к тратам и откладывать покупки. За первый квартал 2015 года мы по Новосибирску вырастем по объему привлеченных средств, ори-

ентир роста — 15% портфеля привлеченных средств. Доля роста произойдет за счет валютной переоценки, но есть и чистый приток средств, который формирует восходящий тренд. — Центробанк в последнее время дважды снижал ключевую ставку. В конечном итоге до 14%. Ведет ли это к практическим изменениям в работе банков в части ставок, или речь идет, скорее, о демонстрации намерений со стороны государства?

— Ключевую ставку Центробанка нельзя вполне назвать прямым инструментом рефинансирования банковской системы. Часто приходится слышать вопрос: «Ключевая ставка снизилась, почему вы тоже не снижаете ставки по кредитам?» Необходимо понимать, что ставки по кредитам зависят от двух ключевых факторов. Первый — это цена ресурсов, по каким уровням процентных ставок банку доступны деньги на рынке. Необходимо отметить, что средства ЦБ занимают в портфелях банка миноритарную роль. В этом суть и причина того, что ключевая ставка не проецируется непосредственно на цену кредитов. Другими словами, банк не может прийти в Центральный банк и без ограничений получить ресурсы по ключевой ставке на любой срок. В настоящее время (данные декабря 2014 года из открытых источников) «средняя температура по больнице» — доля средств ЦБ в пассивах банков 6-10%, лишь в отдельных случаях она находится в пределах 15%. Основным источником финансирования кредитов являются привлеченные средства клиентов. Поскольку в ценообразовании кредитов банк ориентируется в первую очередь на цену привлечения, предоставлять кредиты дешевле себестоимости ресурсов для банка вне рациональной экономической логики. Для любого банка, даже с государственным участием, один из ключевых показателей эффективности — прибыль (хотя, разумеется, есть и другие задачи).

Второй фактор — цена риска. Это вполне оцифрованный аспект, несмотря на звучное определение. Часть клиентов по разным причинам прекращают платить и уходят в дефолт. Это влияет на цену кредитов, поскольку разница между ставкой привлечения и ставкой размещения (маржа) должна также окупать потери по ссудам. Мы в 2014 году наблюдали рост числа дефолтов, и полагаем, что и в 2015 году эта тенденция особого оптимизма не вселяет. Нам



придется компенсировать эти потери. В том числе и за счет цены размещения, ставок по кредитам. Такова механика бизнеса. Когда у банка есть объективная возможность продать больше, оперируя снижением цены, он ею воспользуется. Прежде всего потому, что банковский рынок — высококонкурентный.

— Столкнулся ли ВТБ24 в первом квартале с ростом количества просроченных ипотечных кредитов?

— Это для нас очень важный сегмент. Ипотека составляет в ВТБ24 около 40% портфеля, а в Новосибирске — даже более половины. Но просрочка по этому продукту гораздо ниже, чем в других сегментах кредитования. Мы пока не почувствовали, что ипотека вышла за пределы неконтролируемой дефолтности. Определенные тревожные сигналы есть, но наши клиенты демонстрируют особое отношение к базовым ценностям, к числу которых относится жилье. Да и рынок стал более «взрослым» за последние годы в том смысле, что банки более консервативно и качественно подходят к процедуре одобрения сделок и клиенты лучше подготовлены в плане финансовой грамотности. В 2008-2010 годах дефолтов по ипотеке было гораздо больше.

— Способно ли оживить рынок решение государства компенсировать потери банков по программе господдержки ипотеки? — Здесь речь идет скорее не о потерях банков, а о создании для банков принципиальной возможности предоставлять продукт по доступным ценам. Самое главное, что клиенты при такой ставке смогут обслуживать полученные кредиты. Мы уже полным ходом принимаем заявки на ипотеку с господдержкой, первые выдачи начнем с апреля. Без господдержки ставка по ипотеке составляет 15,95% годовых. Важно отметить, что в случае с ипотекой, которая является очень долгосрочным

продуктом, сумма ежемесячной выплаты серьезно зависит от уровня ставки. Со снижением ставки повышается вероятность одобрения кредита банком, поскольку сокращение абсолютной суммы ежемесячного фиксированного платежа создает объективную доступность для большего круга клиентов.

Сейчас у ВТБ24 первоначальный взнос при кредите по программе ипотеки с господдержкой составляет 30%, но мы ожидаем в ближайшее время снижения этого уровня до 20%, как это уже сделали некоторые банки. Норма первоначального взноса — это также определяющий фактор, который позволяет или не позволяет зайти в сделку. Сегодня помимо государства застройщики также активно начали думать о том, как помочь клиенту. Есть программы, в которых застройщик дотирует клиента на определенный период в процентной ставке. Такая схема позволит, в зависимости от застройщика, снизить ставки ниже 11% годовых.

КЕМЕРОВО

Кафе «Маяк»
пр. Октябрьский, 2 Б

Развлекательный комплекс
«Зимняя вишня»
пр. Ленина, 35

Кофейни Traveler's Coffee
ул. Весенняя, 16
ул. 50 лет Октября, 26

НОВОКУЗНЕЦК

Гостиница «Паллада»
ул. Лазо, 18

Гостиница «Фонарь»
ул. Ростовская, 11

Кофейни Traveler's Coffee
ул. Кирова, 33
пр. Металлургов, 25

БЕРДСК

Курорт-отель «Сосновка»
Речкуновская зона отдыха

Hotel&Spa CRONA
ул. Морская, 26

Трактир «Печки-Лавочки»
ул. Ленина, 29

Гриль-бар «Весело-Село»
Речкуновская зона отдыха

ТОМСК

Ресторанный комплекс
«БАМБУК»
ул. Гагарина, 2

Ресторан
«Славянский базарь»
пл. Ленина, 10

Ресторан «The Хмель»
ул. Ленина, 95

Трактир «Вечный зов»
ул. Советская, 47

Кафе-кофейня
Baden-Baden
ул. Вершинина, 19

Кафе-кондитерская
«Тралине»
ул. Герцена, 26

Кофейня «Кофешенк»
пр. Ленина, 63

Ресторан Two Chefs
Набережная
р. Ушайки, 16

Гостиница «Томск»
пр. Кирова, 65

Отель «Магистрат»
пл. Ленина, 15

БАРНАУЛ

Гостиница «Сибирь»
Социалистический пр., 116

Отель «Александр Хаус»
ул. Профинтерна, 4

Каоке-ресторан «Точка»
пр. Ленина, 19

Ресторан BBQ
пр. Строителей, 16

Кофейни «Coffee, please»
Социалистический пр., 78
пр. Ленина, 64

Социалистический пр., 117а
Алтайский бильярдный клуб
пр. Строителей, 16

Коммерсантъ

в лучших местах
Сибири

Указанные здесь заведения индустрии гостеприимства приобретают газету «Коммерсантъ» для своих клиентов

НОВОСИБИРСК

Азимут-отель «Сибирь»
ул. Ленина, 21

Отель-центр «Аванта»
ул. Гоголя, 189/1

Бутик-отель Nord Castle
ул. Аэрофлот, 88/8

Мини-отель Shale
ул. Нижегородская, 18

Gorskiy city hotel
ул. Немировича-Данченко, 144

Гостиничный комплекс
«Сосновый Бор»
ул. Новая Заря, 53а

Отель «Метелица»
ул. Добролюбова, 195

Гостиничный комплекс
«55 Широта»
ул. Дениса Давыдова, 1/3

Ресторанный комплекс
Bellissimo
ул. Иванова, 29

Ресторан Shamrock
ул. Нарымская, 23

Ресторан La Maison
ул. Советская, 25

Ресторан «Вкусный Центр»
пр. Лаврентьева, 4

Ресторанный комплекс
«Скоморохи»
ул. Челюскинцев, 21

ул. Карла Маркса, 39

Ресторан «Островский»
ул. Горького, 64

Ресторан «Аладдин»
ул. Романова, 28

Ресторан Mexico
ул. Октябрьская, 49

Ресторан «Тинькофф»
ул. Ленина, 29

Ресторан «Макароны»
ул. Ленина, 1

Ресторан Red House
Красный проспект, 22

Ресторан «Тандыр»
ул. Семьи Шамшиных, 64

Ресторан «Тихая площадь»
ул. Титова, 10

Трактиры «Печки-Лавочки»
ул. Ленина, 1

Красный проспект, 157

ул. Ильича, 6

ул. Кирова, 108

ул. Бориса Богаткова, 208/1

Ресторан «Беладжо»
ул. Блюхера, 47

Ресторан «На Даче»
Дачное шоссе, 5

Рестораны BEERMAN:
Вокзальная магистраль, 1

ул. Каменская, 7

пл. Маркса, 7

ул. Добролюбова, 2а

Ресторан-гриль
«Фенимор Купер»
ул. Советская, 64

Ресторан-гриль «Не горюй»
ул. Октябрьская, 49

Кафе «Аммиго»
ул. Мусы Джалиля, 11

Кафе «Восток-Запад»
ул. Ильича, 6

Кафе «Шанхай»
Красный проспект, 13

Гриль-бар «Дружба»
ул. Кошуриникова, 39/1

Коктейль-бар Black Milk
ул. Ядринцевская, 21

Коктейль-бар Twiggy
Потанинская, 10а

Гастрономический театр
PuppenHaus
ул. Чаплыгина, 65/1

Old Irish Pub
Красный проспект, 37

Стейк-хаус «Гудман»
ул. Советская, 5

Кафе-блинная Bliss
ул. Ленина, 20

Кофейня «В шоколаде»
Морской проспект, 24

Кофейня Cinema
ул. Ленина, 7

Кофейни Traveler's Coffee:
ул. Ленина, 6

пл. Труда, 1

пр. Карла Маркса, 43

Кофейня Bliss
ул. Б. Хмельницкого, 39

Кофейни «Чашка Кофе»
Красный проспект, 22

Морской проспект, 54

ул. Залесского, 5/1

ул. Максима Горького, 78

Кофейня «Шансонье»
Красный проспект, 37

Кофейня Éclair
Ядринцевская, 21

Имидж-лаборатория
персонального стиля
ул. Урицкого, 32

VIP-сауна «Царь-баня»
ул. Нарымская, 23

Коммерсантъ®

10.04.2015

НОВОСИБИРСК,
конгресс-отель
«Новосибирск»

РЕГИСТРАЦИЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ: ТЕЛ. (383) 212-02-42, 375-24-74, ОТДЕЛ КОНФЕРЕНЦИЙ

Сибирское представительство АО «Коммерсантъ» организует

КРУГЛЫЙ СТОЛ

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ:
РЕАЛЬНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ
НОВОСИБИРСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

ТЕМЫ
ДЛЯ ОБСУЖДЕНИЯ:

- Меры господдержки промышленности. Как власть способствует привлечению инвестиций в развитие импортозамещающих производств
- Обзор перспектив для импортозамещения предприятий Новосибирска
- Оценка механизмов проектного финансирования и других инструментов
- Опыт и предложения предприятий по импортозамещению

реклама 16+

экономика региона

«Слово „доступно“ сейчас самое важное»

Ресторанный рынок, по оценкам его участников, ждет существенное сокращение. И в первую очередь потери понесут заведения премиального сегмента. Тем не менее генеральный директор компании «Фуд-Мастер» (франчайзер сети «Вилка-Ложка», «Печки-Лавочки», «Рыба. Рис», франчайзи «Перчины» в Москве и Екатеринбурге) **Илья Серов** считает экономический кризис удачным временем для инвестиций в общепит.

— **экспертное мнение** —

— **Насколько актуальна сегодня такая форма развития бизнеса, как франшиза?**

— Франшиза была актуальна как до кризиса, так и сейчас. И тогда и сейчас у определенного количества людей есть некая избыточная ликвидность. Ее можно положить в банк под 13-14% годовых. А можно вложить средства в надежный бизнес-проект и иметь совсем другую доходность. Что касается специфики сегодняшнего дня, то ситуация на рынке, конечно, поменялась, она стала более рискованной. Мы наблюдаем загибание, никто ничего нового не открывает. В сфере общественного питания разве что McDonald's и Burger King показывают некоторую активность. Все остальные ресторанные компании выжидают.

— **В чем же прелесть франшизы?**

— Покупая франшизу, инвестор должен понимать, что ближайšie год-два ситуация будет такой, как сейчас, не лучше. Предпочтения потребителей на рынке общепита уже распределились. Больше других в кризис страдают заведения премиального сегмента. Там идет максимальное падение выручки. Те, кто раньше ходил в дорогие рестораны, уходят в средний ценовой сегмент. Кто не может позволить себе питаться по средней цене, переходит в заведения фастфуда.

Мы выходим на рынок, по сути, с антикризисным предложением. Бизнес-планы, основанные на докризисных условиях, сегодня уже не актуальны, нужно пересматривать и показатели ожидаемой выручки, и долю сырья в выручке, и объем необходимых инвестиций. Сегмент, в котором работает, например, сеть «Вилка-Ложка», в общепите успешен. Мы предлагаем своим партнерам уже подтвержденный бизнес-проект, который прошел оценку рынком именно в кризисных условиях. И это не только наши оценки. В Санкт-Петербурге и Москве в столовых, ресторанах быстрого обслуживания сейчас ажиотаж. Если человек уже привык питаться вне дома, ему трудно изменить свою модель поведения. Эти люди все равно будут обедать в ресторане или столовой. Они

идут туда, где это доступно. Слово «доступно» сейчас самое важное.

— **Инвестиции в средний ценовой сегмент общепита — это возможность сохранить капитал?**

— Это возможность в текущих условиях как минимум получить эффективный бизнес-проект, а в перспективе и увеличить доход. Когда инвестор заходит на рынок «на дне», он получает преференции. Для предприятия общественного питания открыть точку в правильном месте — самое главное. Сегодня хороших свободных мест практически нет. Они давно заняты, но в условиях кризиса появляются новые возможности. Те операторы, кто еще недавно мог позволить себе слабый плюс или даже слабый минус в прибыли, сегодня с рынка уходят. И с точки зрения концепции бизнеса именно в демократичном ценовом сегменте выручка как минимум не снижается.

В последнее время в Новосибирске появилось слишком много людей, которые расценивают ресторанный бизнес как простой. Некий инвестор для своей супруги или дочери открывает ресторан. Им почему-то кажется, что это интересно и все у них получится. Придумывают некую «концепцию», набирают персонал и начинают работать. В итоге месяц, полгода, год работают в минус и верят, что все когда-нибудь будет хорошо. Закрывать — это значит расписаться в убыток. Поэтому дотируют. И таких заведений в Новосибирске много. Собственнику жалко закрывать точку, но наступает момент, когда все начинают считать деньги. И они понимают, что лучше ужасный конец, чем ужас без конца. И сейчас таких закрытий, думаю, будет много. Значит, будут освобождаться хорошие с точки зрения локации места. А это возможность для других инвесторов.

— **Ситуация с арендой площадей на рынке коммерческой недвижимости меняется?**

— На рынке не видно никого, кто бы мог прийти сейчас с инвестициями. Во многих коммерческих центрах ставка аренды в евро. Но мы-то работаем в рублевой зоне. На появление новых инвесторов влияют два фактора: гибкость арендодателя с точки зрения цены и локация. Если локация хорошая, но ставка аренды завыше-



ФОТО: ИЛЬЯ СЕРОВ

на, то место, скорее всего, долго будет оставаться незанятым. Инвесторы сейчас не спешат. И это тоже один из определяющих факторов. Важно понять и рассчитать, во что инвестировать, в какую концепцию, чтобы бизнес был окупаемым.

Сегодня ставки аренды упали в среднем на 20-30%. И это еще одна возможность для нас. Мы все понимаем, что выручка падает, затраты растут, и чем экзотичнее формат заведения, тем выше расходы. Мы сегодня не теряем в количестве гостей, но теряем в эффективности. Это связано прежде всего с расходами на сырье. Несмотря на все разговоры об импортозамещении, цены на продукты растут.

Понятно, что все хотят по возможности сохранить уровень доходности. Но дальновидные арендодатели понимают, что им важнее сохранить тех арендаторов, кто может платить, даже если придется поступиться частью прибыли, чем нести расходы на содержание недвижимости и не получать никакого дохода. Они вынуждены быть более гибкими, если хотят сохранить стабильный и гарантированный доход. Бизнес-логика подсказывает, что нужно договариваться. Основной принцип в кризис — удержки того, что есть.

— **Каков уровень рентабельности заведений общепита сегодня?**

— Он разный. Для концепции «Вилка-Ложка» мы закладываем сейчас долю прибыли в обороте на уровне 15%.

— **Вы говорите о том, что ваш ценовой сегмент наиболее кризисоустойчив. Но с начала года несколько заведений фастфуда закрылись. Это специфика новосибирского рынка? Почему круп-**

ные и успешные в плане концепции сети не получают ту прибыль, на которую рассчитывали?

— Вот смотрите, и McDonald's, и Burger King пришли не на пустой рынок. Думали, если компании трансконтинентальные, значит будет легко. Ничего подобного. Никто их здесь с распростертыми объятиями не ждал. Лидер на рынке фастфуда в Новосибирске — KFC. Carl's Junior не зря закрылся. Новосибирск не бургерный город. У нас несколько другая модель потребления. Например, в «Вилки-Ложки» люди приходят, чтобы съесть домашний обед, привычный еще с советской кухни. Те, кто идет в McDonald's и KFC, идут именно за гамбургером, колой и жареной картошкой. И эти потребители крайне редко пересекаются.

— **Изменились ли отношения между франчайзерами и франчайзи? Готовы ли первые жертвовать частью своей прибыли, например снижать паушальный взнос и роялти, чтобы сохранить долю на рынке?**

— Конечно, отношения меняются. Мы, к примеру, являемся как франчайзером, так и франчайзи («Перчины» в Москве и Екатеринбурге) и можем смотреть на происходящее на рынке с двух сторон. Все хорошо, когда на рынке хорошо и франчайзи может позволить себе выполнять обязательства по договору коммерческой концессии. А когда он сам уходит в убыток, с чего ему платить? В стандартном договоре нет никакой привязки к тому, сколько денег он зарабатывает, там нет пункта, позволяющего не платить роялти, если инвестор несет убытки или хотя бы просто стал получать меньше прибыли. Считается, что вопрос эффективности бизне-

са — это проблема франчайзи. Отсюда возникают конфликты.

Поэтому успех развития компании — это всегда путь переговоров. И те и другие заинтересованы в том, чтобы искать компромисс. Мы, к примеру, не в лучший момент открыли одну из своих франчайзинговых точек. Это был сезонный минус, и плюс кризис. Но мы пошли на уступки и на квартал заморозили выплату роялти своим партнерам. Поэтому что брать можно только с того, кто зарабатывает. Если франчайзи не зарабатывает, мы должны делить с ним эти риски.

— **На какую поддержку со стороны франчайзеров могут рассчитывать приобретатели франшиз?**

— Любого инвестора волнует, когда он вернет свои деньги и начнет получать прибыль. Если до кризиса мы говорили, что срок окупаемости инвестиций в наш проект — полтора-два года, то сейчас в связи с ростом объема инвестиций вырост и срок окупаемости, он стал уже два — два с половиной года. У нас есть так называемая прогрессивная шкала выплаты роялти. Она привязана к выручке и финансовым показателям конкретного франчайзи. Ставка платежа варьируется от 0 до 5%.

— **Каким образом вы контролируете доходность?**

— У нас в договоре прописано, что мы ежемесячно получаем отчетность. Это честная модель, мы видим, сколько наши франчайзи зарабатывают. Каждый месяц они согласовывают с нами бюджетный план.

— **То есть, по сути, вы входите в управление компанией франчайзи?**

— У нас есть стандартная франчайзинговая схема, нам платят роялти и маркетинговый взнос, он разный, в зависимости от региона. И второй вариант — партнерская модель. Мы ищем инвестора, который под конкретный бизнес-план вкладывает деньги. Это полностью бизнес инвестора, его договор аренды, персонал, его имущество. Но управляем всеми бизнес-процессами мы. Инвестор получает всю прибыль в течение срока окупаемости. Компании-франчайзеру он платит только управленческий ежемесячный платеж, который значительно меньше роялти и маркетингового взноса. После того как заканчивается срок окупаемости, прибыль делится между инвестором-франчайзи и управляющей компанией — франчайзером 50 на 50.

— **Зачем держателю франшизы предоставлять такой расширенный сервис и брать на себя дополнительные риски?**

— Это только теоретически кажется, что управлять франчайзинговой точкой легко. На самом деле это очень сложный процесс. И здесь успешно только те компании, в которых есть профессиональный и работающий не по формальному принципу от-

дел франчайзинга. Франчайзи требует постоянного контроля. Для нас важно соблюдение стандартов. Если стандарты нарушаются, это в первую очередь отражается на репутации всей сети.

Во всех трансконтинентальных компаниях, развивающих свой бренд по франшизе, это давно осознали. У них шаг влево-вправо приводит к расторжению договора. Но они внимательно прислушиваются к своим франчайзи, потому что эти люди постоянно генерируют какие-то идеи. 99% из них — бредовые, но в оставшемся проценте есть здравый смысл и польза для развития бренда. Вот эти рациональные идеи компании обкатывают и впоследствии внедряют в своей сети.

Есть искушение наплодить как можно больше франчайзинговых точек, и пусть они платят. Но, если их не контролировать, очень скоро понимаешь, что пошел. Потому что они начинают делать что хотят. Мало того что это может нанести репутационный вред материнской компании, так еще и сами франчайзи, если работают не по стандартам, недополучают прибыль. А это опять же повод усомниться в успешности предположенной бизнес-концепции.

— **Франшиза в сфере общественного питания чем-то отличается, например, от сегмента ТНП?**

— В чистом виде отличий франшизы мало. Тот же паушальный взнос, роялти, поставка сырья или товаров. Если говорить о работе в условиях кризиса, то именно наш демократичный сегмент более устойчив, чем рынок ТНП. Человек может отказаться от покупки новой пары обуви или одежды, каких-то предметов роскоши, но от питания он не откажется, хотя, может, и пересмотрит предпочтения.

— **Вы прогнозируете сокращение числа франчайзи?**

— Вероятность того, что сейчас партнеры будут отказываться от франшизы и уходить из бизнеса, очень высока. И не только партнеры. Сами франчайзеры, имея свои точки, будут уходить с рынка. Carl's Junior уже закрылся, у Subway вместо 10 точек в Новосибирске осталась одна. Все рестораны сейчас потеряют, уйдет, думаю, около 20% игроков. Некоторые рестораны еще надеются переждать, перетерпеть, у них есть надежда, что рынок отскочит. В 2008 году он быстро упал, но так же быстро начался рост. Сегодня ситуация другая. Людям жалко, это же их деньги. Но мы не работаем по принципу «жалко». Два месяца убытки — надо закрываться. Кризис будет длительным. Тот, кто сейчас пытается пересидеть, просто наращивает свои убытки. Рынок должен очиститься ровно настолько, чтобы позволить правильным ресторанам зарабатывать.

Записала Анна Гадалина

Алтай обещает туристам «все настоящее»

— **туризм** —

с9

К борьбе готовы

Алтайские туркомпании пытаются вести гибкую ценовую политику. По словам директора «Алтай-турцентра» Татьяны Сажановой, в этом году участники регионально-го рынка выразили готовность не повышать стоимость размещения, сохранив ее на уровне 2014 года. Но вот удержать рост цен на питание и сервисные услуги в нынешних экономических условиях им вряд ли удастся. «Многие сегодня вынуждены отказываться от отдыха за границей — потенциально это наша аудитория. Надо постараться превратить их в лояльных клиен-

тов, которые и в дальнейшем будут осознанно выбирать отдых у нас. Мы не соперничаем с европейскими курортами, а ждем своего гостя, ориентированного на здоровый образ жизни и семейные ценности. Ориентируясь на эту категорию отдыхающих, формируем новые предложения, расширяем спектр услуг, повышаем комфортабельность номерного фонда», — говорит Андрей Пастухов.

Власти Алтайского края, со своей стороны, активно продвигают туристический потенциал региона. За последний месяц губернатор края Александр Карлин уже дважды встретился с федеральными туроператорами. «Ни один регион страны еще не проявлял такой беспрецедентной активнос-

сти», — отметила руководитель АТОР Майя Ломидзе. Кроме того, на выставке «Интурмаркет-2015» в Москве край впервые публично представил свой новый туристический бренд «Алтайский край. Все настоящее!», официальная презентация которого запланирована в конце апреля на форуме Visit Altai.

Не оставляют региональные власти и попытки решить вопрос о субсидировании перелетов в регион. Правда, по мнению финансового аналитика ИХ «Финам» Тимура Нигматуллина, это не приведет к существенному росту турпотока. «Обычно на авиаперелет приходится 20-35% расходов, поэтому их субсидирование сможет дать лишь умеренное увеличение потока туристов. Впрочем,

я не думаю, что федеральные и региональные власти будут субсидировать существенную долю в стоимости авиабилетов, из-за рисков, связанных с усилением давления на расходные части бюджетов. Что же касается перспектив сотрудничества с федеральными операторами, то, на мой взгляд, они могут вытеснить часть местных игроков. Федеральные компании гораздо эффективнее с точки зрения операционных расходов, поскольку могут экономить на них за счет масштаба бизнеса. Следовательно, они могут предлагать более выгодные условия для клиентов, что постепенно может вытеснить с рынка обычно менее эффективных регионалов», — подчеркнул эксперт.

Антон Перов



Вы в Сибири отдыхать будете?

Алексей Тютин, директор сибирского филиала компании «МТС Фона»:

— У нас в компании есть правило: все выездные совещания и стратегические сессии проводить только в России. Например, в прошлом году все руководство «МТС Фона», включая генерального директора, приехало в горы Алтая. Для проведения таких мероприятий в Сибири есть все условия. Гости остались очень довольны и отелем «Алтика», и культурной программой. Но командировка — это одно. И совершенно другое дело — долгожданный отпуск. В прошлом году я попробовал отдохнуть в Белокурихе — не мое. Во-первых, есть куда расти в плане сервиса и комфорта. Во-вторых, лишний раз убедился, что для меня важнейшие составляющие хорошего отпуска — смена обстановки, яркие эмоции и погружение в иную культурную среду. Лучше всего это получается сделать за границей, когда ты знакомишься с другой страной, изучаешь ее культуру, расширяешь свою картину мира. В этом году мы с семьей планируем отпуск за границей.

Татьяна Глазунова, руководитель группы компаний ROSA consulting group:

— И отдыхали, и отдыхаем! Еще как! Мы с мужем страстные рыбаки. Зимняя рыбалка в Шарале, в Томской области — прекрасные места! Дарят такой заряд эмоций, позитива! На Алтай выбираемся каждый год. В прошлом году были с детьми, в этом году с друзьями, семьями собираемся на машинах на Алтай или на Байкал. На Танае проводим корпоративные мероприятия. А Шерегеш — любимое место многих сотрудников. В отдыхе ведь важны настрой и хорошая компания. И тогда даже какие-то недостатки комфорта становятся увлекательным приключением! Конечно, это другой отдых. Для кого-то, возраст и красота гор, рек, озер и степей Сибири и Алтая — это настоящее богатство. Насколько оно конкурентоспособно? Сейчас многие туристические объекты могут компенсировать затраты на свое содержание и развитие только за счет трех-четырёх ак-

тивных (теплых) месяцев в году. Я думаю, более конкурентоспособные сервис и цены появятся и с ростом внутреннего туризма, и с развитием крупных комплексных круглогодичных туристических зон, таких как строящаяся неподалеку от Горно-Алтайска «Алтайская долина» или действующая «Бирюзовая Катунь». Вообще, если говорить про Алтай, и в первую очередь про Горный Алтай, то видно, как активно ведется строительство в туристических зонах. А значит, есть и инвестиции, и уверенность в том, что они принесут прибыль. И здесь я вижу и огромные профессиональные перспективы, и возможности для увлекательного проведения досуга своей семьи.

Александр Соловеченко, директор «МТС Сибирь»:

— Буду непременно — в июле еду с друзьями, живущими за границей, отдыхать в Горный Алтай, где очень люблю бывать. Это место, куда пригласят друзей не только приятно, но и не стыдно. Внутренний туризм Сибири уже давно привлекает — курорты и санатории Белокурихи, горнолыжные трассы Шерегеша и турбазы Горного Алтая известны и популярны далеко за пределами Сибири и даже России. Уверен, сибирский туризм вполне конкурентоспособен, у него есть неоспоримые преимущества: уникальность и красота природы, разнообразие ландшафтов и видов отдыха. А такое преимущество, как ценовая доступность, будет только усиливаться — в силу нынешней ситуации с удорожанием выезда в дальнее зарубежье привлекательность сибирских туристических и курортных маршрутов будет расти. Что касается готовности туристической инфраструктуры, то у нее есть немалый потенциал для развития, главное — фокусироваться не только на прибыли, но и на удовлетворенности клиента.

Владимир Ермолаев, региональный представитель в корпоративном сегменте по СФО компании InfoWatch:

— Отдыхал, отдыхаю и буду отдыхать на Алтае! Для моей семьи новогодние каникулы на Алтае — это уже традиция. Ближе к концу года дочка обязательно спрашивает, поведем ли мы на Алтай. И мы едем! Лично для меня горы — это возможность отдохнуть, и этот отдых невозможно сравнить ни с Турцией, ни с Таиландом. Это нечто совершенно другое. При этом каждый отдыхает на Алтае так, как считает нужным. Мы, например, просто гуляем по окрестностям. Кто-то катается на лыжах, кто-то идет в поход пешком, на лошадах. Кто-то сплавляется по рекам. Кто-то занимается охотой. Я уверен, что при организации транспортной доступности на Алтай устремится огромный поток туристов со всей страны. Место уникальное и очень душевное.

