



РЕНАТА ЯНГАЕВА

мещение по системе „все включено“, — рассуждает она. Представитель Onlinetur.ru Игорь Блинов говорит, что в Крыму самый дорогостоящий отель — Mriya Resort & Spa: двухместное размещение здесь на три ночи в конце августа на сайте бронирования Booking.com сейчас стоит около 100 тыс. руб., на июль свободных мест практически нет.

### Портрет VIP-туриста

Екатерина Медовикова считает, что дорогостоящие туры по России чаще привлекают обеспеченных клиентов в возрасте 45–50 лет. «Такие туристы, как правило, бронируют полный турпакет, включая авиаперелет, индивидуальную экскурсионную программу, дополнительные услуги премиум-класса, выбирают размещение в лучших отелях», — говорит она. По опыту Алексея Зарецкого, в случае с внутренними VIP-поездками речь чаще всего идет о семейном отдыхе: «Крайне редко эти туры приобретают для двоих, в половине случаев это группы от четырех человек. С детьми или без них».

Один из экспертов туристического рынка признался «Деньгам», что дать четкий портрет туристов, предпочитающих отдых в дорогих отелях на Черноморском побережье, нельзя. «Географически это массовый сегмент, который привлекает совершенно разных клиентов, выбирающих отель, исходя из финансового положения», — объясняет он. По его словам, основной контингент дорогих туров на Сахалин составляют военные, ориентированные на качественный активный отдых. «Хорошие курортные отели за рубежом не уступают нашим по качеству, но выигрывают в цене, так что основной контингент внутреннего дорогого турпродукта — военные, чиновники, просто бюджетники, отдых которым дотируется», — рассуждает Игорь Блинов.

В число клиентов дорогих экспедиционных туров, по мнению Сергея Ромашкина, сейчас входят абсолютно все обеспеченные люди: это политики, силовики, бизнесмены и просто топ-менеджмент крупных компаний, выезжающий на Алтай или Камчатку на тимбилдинги. «Эти клиенты, как правило, не публикуют имена, они специально просят операторов скрыть их имена даже от сотрудников и фигурируют в системах бронирования, например, как „Иванов плюс шесть человек“, из-за чего статистику по таким турам вести достаточно сложно», — признается он. ●

пользоваться значительным спросом. «Все-таки речь в этом случае идет об экстремальном отдыхе», — отмечает она.

### Элитное Черное море

Но наиболее востребованными в натуральном выражении в дорогом внутреннем сегменте многие участники рынка по-прежнему считают поездки на Черноморское побережье. По словам Алексея Зарецкого, на туры в Крас-

нодарский край сейчас приходится больше 70% продаж. «Например, в прошлом году мы реализовали почти за 700 тыс. руб. новогодний тур в один из отелей в Красной Поляне для троих взрослых и троих детей, причем на завтраках и без транспорта», — вспоминает он. Зарецкий считает высокий спрос на дорогие объекты размещения внутри страны закономерным: для некоторых категорий обеспеченных граждан

единственной возможностью комфортно отдохнуть стали отели высокого уровня. При этом, по его словам, наибольшим спросом у таких клиентов благодаря развитой инфраструктуре пользуется Сочи.

Майя Ломидзе, напротив, считает, что дорогие отели для VIP-гостей есть практически на всех курортных направлениях. «Например, в Анапе это отель „Довиль“, предполагающий раз-

### ПОПУЛЯРНЫЕ РОССИЙСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЛЯ ВИП-ТУРИЗМА

