Не останавливаться!

Правила рыночного движения от PAC GROUP



PAC GROUP 14 лет работает на туристическом рынке, при этом темп развития компании нарастает с каждым годом. Каждый сезон этот туроператор выводит несколько новинок: это может быть новый вид туризма, интересный регион или оригинальные программы экскурсионного и пляжного отдыха.

— Илья Михайлович, где компания находит ресурсы для вечного движения вперед?

— Давно известно, что на динамично развивающемся рынке нельзя останавливаться. Либо ты движешься вперед, либо отступаешь. Наша компания выбрала стратегию развития по направлениям туризма. Мы не пытаемся охватить весь мир и кого-то удивить количеством стран. Можно сказать, что на основе капитального фундамента специалисты по кирпичику возводят капитальное здание из приоритетных направлений PAC GROUP. Могу привести пример: работу с экскурсионными программами мы начали в Италии. Потом абсолютно естественно наши интересы и интересы туристов наших агентств распространились на ее европейских соседей: Францию, Великобританию, Австрию, Швейцарию.

— Хотите сказать, что работая в каждой стране, компания PAC GROUP всегда внимательно изучает ее соседей?

— Это принцип работы многопрофильного туроператора: вечный поиск нового. Некоторые компании выбирают роль "последователей" и выходят на уже разработанные направления, стараясь с помощью демпинга откусить кусок побольше. Мы же часто являемся "первопроходцами": сознательно рискуем, предлагая новый маршрут на рынке, но при этом занимаем на каждом направлении свою нишу.

— На горнолыжном направлении у компании в этом году юбилей — 10 лет работы. Как вы относитесь к массовой перековке операторских компаний в "горнолыжников"?

— К сожалению, это закономерность. Любое быстрорастущее направление привлекает игроков со всего рынка, а горнолыжный вид отдыха сейчас вырвался в настоящие фавориты. Если прирост на других направлениях в сезон составляет не более 10-15%, то здесь он подчас превышает и 25 %. Единственное "но" горнолыжный продукт имеет свою специфику, его разрабатывать далеко не просто. Поэтому мы относимся к процессу выхода конкурентов на рынок очень серьезно, но без опасений. В каждой горнолыжной стране давно сложился костяк лидирующих операторов, обладающих большими долями рынка и легкий передел тут вряд ли возможен.

— Изменилась ли схема подготовки горнолыжного продукта за последние 10 лет?

— Если 8-10 лет назад, когда PAC GROUP впервые вывел горнолыжные программы на рынок, и этот вид отдыха был уделом индивидуального отдыха, то сейчас можно сказать, что это направление массового туризма. В связи с этим меняются и технологии: выигрывает та компания, которая работает с большими квотами гарантированных мест, принимает на себя значительные финансовые риски, предлагает шире ассортимент программ, поднимает больше чартеров, но при этом ни на минуту не забывает о качестве продукта. Горы не любят непрофессионалов в туризме, поэтому каждый шаг должен быть хорошо подготовлен и просчитан.

— Какие задачи ставит перед собой компания в этом году на альпийских склонах?

— Альпы внутри горнолыжного направления самый динамичный регион, поэтому и PAC GROUP концентрирует здесь свое особое внимание. В каждой стране мы выстраиваем свою шкалу интересов и приоритетов. Италия для нас является неоспоримым флагманом: за десять лет мы сумели вывести ее из тени других "альпийцев", изменить к ней отношение и рынка в целом и российских горнолыжников. Из индивидуально-горнолыжной она превратилась в страну массового паломничества знатоков хороших склонов и заняла подобающее ей место наравне с Францией и Австрией. Но для этого была проделана колоссальная работа: два года назад мы первые рискнули поднять длинную чартерную цепочку на

Верону. А в этом сезоне PAC GROUP уже консолидирует три длинные программы — две на Верону, и одну на Турин.

— А как распределятся интересы компании во Франции и Австрии?

— Французские склоны не нуждаются в особой рекомендации у горнолыжников, и наша компания с 1996 года уделяет этому направлению особое внимание. Пошаговое наращивание объемов на самых известных курортах привело к тому, что последние несколько лет мы уверенно входим в тройку лидеров по количеству отправляемых туристов. Компания является одним из консолидаторов чартерных бортов в Гренобль. В этом сезоне мы уделяем особое внимание качеству перелетов, поэтому длинные чартерные программы пройдут на Боингах авиакомпании "ВИМ-Авиа".
Если говорить об Австрии, то до последнего времени мы не вступали в открытую борьбу с лидерами этого направлении. Но с каждым годом поток заявок на австрийские курорты от агентств увеличивался, и мы пересмотрели свои стратегические планы. Думаю, что уже в течении года мы сможем изменить расстановку сил на рынке, и предложим не только всю линейку горнолыжных программ на австрийских склонах, но и отличное "паковское" качество продукта.

— Каких успехов добилась компания на скандинавских горнолыжных курортах?

— Я искренне считаю, что курорты Швеции и Норвегии недооценены нашими горнолыжниками. Во многом, это происходит из-за информационного вакуума. Три года назад мы постарались изменить эту ситуацию, поставили на горнолыжный курорт Оре в Швеции чартерную цепочку, и результаты не заставили себя ждать. Этот место заслуженно называют скандинавскими Альпами, оно имеет яркий национальный колорит, предлагает много развлечений для семей с детьми, отличные склоны для хорошо катающихся лыжников. А проведение Чемпионата мира по горнолыжному спорту в 2007 году сделает его популярным во всем мире. Могу поделиться нашими планами на развитие этого направления: в 2005 году кроме чартеров на высокие даты, мы поставим чартерную цепочку на весь март. А в перспективе — будем летать в Швецию весь сезон. В этом году мы добавляем к Швеции еще одну скандинавскую страну — Норвегию. Мы поднимаем чартерную цепочку на высокие даты на самый известный норвежский курорт Лиллехаммер. Думаю, что это предложение найдет своих почитателей среди горнолыжников.

— Было бы неправильно обделить вниманием Андорру, Словакию, Турцию — в этих странах PAC GROUP предлагает большой объем горнолыжных программ.

— Туристические агентства всегда должны иметь широкий выбор горнолыжных программ, именно поэтому в наших каталогах вы найдете предложения по 10 странам. Андорра предлагает отличные условия для катания, она пользуется заслуженной любовью у горнолыжников, но в последние годы серьезное удорожание пакетов цен на этом направлении ставит ее в разряд горнолыжных стран, ориентированных на клиентов со средним и высоким доходом. А Словакия и Турция дают возможность приобщиться к горным лыжам практически всем желающим. В этих странах принято вставать на горные лыжи, учить детей, при этом Словакия еще и славится своими национальными природными заповедниками, в которых расположены курорты, а Турция предлагает любимый россиянами отдых all inclusive.

— Летом наблюдалась серьезная дележка "итальянского пирога" — многие операторы вышли на "исторически" вашу территорию, выводили демпинговые предложения, как это отразилось на работе компании?

— Следует разделить летний сезон до начала июля и после. Начало было действительно тяжелым, никогда еще Италия не ощущала такого избытка предложений на направлении. Попытки договорится, которые предпринимали старожилы в апреле-мае, ни к чему не привели, и в результате рынок буквально "захлебнулся" в авиаперевозке. Ситуация изменилась в середине лета, многие операторы-новички уменьшили свои амбиции, сняли чартерные самолеты и рынок стабилизировался. Несмотря на тяжелую борьбу, мы достойно вышли из ситуации, на 20% увеличили количество отправленных туристов, при этом не занижали цены, не ввязывались в демпинговые войны. К сожалению, борьба в Италии будет продолжаться. Правда есть надежда, что прошлое лето заставит компании призадуматься и привести свои желания в определенное соответствие с потребностями рынка.

— Любимой страной зимнего отдыха у россиян является Финляндия, на этом направлении PAC GROUP тоже планирует увеличить объемы?

— Мы наблюдаем некоторую стагнацию на направлении в последние два года. После пика потребительского спроса, демпинговых войн, на финском рынке остались одни "старожилы", что привело к определенному балансу. Потоки этих фирм не уменьшаются, финансовые результаты очень

хорошие. Поэтому мы не прогнозируем большого прироста объема туристов, но сохраним хорошие объемы продаж и количество чартерных самолетов и поездов на самые любимые российскими туристами курорты. А новой разработкой нашей компании станут эксклюзивные экскурсионные программы с гидами Пак Групп, которые разрабатывают специалисты нашей компании специально под российских туристов.

— Расскажите об особенностях политики компании на экзотических направлениях. Почему в "групповом" Таиланде вы предлагаете дорогие индивидуальные маршруты на базе регулярных перелетов, а в Мексике, напротив, собираете группы и отправляете их по фиксированным датам?

— Изначально отдел экзотики, который работает в компании по двум большим направлениям Латинской Америки и Юго-Восточной Азии ориентирован на разработку эксклюзивных индивидуальных маршрутов. Юго-Восточная Азия ассоциируется на рынке в первую очередь с Таиландом, где предлагается типичный массовый пляжный отдых. Мы же хотели предложить на рынке в первую очередь Бали, Сингапур, Малайзию, Камбоджу. Поэтому в Таиланде мы предлагаем отдых на островах, который отлично комбинируется с программами в других юго-восточных странах. Особый акцент на качестве туров: регулярные рейсы инокомпаний, эксклюзивные отели, сложные маршруты — в результате получается отличный vip-продукт, без отвлечения на массовый поток туристов. В Латинской Америке нашей приоритетной страной является Мексика, которая интересна и с исторической, и с этнографической сторон, и предлагает отличный пляжный отдых. По статистике мексиканского посольства мы являемся лидерами по количеству туристов, отправленных в эту страну. А на лидера возлагаются особые надежды на продвижение страны среди групповых туристов. Поэтому уже второй год мы предлагаем экскурсионные групповые туры в Мексику по фиксированным датам. При этом страны всего Карибского региона не остаются без нашего внимания, и мы предлагаем уникальные маршруты в Косте-Рике, Аргентине, Чили, Уругвае, Парагвае. Большим спросом на рынке пользуются наши рекламные туры, каждый сезон мы разрабатываем по три новых маршрута. Новинка этого сезона инфо-тур "Чили — Остров Пасха" вызвала большой ажиотаж на рынке.

— В завершение разговора — расскажите о новогодних программах в Европе.

— Европейские страны красивы в любое время года, но на Новый год и Рождество они начинают играть новыми красками. PAC GROUP подготовила групповые и индивидуальные программы в Италии, Франции, Великобритании, Австрии, Швеции. Ваши туристы смогут встретить новый год в старинном замке, или знаменитом кабаре, отдохнуть на термальных источниках или в spa-отелях. Самое главное, что в каждую программу вложено желание сделать отдых ваших туристов по настоящему незабываемым. Одним словом — безупречным.

Опубликовано в газете Туринфо. Сентябрь 2004 г.