

Лучше всего в тех странах, где вы еще не были

НА «БОИНГЕ» С СКМ-ТУРОМ...

В ОКТЯБРЕ исполняется ровно десять лет, как на туристический рынок Магнитогорска вышла туристическая компания «СКМ-тур».

То время было сложным для города и работников комбината, с которыми изначально работал СКМ-тур: долги по зарплате, шаткое положение в производстве...

СКМ-тур – единственная туристическая компания, предложившая работникам ММК приобретать путевки в счет заработной платы. Сегодня у компании есть много услуг, выгодно отличающих ее от конкурентов: к примеру, только здесь вы сможете приобрести путевки в кредит, причем не выходя из офиса – просто подписать документы Кредит Урал Банка, с которым СКМ-тур сотрудничает все десять лет. Можно купить в кредит авиабилеты в любую точку мира: собственная авиакасса – тоже ноу-хау СКМ-тура.

Но главное достоинство компании, по словам 35-летнего директора СКМ-тура **Ивана АРХАИЧЕВА**, – высокопрофессиональные сотрудники, проверенные опытом и временем.

– Иван Константинович, когда вы пришли на рынок турагентств в Магнитке было достаточно. Когда вы поняли, что вписались в эту нишу?

– Первые годы, конечно, нас дотировали учредители – страховая компания «СКМ». Во-первых, вы правильно отметили, конкуренция. Во-вторых, изначально прописанная социальная миссия по отношению к работникам комбината – реализация путевок в счет заработной платы. Уверенность в своих силах пришла через годик-другой после начала работы.

– Является ли Магнитогорск активно путешествующим городом? И какой процент туристов обслуживает СКМ-тур?

– По результатам недавно проведенного исследования, около половины жителей Магнитогорска, к сожалению, нигде никогда не были и не выезжают куда-либо своего загородного участка. Из путешествующей половины каждый пятый – наш клиент. Это хороший показатель, учитывая то, что на туристическом рынке города сегодня работают порядка 50 агентств.

– А если рассматривать ценовую политику турагентств?

– (Смеется). Не впервые слышу такой вопрос. Раньше, когда не было Интернета, подобные разговоры можно было бы рассматривать всерьез: у клиента нет информации, и агентство теоретически могло «накидывать» пару сотен долларов на стоимость путевки, установленную туроператором. Сегодня Интернет открыт и все цены выставлены. Турагентства получают комиссионное вознаграждение с этой цены – ни больше ни меньше. В этом отношении «СКМ-тур» – очень гибкая компания: мы предоставляем



ФОТО ЕВГЕНИЯ РИХАЛЕВА

скидки, работаем индивидуально с каждым клиентом. Скорее всего, вы ведете речь о так называемых «горящих» путевках. Я в турбизнесе десять лет и могу сказать с полной убежденностью: в нашем городе нет понятия «горящая путевка» – хотя бы потому, что Магнитка в транспортном отношении тупиковый город. Что такое «горящая» путевка: это выезд завтра – максимум послезавтра. Туроператоры действительно снижают цены на такие туры. Но из Магнитогорска возможно улететь только в Турцию и Египет, и самолеты давным-давно заполнены «под завязку». Добраться до Москвы – это время. А если речь идет о визовых странах, то на оформление визы уйдет месяц – не меньше. О каких «горящих» турах можно вести речь? Наверное, есть счастливицы, которым выпадает удача совместить все эти моменты. Но таких, поверьте, единицы. Наши клиенты – в основном, средний класс: это довольно экономные люди. И, придя в СКМ-тур, львиная доля из них, порядка 80 процентов, становятся нашими постоянными клиентами. Я ответил на ваш вопрос?

– Весьма полно. Если продолжить тему путешественников, как вы их можете разделить?

– Процентом 70 – это, как я уже сказал, представители среднего класса, к которому сегодня смело можно отнести работников комбината. Их вполне устраивает так называемый групповой, или «пакетный» туризм: когда отель выделяет определенное количество мест – с единым авиаперелетом и трансфером. Это самый популярный сегодня отдых. Есть приверженцы индивидуального туризма: человек несколько раз бывал в стране и хочет разнообразить свой отдых – к примеру, посетить несколько городов и пожить в нескольких отелях. Для таких клиентов мы отдельно покупаем авиабилеты, и наша авиакасса дает такую возможность, бронируем номера в отеле... Здесь геогра-

фия и разнообразие путешествий ограничивается лишь вашей фантазией. Но такой отдых, безусловно, значительно дороже, его может себе позволить ограниченный контингент – это порядка десяти процентов клиентов. И оставшиеся, в основном работники бюджетной сферы и студенты, предпочитают автобусные туры. Причем, популярностью пользуются как страны Европы, так и Россия – города Золотого кольца, Москва, Санкт-Петербург...

– Покупка путевок в кредит пользуется спросом?

– Эта схема активно развивается в последнее время и, думаю, будет развиваться дальше. Постепенно, с ростом благосостояния, меняется сознание людей: зачем им отдавать все деньги сразу? Лучше купить путевку в кредит и отдавать постепенно, без большого ущерба для семейного бюджета, пусть и переплатив за это несколько тысяч рублей. У нас даже авиабилеты в Москву покупают в кредит – те же деньги тысяч расписывают на год и практически не замечают вычетов из зарплаты.

– В связи с тем, что Магнитогорский аэропорт приобрел статус международного, у туристического бизнеса появилась новая возможность: вывозить горожан в другие страны прямыми рейсами. Как развивается эта идея? Какие страны появляются в этом списке в ближайшее время?

– Инициатором собственного рейса в Турцию, а позже в Египет стало авиапредприятие. Конечно, туристические агентства, выкупая места в самолетах, поначалу несли убытки: мы начинали с самолетов ЯК-42 – с неудобными местами, с дозаправкой в Сочи... Постепенно совместными усилиями приучили горожан к тому, что это, во-первых, удобное, во-вторых, дешевле, учитывая то, что не нужно тратить денег на проезд до Москвы. Затем в город пришел крупный столичный туроператор «Пегас-туристик», он выкупил все места в самолете,



и теперь магнитогорцев возит «боинг». Мы освоили Турцию, Египет – сегодня это самые популярные туристические направления. Сейчас ведется работа по запуску прямого рейса в Объединенные Арабские Эмираты, но, боюсь, эта затея не увенчается успехом: уж больно эта страна стала дорогой.

– Египет, Турция... Что еще?

– Здесь традиция сильна: все эти годы самыми популярными странами отдыха магнитогорцев остаются Россия, Турция, Египет, Греция и Испания. Италия – в меньшей степени.

– Расскажите о своих клиентах: капризные ли они, любят ли поваляться на песке или предпочитают активный отдых?

– Сразу же хочу сказать: мы любим своего клиента. Начнем с того, что СКМ-тур не является туроператором – мы пока только туристическое агентство. Это значит, что наша задача – только продать тур. А ответственность за его качество берет на себя туроператор. Спросите наших клиентов, бросали ли мы их, если приключались какие-то неприятности? Туристический бизнес очень зависит от человеческого фактора: где-то кто-то опоздал подать машину, где-то кто-то нахамил... А жаловаться все приходят к нам. И мы работаем, оплачиваем материальный ущерб, звоним в Москву и разбираемся... Мы поддерживаем связь с постоянными клиентами: предупреждаем звонком о том, что им пора менять загранпаспорт, что пора подавать документы на оформление визы, если клиент собирается, к примеру, в страны Евросоюза, с днем рождения их поздравляем... А насчет предпочтений в отдыхе... Конечно, устав от работы, всем нам иногда хочется тупо поваляться на песочке с отключенным мобильным телефоном. Но я не скажу, что магнитогорцы ленивые люди: практически все, выбирая тот или иной тур, покупают экскурсии, набираются впечат-

лений не только от солнца и моря.

– На чем вы строите уверенность в завтрашнем дне?

– Прежде всего, на профессионализме своей команды. В СКМ-туре работают всего девять человек. Но все они проверены временем и опытом. Скажу честно: придя в туристический бизнес, человек либо уходит из него, либо, проработав больше года, остается навсегда.

Да, работа нервная – потому что люди, придя к нам за путевками, настроились на расслабленный отпуск без эксцессов, и обеспечить его – наша задача. И мы славно с нею справляемся: советуем, какой отель предпочесть, какой в нем выбрать номер... Ведь в Турции больше тысячи отелей, и практически все мы знаем. К примеру, зачем переплачивать за сногшибательный номер среднему работнику комбината, если номер подешевле – ничуть не хуже? Или зачем ехать на три недели в «три звезды», когда можно провести пусть две недели, но в «пяти звездах»? Есть разница цен в сезон – все это учитывается и подается клиентам в виде советов и пожеланий. Я всегда говорю: вы платите деньги – так не нужно скромничать: получите за эту сумму максимум удовольствия. Клиенты нам благодарны. В ближайших планах компании – расширение точек продаж в Магнитогорске и выход на прямые продажи в регионе.

– Я слышала, что вы также желаете получить статус туроператора. В чем преимущества этого шага?

– В практическом аспекте – ни в чем: как мы брали на себя ответственность перед клиентом, так и будем брать. Это, скорее, имиджевый шаг: в российском федеральном реестре сегодня порядка 150–200 туристических операторов, и мы будем в этом списке – разве не приятно? К тому же, это «развяжет» нам руки в планировании индивидуального отдыха, который мы намере-

ны активно развивать. К примеру, сейчас большим спросом пользуется так называемый эконом-индивидуальный туризм. Недавно одна семья съездила с нашей помощью в несколько стран Скандинавии: им нужны были скромные отели в каждой стране, авиаперелеты и паром – ни гида, ни трансфера, ни яхты с шампанским. За скромную сумму клиент получил массу приятных впечатлений. Когда мы были первой компанией, «раскрутившей» санаторий «Юбилейный» для иностранных туристов – в то время, когда все знали только «Абзаково» и оно задыхалось от нехватки мест, мы просто селили людей в «Юбилейный» и, пока там не построили горнолыжный курорт, обеспечивали их трансфером до «Абзаково». Будем вести работу и в этом направлении. Но, конечно, мне бы хотелось открыть отдых за границей для всех магнитогорцев: я не понимаю, зачем ехать на российские морские курорты, где цены дороже, чем в Турции, а качество сервиса пока оставляет желать лучшего? Ведь, казалось бы, вся проблема – в получении загранпаспорта. Но то ли люди боятся, то ли ленятся... «СКМ-тур» – первая компания, у которой появилась своя одноименная корпоративная газета. В ней мы рассказываем обо всех тонкостях туристических услуг.

– А сами вы капризный турист?

– (Смеется). Нет – я работаю в этой сфере и прошоу так называемые технические замки. Единственное, чего не могу простить, это откровенного хамства. Турбизнес – это сфера услуг, и работать в ней должны люди, четко понимаящие: клиент всегда прав.

– По роду деятельности вы посетили достаточное количество стран. Где лучше всего?

– Да везде хорошо – путешествия затягивают, были бы деньги. А лучше всего – наверное, там, где нас еще не было.

РИТА ДАВЛЕТШИНА