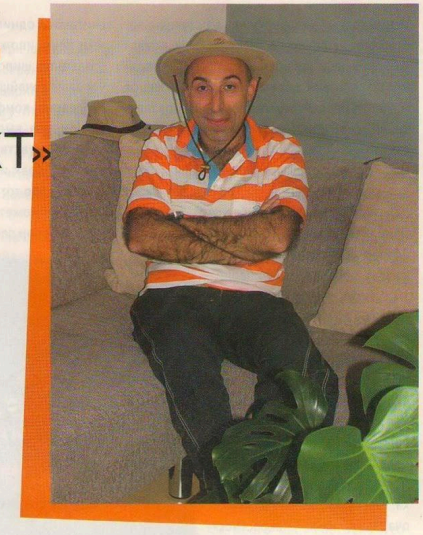
«ВЫИГРЫВАЕТ ТОТ, КТО ПРОДАЕТ СЛОЖНЫЙ ПРОДУКТ»



Мы открываем серию рассказов «из первых уст»: о прошлом и настоящем индустрии спорта, туризма и развлечений города; о замыслах, реализованных и неудавшихся; о дне сегодняшнем и планах на будущее.
Наш первый собеседник – директор туристского агентства «Розовый слон» Алексан Мкртчян.

– Алексан Мушегович, был у меня знакомый бард, постоянный участник всех слетов авторской песни, так вот он, в «рабочее» время года, помнится, даже жег на кухонном столе костер из спичек, так его тянуло к путешествиям. Я это к тому, что есть люди, которые болеют туризмом и есть люди, которые работают в туристской отрасли. К какой категории вы относите лично себя?

– Нельзя заниматься всю жизнь одним и тем же делом, если ты его не любишь, если им не болеешь. Хотя, конечно, профессионализм в каких-то аспектах губит чистоту восприятия. В отличие от вашего приятеля, ни в лесном походе, ни отдыхая заграницей, полностью отрешиться от того, что я не просто турист, а еще и человек, который отправляет в туристические поездки других, я не могу. И костры по вечерам дома не жгу.

– Вы сказали «всю жизнь»?

– А что нескромно звучит?

– Да не то, чтобы очень…

– Ну, тут ничего не поделаешь – я действительно нигде, кроме туризма никогда не работал. Начинал самым обычным инструктором по детскому туризму в кооперативе – существовали такие на излете советской власти – «Круиз». До сих пор храню самые теплые воспоминания и испытываю чувство глубокой благодарности к моему тогдашнему руководителю и учителю Кондрату Ивановичу Серко. Настоящий, хороший мужик, долгие годы проработавший в туризме и великолепно в нем разбиравшийся. Он ставил передо мной задачу примерно в таких словах: надо сделать. И настолько много значил для меня его авторитет, подкрепленный моими собственными амбициями и упорством, что я ложился костьми и делал. Задачи, скажу вам, были не из простых. Ведь что такое инструктор по детскому туризму?

– Честно? Как-то раз по молодости лет работал неделю вожатым в пионерском лагере – с тех пор боюсь всего, что связано с массовыми скоплениями молодежи.

– Инструктор по туризму и вожатый – вещи разные. Приведу пример. Вызывает меня как-то Кондрат Иванович и говорит: вот, Саша, у тебя 350 школьников. Будь добр, отвези их в поселок Тучково Московской области, размести в пансионате Министерства бумажной и лесной промышленности СССР, и в течение недели обеспечивай питанием и экскурсиями по Москве. Можете представить себе 350 детей? Это восемь-девять автобусов, плюс вожатые, плюс руководители групп. И если с проживанием и питанием в самом пансионате проблем не возникало никаких, сказать то же самое относительно Московских «вылазок» – значит погрешить против истины. Приходилось искать гидов, составлять маршруты, договариваться и закрывать в обеденное время целые столовые на, - как это тогда называлось? - да, спецобслуживание. Словом, закалка суровая. Через год такой работы я понял, что вполне «созрел» для «взрослого» туризма.

– С Кондратом Ивановичем советовались?

– Просто сказал ему свое мнение. Он его выслушал и отвечает: ну раз созрел, вот тебе взрослая группа. Было это в начале лета 1991 года, последнего лета в жизни Советского Союза. Мне поручили группу, которая шла из Измаила по Дунаю до Австрии и обратно. Прошли благополучно и должны были самолетом из Одессы вернуться в Ростов. Вот только самолеты в те годы, в плане цены, были не то, что сейчас. Достаточно сказать, что перелет Ростов-Москва обходился всего на пару рублей дороже, чем поездка поездом. Так что билеты на рейс являлись дефицитом из дефицита. За несколько месяцев люди записывались в очередь, чтобы лететь. Нашу группу, понятно, никто никуда не записал. Пришлось решать проблему на месте.

– Решили?

– Решил. Только как – лучше не спрашивайте, все равно не скажу. Словом, в начале девяностых все мы трудились в сложных условиях. Сейчас они не легче, но появилась методика работы, благодаря чему и сама работа стала более эффективной.

– А тогда вам, как и всем «частникам» во всех без исключения отраслях приходилось учиться методом проб и ошибок. Хоть позитивные примеры существовали?

– Что точно, то точно: никто нас не учил. Потому что и учить особо некому было. Кто занимался туризмом в советское время? Международным – Госкоминтурист СССР, отечественным – бюро путешествий и экскурсий при совете профсоюзов, молодежным – их пасынок «Спутник». Так что из серьезных организаций рассматривался один Интурист, у него мы и учились сами как могли.

– С чего вообще начался международный туризм в Ростове? Я имею в виду не Госкоминтурист, а частников.

– С приема иностранцев. В 1991 году мы приняли первую группу экологов из Америки. Тяжелейшая была задача – пришлось возить их в Москву, Питер, Львов, Ужгород, Минск, смотреть, как они изучают наши экосистемы. Потом перешли на охотничьи и рыболовные туры. В то время это был очень выгодный бизнес – благодаря ему мы и заработали первые серьезные деньги. Не знаю, как сейчас, но в те годы «южные народы», итальянцев и греков, больше интересовала птица, «северян», немцев и австрийцев – благородный европейский олень.

– Это встречи. А проводы?

– А проводы начинались с шоп-туров в Стамбул и Дубай. Люди ехали не ради отдыха, а для того, что привезти товар, продать его здесь и таким образом не только отбить поездку, но и получить прибыль.

– И долго так продолжалось?

– До 1995 года. Около этого времени у ростовчан впервые появились деньги, которые они могли потратить не на «челночное счастье», а на собственное здоровье, поехать в ту же Турцию не за куртками, а просто поваляться на песке, не заработать, а потратить. Тогда-то у нас и взлетел первый, собственно туристский чартер на Анталию. Особенно памятен для меня 1997 год. Именно тогда мы, совместно с компанией «Аэро-К», подняли первую альтернативную «Дон-Авиа» цепочку самолетов на ту же Анталию, а наши друзья и партнеры из «Евролюкс» – на Кипр. Осенью пошла цепочка на Хургаду. А 28 декабря состоялся первый на Юге России (как, впрочем, и все перечисленное выше), новогодний вылет в Таиланд. Фотография того Нового года и по сей день стоит у меня на рабочем столе.

– А потом грянул 1998 год и дефолт…

– Дефолт мы как раз пережили очень хорошо, с куда большей рентабельностью, чем даже сейчас.

– Секретом не поделитесь?

– Да нет никакого секрета, все очень просто. Смотрите, доллар поднялся в четыре раза. При этом траты остались в рублях и по старым ценам: и зарплаты, и комуналка, и телефоны. Однако с туристов-то мы брали полновесные доллары. Словом, несмотря на то, что поток туристов сократился ровно наполовину, прибыль возросла вдвое. На ровном месте, без особых усилий.

– Дай вам волю, вы бы его повторили!

– Разумеется нет – слишком болезнен это процесс для многих. Хотя нельзя не отметить и его в чем-то положительную роль для отечественной экономики. Многие разорились, но многие и поднялись. Наша макаронная фабрика даже приглашала на работу пенсионеров, потому что не хватало рук для удовлетворения возросшего спроса. Ведь наши товары существенно выиграли у импортных в цене. И для российских производителей пришло новое время.

– А для вас?

– Для нас оно пришло в 2000 году. Мы открыли цепочку на Шарм-эль-Шейх, Бодрум, программу на Улудаг. Широкому потребителю в то время эти точки на земном шаре не были известны вовсе, каким бы странным не казалось это сейчас.

– А ездит ли Мкртчян по миру как простой турист?

– В последнее время - два раза в год, в январе и августе. До этого только в январе.

– И каковы ваши личные предпочтения?

– Безумно люблю Таиланд. Страна, где всегда хорошо. Вообще к Юго-Восточной Азии – Лаосу, Камбодже, Вьетнаму, Таиланду отношусь трепетно. Мало того, что там непередаваемо красиво, так еще и при относительно разумных ценах высочайший уровень сервиса. В Европе тоже замечательно, но там существуют жесткие стандарты, за рамки которых никто выходить не намерен. И никто в Германии не станет стоять возле тебя с опахалом во время завтрака, отгоняя мух. Главное самому проявлять уважение к обслуживающему персоналу и помнить о двух-трех долларах чаевых. Пятьсот рублей за 10 дней – цена не большая. Оставьте их на кровати, и ваш номер уберут совершенно по-другому. Мне, например, усыпали пол от кровати до ванной комнаты лепестками роз. Тоже самое относиться и к Турции. Но наши люди и в булочную на такси не ездят, и чаевые не оставляют, и понять ничего не желают…

– Ведут себя плохо?

– Частенько. Мы почему-то считаем, что окружающие нам обязаны. Но и это пол беды – беда в том, что мы не умеем умеренно потреблять алкоголь. Особенно в отелях, где он бесплатный и в неограниченных количествах. Наливают – пьем, бьют – бежим. А как выпьем рюмок двадцать – так сразу же в бассейн купаться. Причем в одежде. И ведь трезвые – великолепные отдыхающие. Но когда выпьют. Вот недавно разрешал конфликт. Наш турист так напился перед и во время вылета, что проснувшись перепутал страны и решил, что его везут обратно домой. Принялся ругаться с водителем, избил его так, что тот попал в больницу, сам оказался в полиции. Протрезвев же, сильно удивлялся: неужели я уже в Турции? И это при том, что на автопилоте преодолел две границы и два пункта контроля.

– Вернемся к турфирмам. По вашему мнению, когда рынок туристских услуг войдет в норму и структурируется?

– А он уже структурирован. В Ростове фирмы четко делятся на операторов и агентов. Операторы, коих от силы полтора десятка, создают продукт, агенты помогают его продать. Так что здесь все в норме. Что действительно плохо – непрофессионализм работников небольших агентств. Каждый год мы организуем инфо-туры. И просим всех – пошлите своего сотрудника, 200-300 долларов цена небольшая.

– Посылают?

– Посылают. Только не в инфо-туры. И продолжают торговать по каталогам тем, чего не видели в глаза. Только турист нынче пошел грамотный, он из интернета столько информации и о стране и об отеле прочтет, что девочка с каталогом будет выглядеть на его фоне просто «незнайкой». А люди, поверьте, сегодня ориентированы не столько на ценовой аспект, сколько на качество предложения. На менеджеров, которым можно доверять. Я вот лично и сам перед каждым сезоном не считаю за труд объехать все отели по нашим маршрутам, и сотрудников своих в обязательном порядке отправляю. И еще одно замечание из обобщенного личного опыта – выигрывают те турфирмы, которые продают сложный продукт. Возможно потому, что у покупателя в голове срабатывает простая и закономерная ассоциация: раз они занимаются сложным, значит с простым тем более справятся.

Алексей Монастырский