Наша Газета
nashagazeta.ch

Опубликовано на Швейцария: новости на русском языке (https://nashagazeta.ch)

Как живут швейцарские турагентства? | Comment se portent les agences de voyage suisses?

Auteur: Лейла Бабаева, Женева-Лозанна-Берн , 13.03.2019.

Ветер странствий по-прежнему многим приносит доход (pixabay)

Сегодня многие туристы сами планируют свои поездки, покупают билеты и бронируют номера в гостиницах по интернету, экономя время и деньги. Как выживают швейцарские туроператоры?

|

Beaucoup de touristes achètent aujourd’hui eux-mêmes des billets d’avion et font des réservations d’hôtels en ligne: les agences de voyages ont subi le développement d’internet. Comment garder le cap dans le monde menacé par le terrorisme et les problèmes écologiques?

Comment se portent les agences de voyage suisses?

Действительно, зачем платить комиссию, если интернет настолько развит, что можно

в несколько кликов подготовить себе «и стол, и дом» на другом конце планеты? Другое дело, если вы решили посетить страну, где не привыкли к туристам и говорят на незнакомом вам языке. Или же средства позволяют не мучить себя поисками подходящей гостиницы и планированием маршрута, а доверить это профессионалам.

По данным Федерации туризма Швейцарии (FSV), в 2000 году в Конфедерации было 3706 туристических агентств, в 2018-м – только 1656. «Последние из могикан» сумели адаптироваться к новым условиям рынка и придумать другие подходы. Им приходится мириться с реалиями наших дней: за последние 20 лет клиенты сильно изменились. Если раньше они приходили, чтобы заказать поездку на морской курорт, то сегодня многие хотят увидеть менее традиционные места. Кроме того, отпускники все чаще бронируют короткие поездки и покупают авиабилеты в интернете, не выходя из дома, рассказала в интервью журналу Bilan директор отделения Высшей школы туризма (IST) в Лозанне Андреанн Колер. Несмотря на это, удержавшиеся на рынке компании удвоили продажи путевок из категории «все включено» и предлагают сегодня туры, более приспособленные к индивидуальным запросам клиентов.

Впрочем, все упирается в цену, подчеркнул директор фирмы Executive Travel Оливье Эмх, который также занимает кресло президента Объединения турагентств Женевы. Компаниям трудно конкурировать со всемирной паутиной, поэтому многие сосредоточили основные усилия на организации деловых поездок и эксклюзивных путешествий. Такой курс помог вернуть клиентов в возрасте от 35 до 50 лет, которые сегодня больше работают и у которых мало свободного времени. По этой причине они предпочитают заплатить больше и доверить планирование профессионалам.

Другая тенденция – оживление интереса к свадебным путешествиям. Сегодня молодожены приходят с солидными средствами и просят организовать им длительную поездку в оригинальное место. Впрочем, говоря оригинальное, они имеют в виду и безопасное. Туроператоры Швейцарии единодушны в том, что с начала этого тысячелетия теракты отрицательно сказались на их бизнесе. Особенно трудным был 2001 год: «Нам пришлось импровизировать и придумывать новые направления», - подчеркнула директор IST, имеющая многолетний опыт в этой сфере.

Член ассоциации независимых турагентств STAR Group Манфред Ритшар настроен более оптимистично. По его словам, люди быстро забывают о страшных событиях, но при этом хотят больше безопасности, что и подталкивает их обращаться к туроператорам. Его слова подтверждает отчет FSV 2018 года, в котором отмечается рост интереса к направлениям, которые несколько лет были непопулярны из-за политических штормов: Египет, Тунис, Греция.

Турагентствам приходится думать и об изменении климата, загрязнении окружающей среды и защите животных, ведь благодаря им тысячи туристов летают на самолетах и «топчутся» в прекрасных уголках планеты. Реагируя на общественные настроения, крупные компании принимают меры: Kuoni предлагает клиентам оплатить эмиссионные квоты, а Hotelplan не рекомендует экскурсии в сафари-парки. Оливье Эмх полагает, что такое сознательное отношение к окружающей среде может остановить рост в сфере авиаперевозок, тогда как Манфред Ритшар уверен, что этого не случится: «Мы попытались ввести эмиссионную квоту в Швейцарии, но клиенты не хотят платить дополнительные 150 франков. Доказательство того, что экологическая тенденция не влияет на туристический

сектор – круизы. Они генерируют большое количество углерода, однако их продажи растут».

Еще одна проблема агентств – сокращение персонала: с 2005 года по 2017-й средний штат сократился с 5,1 до 3,4 человека. По словам директора IST, эта работа уже не так престижна, как раньше: сотрудникам не нравится, что клиенты постоянно приводят сравнения с интернетом. Многие приходят проконсультироваться и не возвращаются, оплачивая билеты и номера в гостиницах в «сети». Работа в турагентстве требует все больше оперативности, а клиенты проявляют все меньше терпения.

Швейцария
Статьи по теме
Адвент манит в путешествия по Швейцарии
Путешествия «на колесах» завоевывают сердца швейцарцев

Source URL:
https://nashagazeta.ch/news/la-vie-en-suisse/kak-zhivut-shveycarskie-turagentstva