Kimberly-Clark PROFESSIONAL®

Exceptional Workplaces

НАДЕЖНЫЙ ПОСТАВЩИК РЕШЕНИЙ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ГИГИЕНЫ.
Мы создали высококачественные и стильные решения для Вашей туалетной комнаты и позаботились о высоком уровне гигиены Ваших гостей и работников и экономии для Вашего бизнеса

www.kcprofessional.com
телефон: +7 (495) 725 43 83

Журнал профессиональных отельеров

Планета Отелей

5 (22) 2014

• события • мнения • тенденции • менеджмент • инвестиции •

- «Комфорт и уют – 2014» в «Аструс» (ЦДТ)
- Без санкций как без пряников
- Северный Кавказ: проблемы и решения
- «Умный» текстиль

Екатерина Шунина: Кто хочет сделать – делает!

- Банкетные залы от 50 до 350 человек
- Большой выбор банкетных и фуршетных блюд
- Эксклюзивный свадебный торт от Шеф-кондитера
- Оформление зала живыми цветами
- Скидка гостям на проживание

При заказе банкета от 10 человек — пакет «Романтика» в подарок:

- номер для молодоженов с поздним выездом
- украшение номера
- шампанское и конфеты
- скидки на услуги СПА

г. Москва, Ленинский проспект д. 146
Тел.: +7 (495) 641-10-00, www.astrus.ru

ASTRUS
MOSCOW CITY HOTEL ★ ★ ★
ЦЕНТРАЛЬНЫЙ ДОМ ТУРИСТА

ОЧЕВИДНЫЕ ВЕЩИ

Осень. Спад спроса. Рост курса. Падение доходов... Этот скорбный список продолжать можно долго, только непонятно, зачем «плачем Ярославны» лишать самих себя возможностей и воли к жизни!

Пришел кризис? Пройдет, не первый раз. Изменилась структура гостя? Рецепт очевиден. Иссякли старые источники дохода – ищите новые! Предложите гостю что-то новое, удивите его. Сложно? Да ничуть. Вот в гостинице «Охотник» стали предлагать кофе, который гость может купить на ресепшен и взять с собой, убегая по делам. Люди покупают, а некоторые наиболее хваткие отели уже перенимают опыт.

Изменение структуры клиентских потоков подталкивает как минимум к двум очевидным вещам: повышению уровня сервиса и расширению допуслуг. И если последнее в большей степени относится к загородным объектам – вряд ли обкатавшие турецкие, египетские и тайские резорты россияне удовлетворятся просто природными видами,– то вопрос сервиса актуален для всех. Кто не подсуетится сейчас, будет с завистью смотреть на более расторопных соседей: мол, живут же люди. И это тоже очевидно.

Так что же делать? Рубить под корень все расходы, сберегая «копеечку», или вложить ее в персонал, развитие сервиса, укрепление позиций на рынке? Как обычно, этот вопрос каждый решает для себя сам, хотя перспективы обеих дорог так же вполне очевидны.

Не ошибитесь в выборе.

С уважением, ваш Сергей Шунин

Журнал профессиональных отельеров

Планета Отелей

• события • мнения • тенденции • менеджмент • инвестиции •

На обложке: Екатерина Шунина, генеральный директор Медиадома «Планета отелей»
Фото: Михаил Грушин

ART мебель отель
Фотобанк гостиничных интерьеров предоставлен компанией «Арт Мебель Отель»

НАД ЖУРНАЛОМ РАБОТАЛИ:

Главный редактор: Сергей Шунин, hotelsmedia@mail.ru, shunins@yandex.ru, +7 926 203 62 22

Редактор: Рина Орлова

Обозреватель: Андрей Алексеев
Специальный корреспондент: Сергей Осипов
Клиентский отдел: Галина Федоровна Рабеева
PR-департамент: Анастасия Смирнова
Поддержка сайта и электронной версии: Мария Цицеронова
Редактор международных новостей: Татьяна Редкова
Консультант: Наталия Зайцева, д.э.н., проф.
Рекламный отдел: hotelsmedia@mail.ru
Отдел подписки: dostavka_po@mail.ru
Дизайн и верстка: Маргарита Ламовская, margolam@mail.ru
Корректор: Лев Зелексон

Журнал зарегистрирован Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор). Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-45568 от 23 июня 2011 г.
Учредитель: Шунина Е.В.
Издатель: ООО «Планета отелей».

За сведения, опубликованные в журнале, редакция ответственности не несет. При использовании материалов ссылка на издание обязательна.

«Планета отелей» № №5 (22) 2014 г.
Тираж – 5 000 экземпляров, Формат С5 (170 х 224 мм).
Почтовый адрес редакции: 109263, Москва, а/я 23. Шунину С.А.

СОДЕРЖАНИЕ

СОБЫТИЯ
6 Классификация – переносится!

СОБЫТИЯ
9 Гостинично-ресторанный Олимп

СОБЫТИЯ
9 HoReCa Don – 2014

КОМФОРТ И УЮТ – 2014
11 Представляем участников

СОБЫТИЯ
16 OTDYKH MICE – 2014

СОБЫТИЯ
17 Ноябрь. Минск. РеМаГо & Уфа. Осенний форум

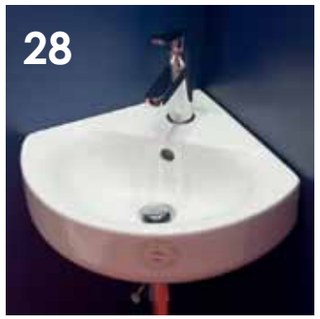
СОБЫТИЯ
18 Лучшие маршруты пересекаются в Воронеже

СОБЫТИЯ
19 CleanExpo Moscow & Texcare Forum Russia – 2014

СОБЫТИЯ
20 RHIC 2014: проблемы и возможности

ЛИЦА ГОСТЕПРИИМСТВА
22 Екатерина Шунина: Кто хочет сделать – делает!

СОВРЕМЕННАЯ САНТЕХНИКА
28 Решения для реновации



Узнайте все уникальные возможности на trassir.ru

TRASSIR®
ПРАВИЛЬНЫЙ ВЫБОР
видеонаблюдения для гостиниц

продукция DSSL
первоисточник видеонаблюдения

SOEX

АНО «СОЮЗЭКСПЕРТИЗА» ТПП РФ (СОЭКС)

КРУПНЕЙШАЯ В РОССИИ НЕЗАВИСИМАЯ НАЦИОНАЛЬНАЯ ЭКСПЕРТНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ

8 495 623 30 05 & 8 916 137 00 71

ystinova@soex.ru

www.soex.ru

ГАЛЕРЕЯ
Практические наработки и базовые комплектации **33**

АКТУАЛЬНО
Кавказом надо заниматься **41**

АКТУАЛЬНО
Электронная передача данных в УФМС: будущее наступает сегодня **46**

ДЕЛА СТОЛИЧНЫЕ
В условиях снижения спроса **48**

СОБЫТИЯ
Первый – в Сочи! **53**

ЗОЛОТОЕ ПЕРО РОССИИ
Без санкций как без пряников **54**

СТРАНИЧКА ХАУСКИПЕРА
«Умный» текстиль **61**

ГОСТИНИЦА И МИР
Неформальный клуб отельеров **64**

ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГ
Почему он не работает? **65**

ТУРИЗМ
Все только начинается **68**

ТРЕНИНГИ И ОБУЧЕНИЕ
«Недоросли» в коллективе: кто виноват и что делать? **70**

КЛАССИФИКАЦИЯ – ПЕРЕНОСИТСЯ!

Наверное, одна из значимых новостей для большей части российских отелей, по тем или иным причинам не успевших получить официальные звезды: Совет Федерации утвердил законопроект «О внесении изменений в ФЗ "О подготовке и проведении в Российской Федерации чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года, Кубка конфедераций FIFA 2017 года и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации"».

Напомним, согласно ранее действовавшему 108-ФЗ в городах России, где пройдут спортивные соревнования, предоставление гостиничных услуг с 1 июля 2015 года допустимо только при наличии свидетельства о присвоении средству размещения категории, предусмотренной системой классификации. Утвержденный СФ законопроект переносит страшную дату на 1 июля 2016 года, тем самым предоставляя отельерам еще год на подготовку и прохождение процедуры классификации.

Возможно, причиной принятия законопроекта послужил риск лишиться большинства действующих средств размещения: если за 2013 год и первое полугодие 2014-го в столице классификацию прошли

порядка 50 сред
за оставшееся д
та время звезды
более 500, что с
даже в фантазия

Как отметил
news вице-пре
Барзыкин: «Нац
переносу сроко
с которыми РСТ
ращался в Ми
и Министерств
услышаны. Изм
бенно важно д
в Москве отели
к лету 2015 год
классификации,
туация сложнее
позволит им пр
димые меры по
мерного фонда»

Полная версия журнала доступна
по подписке
на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки
на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

ГОСТИНИЧНО-РЕСТОРАННЫЙ ОЛИМП

С 16 по 18 октября в павильонах у Морвокзала Сочи проходила 15-я Международная специализированная выставка оборудования и технологий для гостиничного и ресторанного бизнеса «Гостинично-ресторанный Олимп – 2014». Организатором выступила выставочная компания «Сочи-Экспо» при поддержке городских ТПП, администрации и Городского собрания.

гостинично-ресторанного рынка юга России, обеспечение владельцев и менеджеров отелей, ресторанов и центров всей необходимой информацией о новых технологиях, товарах, услугах и требованиях к гостинично-ресторанной инфраструктуре, стандартах обслуживания, существующих в международной практике, а также содействие в продвижении и внедрении продукции, услуг отежных производгорода-курорта

Сочи в целях улучшения качества туристских и санаторно-курортных услуг до мировых стандартов, повышение квалификации и подготовки специалистов.

В рамках деловой программы состоялись круглые столы, семинары и мастер-классы, многочисленные презентации с участием представителей органов власти, консалтинговых компаний, поставщиков и потребителей гостинично-ресторанной сферы.

Полная версия журнала доступна
по подписке
на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки
на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

ECA DON 4

ков выставки нка, в том чис- Carry (Ростов- n Egg (Санкт- й Энтертеймент a), Global Foods ash and Carry uitrest (Ростов- ард» (Санкт- ский хрустальсия), «Деловая ну), «Ко энд Фе» Помидор» (Новороссийск), «Имакс» (Ростов-на-Дону), «Спецторг-Юг» (Ростов-на-Дону), «Фидэско» (Ростов-на-Дону), «Металл Плекс» (Краснодар), «Торговый Дизайн» (Ростов-на-Дону), «Русский Проект» (Ростов-на-Дону), «Рив-Пак» (Москва), СИКОМ (Санкт-Петербург), «МиГ» (Москва) и другие.

Отметим, проект демонстрирует уверенное развитие: в этом году экспоненты заняли 3500 кв. м выставочных площадей; экспозицию посетило более 3000 гостей.

ВСЕРОССИЙСКИЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ ГОСТИНИЧНЫЙ КОНКУРС
«Комфорт и Уют» –2014

Всероссийский конкурс
«КОМФОРТ И УЮТ»

20-21 ноября

«ХАУСКИПИНГ»

К участию приглашаются гостиничные предприятия всех направлений

Поддержка Конкурса:

Комитет по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы
РАНХиГС
Министерство культуры РФ

Гостеприимный спонсор
Официальный спонсор
Патрон
Генеральный технический спонсор

ASTRUS
Kimberly-Clark PROFESSIONAL
Interconnect management corporation
BOSCH Разработано для жизни

Прием заявок: hotelsmedia@mail.ru
Подробности – на сайте организаторов
www.миргостеприимства.рф
www.hotelsinfoclub.ru/
Тел.: +7 (926) 717-08-28

Генеральный информационный спонсор — журнал «Планета отелей»

ПРЕДСТАВЛЯЕМ УЧАСТНИКОВ

20–21 ноября в отеле «Аструс» – ЦДТ состоится III Всероссийский профессиональный гостиничный конкурс «Комфорт и уют – 2014» по направлению «Хаускипинг». Какие же гостиницы России оказались готовыми показать уровень профессионализма и мастерства своего персонала? Итак, мы представляем отели, направившие свои команды для участия в конкурсе.

Как и было заявлено на финале второго конкурса, условия соревнований изменились. Ведь «Комфорт и уют» задумывался не как конкурс горничных, а как конкурс гостиничных предприятий, в частности их хаускипинговых служб. И в этом году за свой отель высту-

ство службой, эффективная система подбора и обучения сотрудников, четкие стандарты работы.

Не многие отели в связи с этими изменениями решились выступить: ведь одно дело послать на конкурс горничную (мол, пусть отдувается за отель), а другое – руководителю

ставить работу

ли команды из
ссии, готовые
и завоевать
го победителя
рофессиональ-
конкурса «Ком-

Полная версия журнала доступна по подписке на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки
на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

ноярск» (Красноярск)

тиница Красноярска. Номерной фонд насчитывает 250
категорий. Отель ориентирован на бизнес-сегмент, по-
бизнес-центром, конференц-залами вместимостью от
натами для переговоров. Развитая собственная инфра-
не выходя из отеля воспользоваться широким спек-
кинать в кафе, посетить салон красоты, купить авиаби-
, посетить стоматолога. Гостиница сертифицирована на

ректор – Ростислав Александрович Кутузов.

едова – горничная, стаж 2 года.
- супервайзер, стаж 4 года.
руководитель службы, стаж 3 года 4 месяца.

Оздоровительный комплекс «Ватутинки» (Подмосковье)

Расположен в 16 километрах к юго-западу от Москвы, на берегу реки Десна. Комплекс располагает 113 апартаментами, ресторанами и барами, большим закрытым бассейном с открытой террасой и сауной, тренажерным залом, теннисным кортом, бильярдом, салоном красоты, уникальным медицинским центром. Ориентированный не только на отдыхающих, но и на бизнес-гостей, ОК «Ватутинки» предлагает конференц-зал на 450 посадочных мест и мини-конференц-залы на 30 и 50 мест с аудио- и видеоаппаратурой.

Директор филиала ОК «Ватутинки» – Валерий Викторович Чередник.

Команда:

Светлана Кокорева – горничная, стаж 14 лет.
Антонина Поплавская – супервайзер, стаж 11 лет.
Елена Пивкина – руководитель службы, стаж 23 года.

Конгресс-отель «Ареал» (Подмосковье)

Самый большой конгресс-отель в Подмосковье «Ареал» расположен в 17 км от МКАД на территории зеленой парковой зоны. Общий номерной фонд – 275 номеров различных категорий, включая два номера для гостей с ограниченными физическими возможностями.

В отеле есть теннисный корт, клуб с боулингом, бильярдом, караоке и танц-полом. Возможен также прокат спортинвентаря. Wellness-центр предлагает тренажерный за
циркулярный ду
та, игровая площ

Генеральны

Команда:

Бахтибегин К
Ирина Ицков
Ирина Малы
в гостинично

Артурс Villag

Артурс Villag
тирован на прие
гостей – 231 но
кавказская и ру
человек, детские
здании располож
ным комплексом
рикмахерской ст

Генеральны

Команда:

Ирина Ворон
Светлана Ерс
в гостинично

Полная версия журнала доступна
по подписке
на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки
на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

ТГК «Измайлово», гостиницы «Гамма», «Дельта» (Москва)

Бизнес- и конференц-отели «Гамма» ★★★ и «Дельта» ★★★★ располагают 2000 номеров различной категории, 12 оснащенными по последнему слову техники конференц-залами-трансформерами вместимостью от 14 до 500 человек. Помимо традиционных дополнительных услуг комплекс предлагает гостям богатый выбор услуг ресторанного сервиса, прекрасно развитую инфраструктуру «Город в городе», бесплатный Wi-Fi, посещение фитнес-центра «Марк Аврелий», услуги швейцара и белмана, вечернюю подготовка номера ко сну, «меню подушек», расположенные на каждом этаже оборудованные телевизором и кулером комнаты отдыха и многое другое.

Генеральный директор – Алексей Павлович Воробьев.

Команда:

Светлана Гнатенко – горничная, стаж 2 года.
Марина Безрукова – супервайзер, стаж 8 лет.
Галина Малиновская – руководитель службы, стаж 3 года.

Отель «Аструс» – Центральный Дом Туриста (Москва)

Отель «Аструс» – Центральный Дом Туриста расположен в 15 минутах езды от аэропорта Внуково в экологически чистом районе Москвы. В отеле 495 номеров категорий стандарт, комфорт, студия и делюкс, со
оответствует европейским стандартам, телефонная
беспроводной Wi-Fi Internet всегда к услугам гостей.
бизнес-мероприятий – конференц-залы отеля с пол-
ащением.
ректор – Геннадий Васильевич Шипилов.

– горничная, стаж 3 года.
- супервайзер, стаж 10 лет.
а – руководитель службы, стаж 13 лет.

Балашиха)

ate – комфортабельный, современный и единственный
в г. Балашихе. К услугам гостей – 102 номера различ-
рии, апартаменты, итальянский ресторан «Вителло»,
ые конференц-залы. Удобное соседство с торгово-раз-
ом позволяет воспользоваться всем спектром услуг:
еатр, магазины. Приветливый и квалифицированный
, вкусная кухня, уютные номера и приятная атмосфера –
а отеля East Gate.
ректор – Людмила Николаевна Глинчикова.

горничная, стаж 3 месяца.
нкова – супервайзер, стаж 13 лет.
– руководитель службы, стаж 8 лет.

Полная версия журнала доступна
по подписке
на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки
на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

Гостиница «Охтинская» (Санкт-Петербург)

«Охтинская» ★★★ – одна из крупнейших гостиниц Санкт-Петербурга. Из ее окон открывается уникальный вид на Смольный собор и мост Петра Великого. В 50 метрах находится речной причал. Все новые номера гостиницы оснащены современными LED-телевизорами, мини-барами, фенами, спутниковым ТВ, бесплатным Wi-Fi. Безопасность гостей гарантируют система видеонаблюдения и круглосуточная охрана. Конференц-залы «Охтинской» оснащены современным оборудованием и готовы к приему гостей деловых и праздничных мероприятий. В ресторанах гостиницы подают традиционные европейские и русские блюда.

Генеральный директор – Светлана Ромуальдовна Шустова.

Команда:

Светлана Леонова – горничная, стаж 2 года.
Марина Кутырина – супервайзер, стаж 3 года.
Елена Сато – руководитель службы, стаж 8 лет.

Гостиничный комплекс «Вега» (Тольятти)

ГК «Вега» ★★★★ расположен вблизи Куйбышевского водохранилища. Номерной фонд составляет 175 номеров различных категорий. На территории гостиничного комплекса расположены ресторан «Голливуд», пиццерия «Верона», салон красоты Coral, современные оборудованные конференц-зал (на 100 человек), комната переговоров (на 30 человек). С момента открытия отель приобрел
нумов, мастер-кл
ми обедами и то
победителем ре
стиничного конк
звезду», а также
службы хаускипи

Управляющи

Команда:

Елена Щерба
Елена Надежд
Екатерина Фи

Гостиница «Р

Входит в груп
положенная в М
тегорий, услуги р
го зала «Екатерин
службы консьерж

Руководител

Команда:

Вера Вершин
Екатерина Гр
Татьяна Кири

Полная версия журнала доступна
по подписке
на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки
на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

А ТЫ НЕ ЗАБЫЛ ПОДПИСАТЬСЯ?

Координаты для связи

109263, г. Москва,
ул. 7-я Текстильщиков, д.4-23
Тел. (926)717-08-28
E-mail: hotelsmedia@mail.ru

Получатель: **ООО «Планета отелей»**

Банковские реквизиты

ИНН 7723903409 / КПП 772301001
р/с: 40702810700000005880 в
ООО КБ «Росавтобанк», г. Москва
к/с: 30101810500000000857,
БИК: 044585857

СЧЕТ-ОФЕРТА N б/н от 22 ноября 2014 г.

№ п/п	Предмет счета	Ед.измерения	Количество	Цена	Сумма
1.	Подписка на журнал «Планета отелей» 1 комплект: №№ 6 (23)-2014 - 5 (28)-2015. НДС не облагается в соотв. уведомлением о переходе на УСН от 21.03.2014 г. (ст. 346.11 НК РФ)	компл.	1	4 500,00	4 500,00
			Всего к оплате:		**4 500,00**

ИТОГО: Четыре тысячи пятьсот руб., 00 коп.

Генеральный директор ООО «Планета отелей» _____ /Е В Шунина/

Гл. бухгалтер ООО «Планета отелей» _____ /Е В Шунина/

Оплата данного счета-оферты (ст. 432 ГК РФ) свидетельствует о заключении сделки купли-продажи в письменной форме (п. 3 ст. 434 и п. 3 ст. 438 ГК РФ).

Счет действителен в течение 30 дней с даты выставления включительно.

OTDYKH MICE – 2014

Перспективные знакомства, привлечение новых клиентов, последняя информация об инновациях в MICE-индустрии – все это 10-я Международная выставка и конференция OTDYKH MICE, ставшая глобальной бизнес-площадкой для всех заинтересованных профессионалов в сфере делового туризма. В этом году выставка прошла с 16 по 19 сентября, в ее экспозицию вошли комп

Среди них государственный комплекс «Дворец конгрессов», курорт «Горки Город», Asia Adventures (Узбекистан), Wedgewood (Великобритания), авиатакси Dexter, парк «Этномир», Event Media Group (Польша), Farol Travel (Португалия), администрация города Иркутска, Мальтийское управление по туризму (Мальта), Liberty Hotels Lykia (Турция), MICE Global, ASCOM France Partner (Франция) и другие.

Кроме профессиональных организаторов конгрессов, корпоративных мероприятий и деловых поездок свои сервисы представили компании, занимающиеся наземными и авиаперевозками.

Международная конференция по деловому туризму и корпоративным мероприятиям на протяжении десятилетия не только не утратила свою популярность среди специа
встреч России
новых эксперто
общим назва
встреч: новые
ности» проходи
17 сентября. К
крытии меро
тель руководит
агентства по ту
ришвили, дело
важное турист
ние и имеет ог
в России: «На
перед специал
крыты больши
работы и успеш
неса, ведь на д
находимся на
развития этого
ризме. Очень
стоит сделать и
поэтому все но

Полная версия журнала доступна по подписке на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

НОЯБРЬ. МИНСК. РЕМАГО

5–7 ноября в здании Футбольного манежа, Минск, состоялась Международная специализированная выставка индустрии гостеприимства «Ресторан. Магазин. Гостиница – 2014». Организатором мероприятия выступило ЗАО «МинскЭкспо».

В 2014 году актуальность проведения выставки «Ресторан. Магазин. Гостиница – 2014» была обусловлена прежде всего высокими требованиями к предприятиям гостинично-ре
запланированного ряда мероприятий международного уровня. Поэтому основной целью выставки было представить отельерам Белоруссии лучшее современное оборудование для оснащения торгового, ресторанного и гостиничного бизнеса, а также продукцию предприятий, производящих продукты питания.

В рамках направления «Гостиница» ставка делалась на комплексное оснащение гостиниц, в частности
ециализирован
ный текстиль и постельное белье, мебель, ковровые и напольные покрытия, сантехника и аксессуары, уборочное оборудование, системы безопасности и контроля доступа, оборудование для активного отдыха.

В рамках деловой части мероприятия в фокусе внимания были такие направления, как повышение сервиса, эко- и агротуризм, в частности создание новых форматов средств размещения – дома охотника и рыбака и др.

Полная версия журнала доступна по подписке на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

ЕННИЙ РУМ

ой политики и
гра туризма РБ.
гавки прошли
еминары, кру
стер-классы, в
ажение основ
звития сферы
ых услуг на
иод, новые на
водстве снаря
для туризма и
утешествий.

Представленные в рамках форума спецпроекты «Курортология и восстановительная медицина», «Охота и рыбалка» позволили посетителям выставки узнать о возможностях развития этих направлений внутреннего туризма Башкортостана и средней полосы России.

Всего в мероприятии приняли участие более 120 компаний, стенды посетили более 9000 человек.

ЛУЧШИЕ МАРШРУТЫ
ПЕРЕСЕКАЮТСЯ В ВОРОНЕЖЕ

15-16 ноября 2014 года в «Амакс Парк-отель» (Воронеж) состоялся финал Всероссийской туристской премии «Маршрут года», проводимой при поддержке Федерального агентства по туризму, Департамента культуры и архивного дела Воронежской области и Департамента природных ресурсов и экологии Воронежской области. Учредителями премии выступили ФРОС «Region PR» (Воронеж), ООО «Продюсерский центр «Контент» (Воронеж) и Фонд содействия комплексному развитию и брендингу территорий (Владивосток), АРР «ЛЕВ» (Воронеж).

На конкурс было представлено 263 туристских маршрута из 63 регионов страны, предусматривающих посещение ряда достопримечательностей в соответствии с тематикой маршрута: исторических, архитектурных, культурных, духовных, природных и других. Экспертный совет, в который вошли известные отечественные специалисты туриндустрии, заочно отобрал лучше проекты для финала. И завершающим этапом конкурса стали публичные презентации туристских маршрутов, вошедших в шорт-лист конкурса, по итогам которых члены Экспертного совета премии определили обладателей гран-при и призовых мест в каждой номинации, а также Подробности и отчет с торжественной церемонии награждения победителей – смотрите на сайте организаторов.

CLEANEXPO MOSCOW

С 21 по 23 октября в Москве в МВЦ «Крокус Экспо» состоялась 16-я Международная выставка индустрии чистоты CleanExpo Moscow/ PULIRE – ведущая отраслевая выставка оборудования и материалов для профессиональной уборки, санитарии и гигиены, химической чистки и стирки в России.

Посетители смогли ознакомиться с массой новинок. Среди них ки ковровых покрытий; универсальная Minimag Edge, позволяющая не только мыть пол, но и удалять старое защитное покрытие без использования химических средств, в том числе лак и краску с поверхности деревянных полов, а также восстанавливать мраморные и мозаичные полы.

Среди средств для уборки новый усилитель стирального порошка кратно увели- способность Торговый дом вил на выставке их препаратов, отличающихся практически полной биоразлагаемостью входящих в состав поверхностно-активных веществ и низкой стоимостью готового раствора.

Порадовал и Вяземский машиностроительный завод, представивший новую стирально-отжимную машину загрузкой на 100 кг, сушильную машину с рекуперацией тепла серии «Вега» на 40 кг и с центрифугой для отжима ковров.

Традиционно актуальна была и деловая программа мероприятия. Отметим: в этом году участниками выставки стали 188 компаний из 16 стран.

Полная версия журнала доступна по подписке на электронную версию

Перейти на страницу подписки http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки на электронную версию http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

CARE FORUM IA 2014

также аренды и ды персонала в иятиях и учреж- ения.

тников Форума, тором развития сервиса оста- рмированность ентов, инерция м моделям ве- кже отсутствие понимания, что реальная экономия при анализе и подсчете затрат на закупаемое белье и одежду персонала возникает только в условиях долгосрочного планирования. В рамках Форума также была организована экспозиция оборудования, инвентаря и моющих средств для профессиональной уборки.

Очередной Texcare Forum Russia пройдет 1–2 октября 2014 года.

RHIC 2014:
ПРОБЛЕМЫ И ВОЗМОЖНОСТИ

Инвестиционный климат гостиничного бизнеса России – туманен или видны перспективы? Можно ли рисковать в нынешней ситуации и кто согласен инвестировать в новые отели? Эти и другие вопросы поднимались на X Конференции по инвестициям в гостиничный бизнес России и СНГ (RHIC 2014), проходившей 20–22 октября в отеле Radisson Royal (Москва) и организованной Bench Events и Questex Hospitality+Travel. С места события – Санта Малиновская.

Состав участников конференции в этом году был впечатляющим: государственные чиновники, представители 124 инвестиционных и управляющих компаний, гостиничных сетей и банков (из них 70% – российские), 350 CEO. Тематика мероприятия определялась реалиями сегодняшнего дня – больше всего секций было посвящено финансам, изменению ситуации на рынке кредитования и обсуждениям, как отразилась на гостиничной индустрии экономическая и геополитическая нестабильность.

Следует отметить, что западные эксперты видят
неопределенной
сложности на
ке начиная с зи
2016–2017 гг. Ро
и отельеры боле
они признают,
равно как и за
ситуация не тра
движение впере
председатель К
и гостиничному
подчеркнул: «Мы
нешние тенденц

раскачать спрос, перераспределить

Полная версия журнала доступна
по подписке
на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки
на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

Средняя стоимость гостиничного номера в Москве – 117 евро. Рост количества новых гостиничных номеров в РФ за 2014 год составил 21%.

Наиболее посещаемыми стали панельные дискуссии с участием известных экономистов и инвесторов. Кристофер Уифер, старший партнер компании Macro-Advisory, обозначил негативное влияние на инвестиционный климат санкций, роста инфляции и ослабления рубля. По его мнению, ситуация будет ухудшаться начиная с зимы 2015 года, но затем наступит улучшение. Стефано Карози, руководитель департамента финансирования недвижимости UniCredit Bank в РФ, отметил, что критерии кредитования банками ужесточились: «Идеальным проектом для кредитования для нас была бы гостиница среднего

становится опасно инвестировать в рублях, но нынешняя ситуация при всех трудностях дает новые серьезные возможности, так как на инвестиционном гостиничном рынке стало меньше игроков и можно найти перспективные проекты по разумной цене. Общие финансовые прогнозы на будущее: ситуация ухудшится, но через два года на рынке станет работать лучше.

Напряженная дискуссия состоялась между отельерами и представителями систем онлайн-бронирования – Андреа Д'Амико, региональным директором по Восточной Европе и Африке Booking.com, и Люком Жесвре, старшим вице-президентом по продажам, дистрибуции и лояльности в России и СНГ компании Accor. Системы онлайн-бронирования диктуют на рынке новые правила игры, и далеко
о нравится. Вла-
ались не готовы
ке отелей в Ин-
чала попадают
м, а лишь потом
ко Люк Жесвре
л: «Брендовые
жить без систем
ия, но другие
как становятся
ыми у потреби-
не в такой за-
бронирования».
ваны, в частно-

сти, паритет цен: порой цена за номер по разным каналам бронирования может разниться втрое; отсутствие единства правил, унифицированного законодательства для систем онлайн-бронирования в России. Как прогноз прозвучало, что через пару лет 50% всех бронирований будут совершаться через мобильные приложения.

Интересное обсуждение состоялось на тему проектов многофункциональных комплексов, в которых отельная составляющая здания дополняется офисными помещениями, торговыми центрами и апартаментами. «Смешанные объекты возможны, но здесь необходимо разделение инженерных систем и другие стандарты эксплуатации. Это дороже при создании комплекса, но дальновиднее», – высказался на эту тему Евгений Макаров, вице-президент ГК «ПрофЭстейт».

В рамках конференции прошли круглые столы по темам франчайзинга и лицензирования, новых концепт-отелей, преимуществ и затрат внешней управляющей компании и др. Были вручены награды «За лидерство» Году Нисанову и Зараху Илиеву, владельцам Radisson Slavyanskaya Hotel. Завершилась конференция сессией «Как построить карьеру в гостиничной и туристической отрасли», на которую были приглашены студенты профильных учебных заведений.

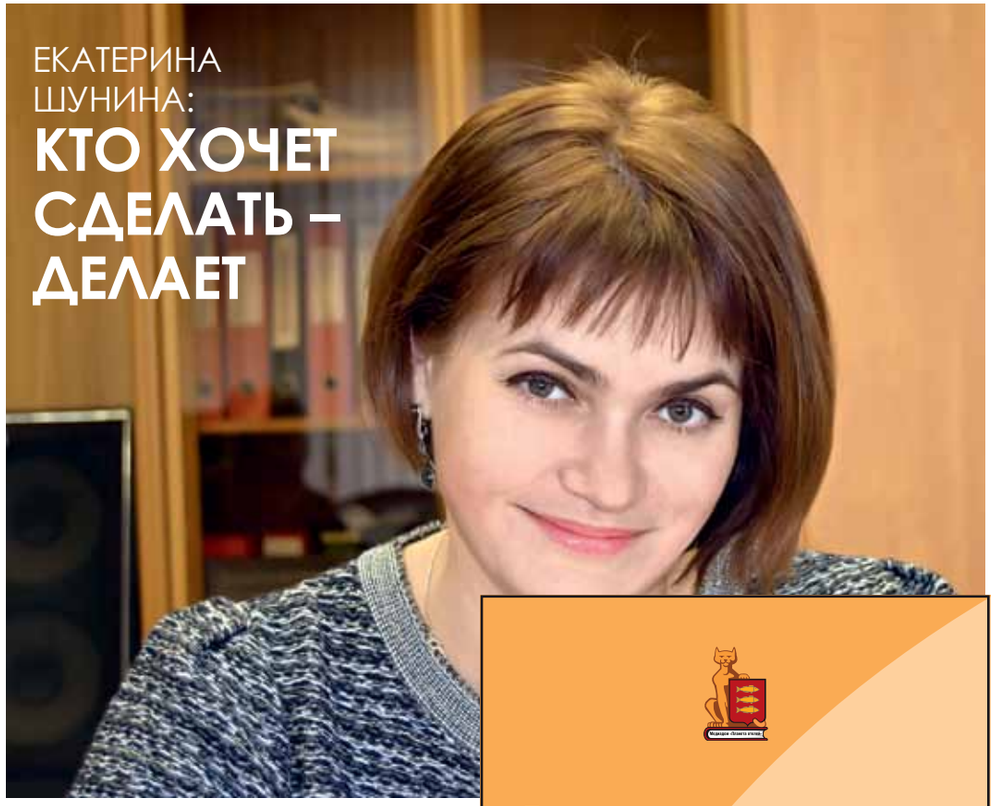
Полная версия журнала доступна
по подписке
на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки
на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

ЕКАТЕРИНА ШУНИНА:

КТО ХОЧЕТ СДЕЛАТЬ – ДЕЛАЕТ



Проведение конкурса «К 2014» приходится на заве противоречивого года – сло время обещающего интер ности. Режим санкций, бол по экономике страны, него ся и на деятельности гостин Перераспределение клиен вызвало «броуновское дви еще не ясными до конца Несмотря на это, гостиничн умирать не собирается. Ком находится в добром здрави мере возможности на вызов ими размышлениями в пред са делится генеральный ди дома «Планета отелей» Екат

Полная версия журнала доступна по подписке на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

Иное дело сейчас. Перед конкурсом я прокручиваю в голове сценарный план и отчетливо представляю его поэтапную реализацию.

А.А.: ***Что удивляло на первых порах?***

Е.Ш.: Начиная с первых шагов, порадовало то, что рынок нуждается в реальном общении. С удивлением на первом конкурсе мы обнаружили, что горничные не воспринимают друг друга в качестве соперниц. Несмотря на заданные регламентом запреты, они рассказывают друг другу о возникающих внештатных ситуациях, возможностях их преодолеть. Всячески поддерживают друг друга.

Разве она не имеет права, если возникнет необходимость, рассказать об оснащении номера, услугах гостиницы? Так или иначе, уже первый конкурс, прошедший на высоком уровне, показал огромную потребность отельеров в профессиональном общении. Однако по его завершении мы столкнулись с обратной стороной медали…

А.А.: ***Темной стороной луны?***

Е.Ш.: В общем-то, с негативными, на мой взгляд, явлениями. Во время мероприятия – общее и полное взаимопонимание. Со стороны участников, членов жюри, журналистов. При этом мы всегда открыты для критики, стараемся учитывать все замечания и по-

Полная версия журнала доступна по подписке на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

чтобы они ра-
идею. Конкурс
ит как по но-
, но при этом
ко как только
я», активность
а нет.

Если во время проведения соревнований все говорят о правильности избранного пути, звучат комплименты, то как только заходит речь о следующем конкурсе, вдруг выясняется, что консолидированного мнения нет и в помине. Руководители ссылаются на отсутствие желания у горничных и руководителей служб. Те, в свою очередь, – на незаинтересованность и пассивность директоров. Возникает порочный круг. Для меня это было большой неожиданностью. Кроме того, зачастую до директоров невозможно достучаться. Стену «выстраивают» девочки-секретарши и пиарщики, видящие, наверное, себя главными действующими лицами отеля. Тем не менее за первым конкурсом последовали и другие, включая региональный.

А.А.: ***Нынешний конкурс «Комфорт и уют – 2014» должен был проходить весной. Почему вы его перенесли на осень?***

Е.Ш.: Действительно, мы его наметили на весну. Были уже подобраны участники, нашлись спонсоры. Но тут слух о нас – может, это и не очень скромно звучит – «прошел по всей Руси великой». Стали поступать заявки из регионов. Мы устроили мероприятие в Самарской области, начали готовить в Туле. В целом первый региональный конкурс прошел успешно, хотя не обошлось и без сложностей.

А.А.: ***Как вы оцениваете все эти перипетии? Как победы, поражения или как заурядность «текущего момента»?***

Е.Ш.: Пока, пожалуй, как победы. Победы, которые трудно даются: «праздник со слезами на глазах». Возникает чувство досады, потому что для нас – команды ПО – очень важна сверхидея того, что делаем. Если абстрагироваться от конкурса, то в стране сейчас складывается уникальная ситуация. Происходит перераспределение туристических потоков в пользу отечественного рынка. В этот процесс можно и нужно встраиваться, не побоюсь пафоса – нужно поднимать российское гостеприимство. И вкладываться надо. Часто говорят, что денег нет: ни на обучение, ни на конференции, ни на профессиональные конкурсы... Но кто хочет сделать – ищет пути и делает: зарабатывает, инвестирует в персонал. Если ты руководитель, то должен понимать, что сервис, к сожалению, у нас хромает. Соотечественники уже поездили по миру, они понимают толк в хорошем обслуживании. В один голос эксперты говорят, что надо вкладываться в обучение персонала. А наш конкурс, помимо всего прочего, носит и обучающий характер.

А.А.: ***Вы м… дить это прим…***

Е.Ш.: Коне… приезжают и ха… вайзеры, и рук… Обычно они не видят работу горничных. А здесь наблюдают ее во всех подробностях. Видят своих, чужих. И что интересно: горничные знают, что они на виду, что надо показать «товар лицом», не допускать элементарных ошибок. Но ошибки все равно делают: привычка – вторая натура. Допустим, все ведь знают, что нельзя входить в номер, предварительно не постучавшись. Но некоторые все равно входят. Или одной и той же тряпкой протирают унитаз и тумбочку. Я привела отрицательные примеры, но не зря ведь говорят, что негативный опыт – тоже опыт. С другой стороны, есть очень позитивные примеры, на которых стоит поучиться. Например, на одном из конкурсов горничная, закончив уборку, оста-

Полная версия журнала доступна
по подписке
на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки
на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

В этом году поменялся формат конкурса, и «Аструс» оказался наиболее удобным. В 2014 году в соревнованиях принимают участие 11 гостиниц РФ. Особо подчеркну командный характер состязаний. Не секрет, что наш конкурс часто называют соревнованием горничных. Это в корне неверно, потому что мы ставим иную, более серьезную задачу: показать общий уровень комфорта, который создан в гостинице. А он в огромной мере зависит от работы службы хаускипинга в целом. Вот поэтому-то в нынешнем году мы поменяли формат. Теперь он ориентирован на «командную игру». Каждая команда включает трех человек. Горничные будут выполнять традиционную работу по уборке …вят систему внутреннего обучения персонала службы – особый ак… …на стандартах …риятий и под…

…***т отмечены***

…ников предус… …о поощрений, …тельских сим… …дписку на жур… …й». Но главная …ена по сумме …езультатов по …м. Таким об… …ы не только и …тдельного со… …истема работы …ипинга. Это и …бучение персо… …ия...

…***озникало же… …нкурс еще ка… …ичных служб …га?***

Е.Ш.: Да, такие идеи вынашиваются уже давно. Хотелось, чтобы появились направления «СПиР», «Безопасность», в полной мере заявило о себе направление «Гостиничный ресторан»... А в конце года устраивать гала-представление с награждением лучших гостиниц. Почин уже сделан, но, как оказалось, на этом пути существует много непредвиденных трудностей. Изначально мы предполагали провести конкурс по направлению «Гостиничный ресторан» еще весной 2013 года. Наши менеджеры разослали приглашения нескольким сотням российских отелей, обзвонили более 400 четырех- и пятизвездников Москвы, Подмосковья, Санкт-Петербурга. Откликнулись четыре гостиницы, включая гостеприимного спонсора… И почти везде отказы сопровождались удивительным пояснением – «некого послать». Руководители делились в кулуарных беседах, что среди официантов большая текучка.

Полная версия журнала доступна
по подписке
на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки
на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

Посылать же на конкурс малоподготовленных, «необстрелянных» сотрудников нет резона. Кому хочется опростоволоситься? В сложившихся условиях мы «ужали» формат общероссийского мероприятия до московского масштаба: в начале нынешнего года провели конкурс-фестиваль «Московский бизнес-завтрак» среди столичных гостиниц две-три звезды. Получилось очень интересно. Но при этом эксперты отметили, что кухня (работа поваров) была на высоком уровне, а вот сервис (работа официантов) подкачал. Как видите, опять все упирается в сервис: слабую профессиональную подготовку, плохо поставленную систему обучения.

А.А.: ***Екатерина, у Медиадома есть какие-нибудь новые проекты?***

Е.Ш.: Задумок много. В следующем году продолжим проекты 2014-го. Вместе с итальянскими партнерами будем продвигать на российский рынок журнал «Озеро Комо». Второе, новое для нас направление – электронное СМИ MICE Professional. Сейчас портал находится в стадии разработки. Идея возникла неслучайно. На выставках, деловых встречах, где собираются близкие по профилю профессионалы, мы давно уже ощутили потребность в консолидированной на одной площадке информации по направлению MICE. Проведенный экспресс-анализ показал, что интерес существует как у производителей услуг, так и у потенциальных покупателей.

Мы также раздумываем над проектами, связанными с реконструкцией отелей, с демонстрацией нового, оригинального оборудования. Это большая и важная тема, с которой рано или поздно сталкиваются в
нешних услови
неординарных
ет дополнитель
Эти проекты, с
еще в сыром

Полная версия журнала доступна
по подписке
на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки
на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

А.А.: ***Планов, смотрю, громадьё. Так и хочется спросить: «Жизнь удалась»?***

Е.Ш.: Жаловаться грех, хотя бывает, конечно, всякое. Наверно, правильно будет ответить словами персонажа фильма «Москва

Компания Ideal Standard International является крупнейшим в Европе производителем сантехники, в том числе, для гостиниц и офисных помещений. Широкий ассортимент продукции включает в себя санитарную керамику и смесители, мебель и аксессуары, а также системы гидромассажа, акриловые ванны и поддоны. Продукция, не только класса люкс, но и базового сегмента, отличается техническим совершенством и запоминающимся дизайном.

Представительство Ideal Standard International в России:
Россия, Москва ул. Шаболовка, д.31, корп. Г, 2-й этаж
Тел. +7 (495) 234-26-83, Факс +7 (495) 234-26-93

www.idealstandard.ru

РЕШЕНИЯ ДЛЯ РЕНОВАЦИИ

Вопрос превращения ст
гостиниц, доставшихся от
ства размещения станови
но, вынужденное смещен
му только обостряет эту
отказаться от заморских ч
уже не согласны довольст
душами со шторками. На
пания «Идеал Стандарт РУ
общества уже апробиров
гостиничных ванных комно
проектного направления ко

Полная версия журнала доступна по подписке на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

Tempo

В зоне Tempo, или «Абакан» – по названию гостиницы, где была реализована эта наработка, – мы представили решение для маленьких ванных комнат. Его ядром стал многофункциональный комплекс, объединяющий полувстраиваемый умывальник Tempo, столешницу-

полочку для у
лежностей и пр
встраиваемым б

Для выставк
сделана из иск
получилось крас
жу честно, устан
легко: по сути,
тельно стоящий

цы составляет 300 мм, а по оценкам производителей, возможен продольный раскрой каменных плит, базовая ширина которых составляет 650 мм.

что она просто не будет открываться. Поэтому мы предложили складную дверь, и такое решение всем понравилась. Причем открывать

оны, что очень
едко путаются,
адо открывать
выйти из душа
транно, именно
по наибольший
подрядчиков.

Для комплектации этой зоны мы использовали довольно простые, недорогие смесители Vito и душевые комплекты IdealRain, надежные и выполненные в современном дизайне. В качестве поддона предложили керамический Connect, который тоже является довольно хорошо продаваемым продуктом «Идеал Стандарт» для гостиниц.

Полная версия журнала доступна по подписке на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

бели: фронтальная панель под умывальник, фронталь-
нитаза, столешница 1350 × 300 мм; полувстраиваемый
ро 55 см с отверстием под смеситель и с переливом;
смеситель Vito для умывальника без донного клапана с
и 3/8"; бутыльчатый сифон для умывальника 1¼" в хро-
ристенный унитаз с сиденьем и крышкой Tempo; бачок
опкой слива.

бина: складная дверь KUBO PS 90 см для установки в
прозрачное стекло 6 мм, высота 195 см, профиль –
мический поддон Connect; сифон для поддона; набор
in 100 (1-функциональная душевая лейка диаметром
штанга 600 мм, диаметр 21 мм, держатель для лейки,
ля душа 1750 мм ½" × ½", мыльница, хром); настенный
ша VITO.

ость комплекта – 49 748,90 руб.

Motion

В зоне Motion, или «Тула», демонстрировались другие идеи. У нас очень популярны умывальники Motion размерного ряда от 65 до 110 см, с шагом в 20 см, что позволяет вписываться в любые интерьеры исходя из пространства, наличия ниши и так далее. Эти умывальники имеют небольшую проекцию и предназначены для небольших помещений. До недавнего времени они просто подвешивались на стену, но, видя интерес гостиниц, мы разработали под них самостоятельно стоящее подстолье. Такое решение востребовано, когда качество стен не позволяет использовать подвесные конструкции: гипсокартон либо стены с неизвестным наполнением, нередко встречающиеся в зданиях

Зона Motion

• Душевая кабина: сегментный акриловый поддон 90
Hotline Top Plus; акриловая фронтальная панель для под
ми; сифон для поддона; ножки; сегментное душевое огр
R 90: раздвижные двери, высота 190 см, матовое стекло
стящее серебро, вход с угла.

• Душевая система IdealDuo: душевая 3-функци
100 мм, верхний круглый душ 200 мм, душевая труба д
для верхнего душа, шланг для душа IdealFlex 1750 мм; с
смеситель для душа Ceraplan.

• Умывальник Motion 110 см, 1100 × 440 мм, центра
под смеситель; однорукоятковый смеситель для умыва
III Grande с донным клапаном, гибкие шланги 3/8"; бут
для умывальника 1¼", хром; тумба Diva-B под умывальн
бук, цвет – венге; зеркало в раме с подсветкой и кнопко
65, рама – водостойкий бук, венге (возможен цвет под о
дуб), размеры 600 × 980 мм.

• Напольный пристенный унитаз Connect для мон
полным примыканием к стене, горизонтальный слив, с
Connect Cube, нижняя подводка, с механизмом слива,
для бачка, сиденье и крышка для унитаза Connect с микр

• Общая стоимость комплекта – 78 005,80 руб.

Полная версия журнала доступна
по подписке
на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки
на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

Полная версия журнала доступна
по подписке
на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки
на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

ыродемонстри-
, тем не менее
гованы люксы
ронеже. Очень
но, выглядит
честно, недо-
ект получается
ысяч рублей.

«Люкс»

В зоне «Люкс», или «Великий Новгород», мы показали совершенно бесподобную ванну DEA коллекции 2014 года. Это очень комфортная вместительная (до 190 см) ванна из двойного акрилового листа. Очень теплая, устойчивая, потому что стоит

-чаша Strada, смеситель с донным клапаном Melange,
м в цвете бук.
нитаз Connect со скрытым крепежом, глубокий смыв,
мм; тонкое сиденье Connect с крышкой, дюропласт,
рованные шарниры, с микролифтом, двойная кнопка
ТЕМА.
ящая ванна DEA 180 × 80 см с системой слива-перелива;
тель для ванны Melange, металлический комплект для
остоящих смесителей.
ость комплекта – 134 665,30 руб.

на собственном основании, не на ножках, комплектуется отдельно-стоящим смесителем Melange для ванны и душа, с подачей воды из пола – смотрится великолепно. Ее можно устанавливать в любой

точке номера, и я думаю, что она пре-
красно впишется
брачных, люксов

Комплектаци
дополнили ум
Strada со столе

обработанного массива бука в натуральном цвете: природный материал, обладающий водостойкостью, долговечностью, высокой твердостью, прочностью. Натуральная «теплота» дерева в ванной комнате смотрится очень необычно, придает ощущение удивительного комфорта. Это также произвело большое впечатление на посетителей. Подобное подстолье мы впервые выполнили для гостиницы «Парк Инн» в Новгороде Великом.

Сама фактура, качество изготовления позволяют говорить, что у нас появляется возможность использовать это дерево для столешниц целого ряда умывальников. Сейчас строится много отелей с использованием природных мотивов в дизайне, используется много дере-

Владимир Токаев:

Мы хотели продемонстрировать новые техническ
реконструкции гостиниц на основе продукции «Идеал
ентированные на региональные несетевые гостиницы.
сетевых с точки зрения комплектации все предельно
Вопрос только цены. А вот когда речь идет о реконстру
киваемся с маленькими площадями в ванной комнате,
ными решениями, колоннами, которые не позволяют
расширять ванную, возникают вопросы, которые надо
И нашей задачей было представление новых технич
именно для реконструкции гостиницы.

Мы не собирались показывать что-то сверхъестестве
прошедший год накопилось довольно много реализован
решений, которыми хотелось поделиться с отельерами
самостоятельно решать типовые для нашего рынка зада

Наш небольшой стенд был разделен на три зоны, в
рых – готовое решение для оснащения ванной комнат
уровня, уже реализованное в одной из действующих гос

Полная версия журнала доступна по подписке на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

Решение для номеров отелей уровня 3-4*, подвесной вариант

Подвесной унитаз OCEANE, глубокий смыв, горизонтальный выпуск, 360x525x350 мм, с сидением и крышкой (арт. W707301)

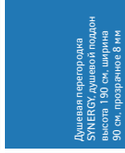
Система инсталляции TEMA с двойной панелью слива, блестящий хром (арт. W3089AA)

Умывальник OCEANE, встраиваемый в столешницу, 54x44 см (арт. W306301) Бутыльчатый сифон для умывальника 1 1/4", хром

Однорукоятковый смеситель для умывальника CERASPRINT с донным клапаном, гибкие шланги 3/8" (арт. B9560AA)

Встраиваемый смеситель для душа CERASPRINT (арт. A5724AA) плюс внутристенный комплект (арт. A1000NU)

Душевая система IDEALDUO 200мм – трехфункциональная душевая лейка, верхний душ диаметром 200 мм, душевая труба диаметром 25 мм, шланг IdealFlex 1750 мм – (арт. A5689AA)



Душевая перегородка SYNERGY, душевой поддон высота 190 см, ширина 90 см, прозрачное 8 мм стекло, антинакипное покрытие, направляющая – серебро (арт. L6223EO); распорка верхняя (арт. L6229EO)

Стоимость данной комплектации — 895 евро.
Аксессуары подбираются индивидуально под проект.

Решение для номеров отелей уровня 2-3*, напольный вариант

Умывальник EUROVIT Plus 60 см, отверстие под смеситель с переливом, 600x460x190 мм, (арт. V302901) плюс полуколонна EUROVIT Plus (арт. W320901)

Набор для душа IDEALRAIN M1, состоящий из однофункциональной душевой лейки диаметром 100 мм, душевой штанги 600 мм, держателя для лейки, металлического шланга для душа 1750 мм 1/2"x1/2", мыльницы-хром (арт. B9412AA)

Напольный унитаз-компакт ECCO NEW с сидением и крышкой DUROPLAST металлические шарниры, глубокий смыв, горизонтальный выпуск, бачок с двойной кнопкой слива 3/6 л, нижняя подводка, 630x355x810 мм (арт. W904201)

Сегментное душевое ограждение CONNECT R 90x90 мм, раздвижные двери, высота 190 см, безопасное прозрачное стекло 4 мм, профиль – блестящее серебро (арт. T9818EO)

Однорукоятковый смеситель для умывальника CERAPLAN NEW, без донного клапана, гибкие шланги 3/8" (арт. B4099AA)

Душевой керамический сегментный поддон CONNECT 900x900x60 мм, отверстие слива 90 мм расположено в углу (арт. T266901)

Сифон с хромированной крышкой (арт. J3417AA)

Бутыльчатый сифон для умывальника 1 1/4", хром

Смеситель для душа CERAPLAN NEW (арт. B3699AA)

Стоимость данной комплектации — 860 евро.

Рекомендуемые аксессуары:

Стакан с держателем IOM, матовое стекло (арт. A9120AA)

Мыльница с держателем IOM, матовое стекло арт. A9122AA)

Одинарный крючок IOM (арт. A9115AA)

Держатель рулона бумаги IOM (арт. A9127AA)

Настенный ершик IOM, стакан – матовое стекло (арт. A9119AA)

Стоимость комплекта аксессуаров — 75 евро.

ООО «Идеал Стандарт РУС» www.idealstandard.ru +7 (495) 669-23-11

Практические наработки по оснащению ванных комнат малой площади и сложной конфигурации.
Полные базовые решения комплектации ванных комнат номеров отелей 2-3* и 3-4*

Ideal Standard предлагает продукцию, которая объединяет глубокое понимание истинных потребностей клиентов с дизайнерской мыслью и технологическим опытом. Не важно, планирует наш клиент оснастить крупный бизнес-отель или частную мини-гостиницу, мы всегда поставим его задачи на первое место.

Здесь представлены практические наработки по оснащению ванных комнат малой площади и сложной конфигурации, а также базовые решения комплектации ванных комнат номеров отелей 2-3* и 3-4*, но это не догма. Хотите более экономичный вариант — спрашивайте, и мы предложим. Более изысканный — тоже не проблема. Обращайтесь, и мы поможем приятно удивить гостей вашего отеля.

ООО «Идеал Стандарт РУС»
115162, Россия, Москва
ул. Шаболовка, д. 31, корп. Г
Тел.: +7 (495) 669-23-11,
факс: +7(495) 669-23-12
www.idealstandard.ru

Оснащение ванных комнат малой площади и сложной конфигурации

- Комплект мебели: фронтальная панель под умывальник, фронтальная панель для унитаза, столешница 1350x275 мм; полувстраиваемый умывальник Tempo 55 см, отверстие под смеситель с переливом; однорукоятковый смеситель Vito для умывальника без донного клапана, гибкие шланги 3/8“; бутыльчатый сифон для умывальника 11/4“, хром; напольный пристенный унитаз, сиденье и крышка Tempo; бачок Tesе с верхней кнопкой слива.
- Душевая кабина: складная дверь KUBO PS 90 см для установки в нишу, безопасное прозрачное стекло 6 мм, высота 195 см, профиль – bright silver; керамический поддон Connect; сифон для поддона; набор для душа IdealRain 100 (1-функциональная душевая лейка диаметром 100 мм, душевая штанга 600 мм, диаметр 21 мм, держатель для лейки, шланг IdealFlex для душа 1750 мм 1/2“x1/2“, мыльница, хром); настенный смеситель для душа VITO.

Общая стоимость комплекта* – 49 748, 90 руб.

*по состоянию на 1 октября 2014 г.

Оснащение малых санузлов

- Напольный пристенный унитаз-соло Connect Space с укороченной проекцией 48 см; сиденье и крышка Connect Space
- Угловой умывальник Connect Space 340x340 мм; однорукоятковый смеситель IdealSmart для умывальника без донного клапана, гибкие шланги 3/8”

Общая стоимость комплекта* – 14 481,80 руб.

Напольное решение для номера отеля уровня 4-5*

- Душевая кабина: сегментный акриловый поддон 900x900x160 мм Hotline Top Plus; акриловая фронтальная панель для поддона с крепежами; сифон для поддона; ножки; сегментное душевое ограждение Connect R 90: раздвижные двери, высота 190 см, матовое стекло 4 мм, рама – блестящее серебро, раздвижные двери, вход с угла.
- Душевая система IdealDuo: душевая 3-функциональная лейка 100 мм, верхний круглый душ 200 мм, душевая труба диаметром 25 мм для верхнего душа, шланг для душа IdealFlex 1750 мм; однорукоятковый смеситель Ceraplan для душа.
- Умывальник Motion 110 см, 1100x440 мм, центральное отверстие под смеситель; однорукоятковый смеситель для умывальника Ceraplan III Grande с донным клапаном, гибкие шланги 3/8”; бутыльчатый сифон для умывальника 1 1/4”, хром; тумба Diva-B под умывальник MOTION 110 см, бук, цвет – венге; зеркало в раме с подсветкой и кнопкой включения Diva 65, рама – водостойкий бук, венге (возможен цвет под орех или беленый дуб), размеры 600x980 мм.
- Напольный пристенный унитаз Connect для монтажа с бачком, с полным примыканием к стене, горизонтальный слив, с крепежом; бачок Connect Cube, нижняя подводка, с механизмом слива, двойная кнопка для бачка, сиденье и крышка для унитаза Connect с микролифтом.

Общая стоимость комплекта* – 78 005,80 руб.

*по состоянию на 1 октября 2014 г.

Новинки для оснащения номеров категории LUX

- Умывальник-чаша STRADA, смеситель с донным клапаном MELANGE, подстолье 1000 мм в цвете бук.
- Подвесной унитаз Connect со скрытым крепежом, глубокий смыв, 540x360x310 мм; тонкое сиденье Conpect с крышкой, дюропласт, стальные хромированные шарниры, с микролифтом, двойная кнопка для бачка TEMA.
- Свободностоящая ванна DEA 180x80 см с системой слива-перелива; напольный смеситель для ванны MELANGE, металлический комплект для монтажа свободностоящих смесителей.

Общая стоимость комплекта* – 134 665,30 руб.

Решение для номера отеля уровня 5*

Стоимость данной комплектации — 1675 евро.

Решение для номера отеля уровня 4-5*

Стоимость данной комплектации — 1625 евро.

ООО «Идеал Стандарт РУС» www.idealstandard.ru +7 (495) 669-23-11

Новинки для оснащения номеров категории LUX
Полные базовые решения комплектации ванных комнат номеров отелей 4-5* и 5*+

Вот уже более 100 лет Ideal Standard International является ведущим поставщиком качественных решений для ванных комнат. В сотрудничестве с известными именами в сфере дизайна продукции мы создаем надежные и долговечные изделия, которые не только красивы, но и практичны.

Здесь представлены новинки для оснащения номеров категории LUX, а также базовые решения комплектации ванных комнат номеров отелей 4-5* и 5*.

Хотите более экономичный вариант — спрашивайте, и мы предложим. Более изысканный — тоже не проблема, с нами работают лучшие дизайнеры мира. Обращайтесь, и мы поможем приятно удивить гостей вашего отеля.

ООО «Идеал Стандарт РУС»
115162, Россия, Москва
ул. Шаболовка, д.31, корп. Г
Тел.: +7 (495) 669-23-11,
факс: +7(495) 669-23-12
www.idealstandard.ru

КАВКАЗОМ НАДО ЗАНИМАТЬСЯ

уже можно говорить о конкретных достижениях и перспективах этого масштабного проекта. Подробности – в интервью генерального директора ОАО «КСК» Сергея Верещагина.

дов. Не секрет, естане и Чечне ни многие шко- ногда и четыре получить обра- име?

ть, что каждый ро-Кавказского га увеличива- 0 000 человек. вает уже более Такая динами- ком роддомов, редной слой со-

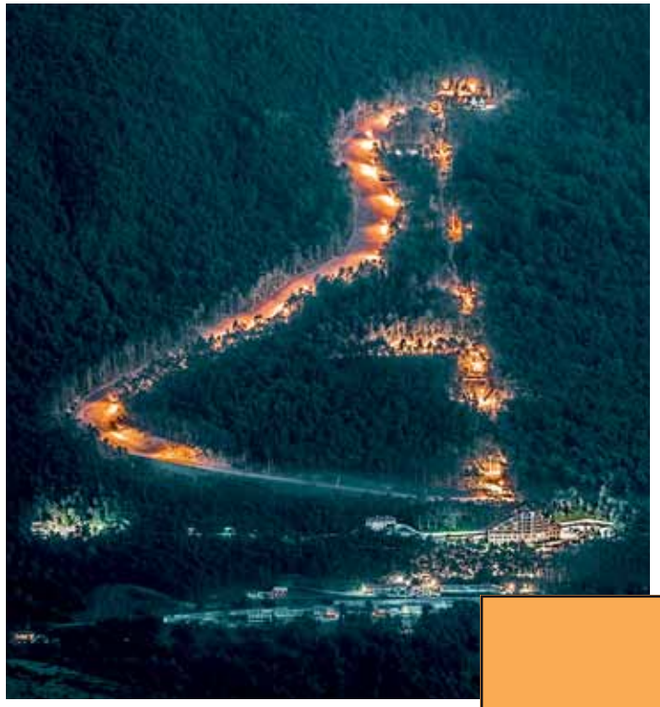
циальных проблем. Третья проблема – практически все регионы Северного Кавказа дотационные. Это не позволяет им динамично развиваться, направлять достаточные ресурсы на развитие своей экономики, которая в последующем могла бы дать налоговые поступления и рабочие места.

Если же говорить о развитии туристического кластера, то на первом плане – недостаточная подготовка персонала. Хотя это и общероссийская проблема, но на Северном Кавказе она видна особенно ярко.

Полная версия журнала доступна по подписке на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)



специалистов. К тому же существуют наглядные примеры для населения. Вокруг Эльбруса в Кабардино-Балкарии с 80-х годов сформировалась туристическая зона, в которой только мест размещения на шесть тысяч. Добавим сюда кафе, рестораны, пункты проката... Там люди живут только тем, что зарабатывают на туристах.

П.О.: ***Если возвратиться к теме развития именно гостинично-туристского кластера, то какие еще проблемы вы бы отметили?***

С.В.: Еще одна проблема – состояние внешней инфраструктуры. Наша компания отвечает за инфраструктуру внутри особой экономической зоны, а вот внешней инфраструктуры: газовых, электрических сетей,

Полная версия журнала доступна
по подписке
на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки
на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

Вроде существуют учебные заведения, которые выпускают специалистов в сфере туризма, но уровень их подготовки оставляет желать лучшего.

П.О.: ***Местное население готово работать в сфере сервиса?***

С.В.: В целом люди готовы работать в этой сфере, обслуживать туристов, хотя это не совсем совпадает с местным кодексом поведения. Но, с другой стороны, кавказское радушие – это не миф, а реальность.

П.О.: ***Все же к сервису на Кавказе своеобразное отношение. В Дагестане, например, мужчине работать официантом еще недавно считалось чуть ли не унизительным.***

С.В.: Полтора
большой конфер
жане, на ней пр
ставители всех
Кавказа. Так вот,
не встретил ни о
ко молодые ребя
ее надо воспиты
главой Республи
беком Евкуровы
пятого-шестого к
лах дополнитель
по гостеприимст
подрастающего п
сервиса – это не
перспективная от

Постепенно
ется, тем более
огромное колич
есть время и по
и подготовить к

бюджет не может потянуть все проекты сразу. Их реализация растягивается по времени, что напрямую тормозит и наш проект. Я не смогу построить курорт, если он не будет обеспечен всем необходимым. При этом невозможно затраты на создание внешних инженерных сетей включить в экономику нашего кластера – тогда он будет глубоко убыточным.

Кроме того, на проект сильно влияет имидж Кавказа как неспокойного региона. Хотя официальная статистика показывает, что Северный Кавказ – самый безопасный регион в стране. В нем совершается преступлений в два раза меньше по сравнению, например, с Центральной Россией или Сибирью. Но люди реагируют на громкие преступле-

Полная версия журнала доступна
по подписке
на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки
на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

ыжный туризм,
ппировки даже
ики. Группиров-
ли, а население
т на туризме и
ово. Иными сло-
удем развивать
нашему класте-
по себе не пере-
екать молодежь
й внушается им
угах. Подраста-
нужно показать,
шие перспекти-
места, достаток

важно в регио-
фессиональные
приятия для

С.В.: Конечно, они нужны. В первую очередь необходимо общение в профессиональной среде. Например, мы хотим провести несколько встреч с рядом крупных гостиничных сетей – если они придут сюда, это однозначно улучшит условия для привлечения туристов.

П.О.: ***Опять речь об имиджевой составляющей…***

С.В.: Да, имиджевая составляющая. Кроме того, деловые мероприятия нужны для контактов с потенциальными инвесторами. Наша особая экономическая зона готова предоставить преференции, которые реально будут интересны любому инвестору. В частности, у нас предусмотрен срок окупаемости проектов пять-шесть лет.

В сфере туризма таких условий вы не найдете. Если сделать полную раскладку по льготам, которые наш кластер может предложить, уверен, что многие бизнесмены задумаются. В Сочи на выставке наши буклеты разошлись как горячие пирожки. Сейчас нарабатываются предварительные контакты. Впрочем, кластер активно продвигается не только в России, но и за рубежом.

П.О.: ***Преференции – вещь в себе. С одной стороны, они заявлены, а на деле их получить тяжело. С другой стороны, открытая публикация преференций часто привлекает на рынок массу спекулянтов.***

С.В.: У нас такое невозможно, так как установлена четкая вертикаль принятия решения, определенная законом. Прежде чем стать резидентом и получить преференции, нужно пройти довольно сложный путь. Так, нужно взять на себя определенные инвестиционные обязательства – если компания ничего не строит на территории кластера, то и преференций не получает. Это абсолютно честная и открытая система. Инвестор вкладывает, условно говоря, миллиард долларов и получает преференций на 500 млн долларов в виде снижения кредитной ставки, отмены налога на имущество, на землю и т. д. То есть на территории особой экономической зоны не получится стать шарлатаном и что-то выгадать для себя.

П.О.: ***Какой горизонт планирования установлен для вашего кластера – ког… фективно рабо…***

С.В.: Класте… ристско-рекреа… сы. На первом… запустить в пол… сы «Архыз» и … которые уже ра… мере есть задач… не менее 2 тыс… около 40 кило… ных трасс, не ме… емников длино… Все это должн… вать в 2018 год… рования второй очереди рассчитан до 2025 года. В работу активно включатся комплексы «Мамисон» и «Ведучи», ряд объектов в других комплексах.

Сейчас разрабатываем прогнозный план до 2040 года, но к нему мы осторожно относимся. Пока тяжело ориентироваться даже на 2018 год – видите, как ситуация быстро меняется, особенно во внешней политике.

П.О.: ***И как это отразилось на КСК?***

С.В.: Пока никак. Контакты с иностранными партнерами остались на прежнем уровне. О росте или снижении числа туристов из-за внешней обстановки говорить пока рано. В первый год работы курорта

Полная версия журнала доступна
по подписке
на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки
на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

П.О.: ***Организационно-правовая форма компании накладывает каике-то ограничения или, наоборот, дает дополнительные возможности?***

С.В.: Ограничений не вижу. На мой взгляд, она наиболее удачна для реализации такого масштабного проекта. Единственно, мы … шале, апарт-отели, развлекательные комплексы. Такая компания уже инвестиционно привлекательна. Она может брать заемные ресурсы, в том числе на рынке облигационных займов.

П.О.: ***Что уже сделано в проекте и есть ли что-то, чем уже …***

…дготовить пол… …цию и провести …ку трех турист… комплексов: …и «Эльбрус-Бе… …ы все вопросы, …х и заканчивая …ким обоснова… …моделями. …ем «Архызом»: …тиницы, горно… …атные дороги, …ополнительных …ются инвесто… …за два с поло… …то: даже ино… отмечают, что …ь качественно. …развивается, …ь четкое виде… …дти. Все вопро… …ансированием, …кно без оглядки

Полная версия журнала доступна
по подписке
на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки
на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

Наша справка

ОАО «Курорты Северного Кавказа» (КСК) создано в соответствии с Постановлением Правительства РФ от 14 октября 2010 года № 833 «О создании туристического кластера в Северо-Кавказском федеральном округе, Краснодарском крае и Республике Адыгея» для управления особыми экономическими зонами туристско-рекреационного типа на Юге России.

В настоящее время проект туристического кластера включает следующие всесезонные туристско-рекреационные комплексы:

- **«Архыз»** (Зеленчукский и Урупский районы Карачаево-Черкесской Республики);
- **«Эльбрус-Безенги»** (Черекский, Чегемский, Зольский и Эльбрусский районы Кабардино-Балкарской Республики).
- **«Ведучи»** (Итум-Калинский район Чеченской Республики);
- **«Мамисон»** (Алагирский и Ирафский районы Республики Северная Осетия – Алания);
- **Каспийский прибрежный кластер** (Дербентский, Карабудахкентский, Каякентский и Магарамкентский районы Республики Дагестан);
- **«Лагонаки»** (Апшеронский р-н Краснодарского края и Майкопский район Республики Адыгея);
- **«Матлас»** (Хунзахский район Республики Дагестан);
- бальнеологические курорты Ставропольского края;
- **«Армхи»** (Джейрахский район Республики Ингушетия);
- **«Цори»** (Джейрахский и Сунженский районы Республики Ингушетия).

ЭЛЕКТРОННАЯ ПЕРЕДАЧА ДАННЫХ В УФМС: БУДУЩЕЕ НАСТУПАЕТ СЕГОДНЯ

24 сентября 2014 года в
онной службы № 528, утвер
страциями гостиниц, санат
данного типа информации о
онного учета по месту пребы
Основные положения данно
тор Группы компаний «Федер

– Екатерина, что подразумевают правила, зафиксированные в новом Приказе ФМС?

– Документ детализирует и закрепляет некоторые положения, которые были внесены 25 ноября 2013 года в виде поправок к Федеральному закону РФ «О праве граждан Российской Федерации на свободу передвижения, выбор места преб
в пределах Росси
частности, в Прик
что функции по ре
ту граждан РФ те
себя только терр
Федеральной ми
(ранее использова
«орган регистраци

Полная версия журнала доступна по подписке на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

– Какие из положений Приказа являются наиболее важными для гостиниц и отелей?

– Нужно отметить, что новыми поправками закреплен такой момент, как наличие различных способов передачи данных о регистрации граждан РФ в органы УФМС. В документе оговорено, что передавать сведения в территориальные органы УФМС принимающая сторона может как с помощью традиционных способов (на бумажных носителях, что до недавнего времени и практиковалось повсеместно), так и более прогрессивным – электронным способом, установив на компьютеры специальные программы, обеспечивающие автоматизированную передачу данных.

Следует признать, что электронный способ передачи данных имеет
нодарского края (в частности, олимпийского Сочи), которые ежедневно передают данные о регистрации постояльцев в органы УФМС.

До начала 2014 года отели использовали эту программу для передачи сведений о прибытии и убытии только иностранных граждан, а сейчас «ЭЛПОСТ» дает возможность отправлять необходимую информацию и о российских гражданах в том числе.

– Какие достоинства программного обеспечения «ЭЛПОСТ» вы могли бы выделить? В чем ее преимущества, на ваш взгляд?

– Программный продукт крайне прост в обращении, с ним справится любой пользователь, не обязательно «продвинутый». Весь процесс первоначального оформления до-
программы на
ице, обучения
не более пяти
дников отелей
я обучение ра-
также работает
поддержки, в
ейшей работе
обную консуль-
ельным вопро-
том закреплен
енеджер. В сто-
пакета (12 300
е обязательные
алов связи, уси-
подпись, техни-
течение одного
Согласитесь,
же для студен-
оимость пере-
м иностранном
гражданине – 100 рублей, стоимость транзакции со сведениями о гражданине РФ – 22 рубля.

Специалисты «Федерального Гостиничного Сервиса» внимательно следят за всеми изменениями в законодательстве РФ в части регистрации и снятия с регистрационного учета граждан РФ и иностранных граждан, на основании чего инициируют внесение изменений в «ЭЛПОСТ», чтобы обеспечить соответствие букве закона всех действий, которые осуществляет гостиница с помощью программы.

– Как вы оцениваете перспективы развития электронного документооборота?

– В настоящее время все больше организаций, как частных, так и государственных, переходит на электронный формат документооборота, что значительно облегчает работу их сотрудникам. Электронный способ передачи информации о регистрации иностранных и российских граждан обеспечивает эффективное взаимодействие между отправителем и получателем сведений. Применение новейших технологий позволяет не только упростить передачу данных, но и автоматически сформировать необходимую статистику. С помощью автоматизированных систем отельерам действительно гораздо удобнее регистрировать своих постояльцев. Я уверена, что будущее за современными электронными сервисами, которые помогают оптимизировать деятельность в сфере учета гостей.

На правах рекламы

Представительство в г. Москве
ООО «Аксиома»
ы офиса: 8 495 995 48 00, 800 250 48 00

Полная версия журнала доступна по подписке на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

В УСЛОВИЯХ СНИЖЕНИЯ СПРОСА

Изменения на рынке, кот
ными трудностями, не ост
взятых отельеров, но и про
дении сегодняшнего полож
и задачах, которые перед
и гостиничному хозяйству,
митета, на ежегодном дел
шедшем 26 сентября в оте

Полная версия журнала доступна
по подписке
на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки
на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

Основными стратегическими задачами мы считаем, во-первых, создание современных сервисов и современной туристической инфраструктуры, во-вторых, строительство и реконструкцию гостиниц, в-третьих, создание турпродукта, событийных поводов для поездок и, в-четвертых, формирование позитивного образа Москвы как туристского направления. При этом мы понимаем, что есть вопросы, которые в меньшей степени зависят от Москвы как субъекта РФ, – это снижение транспортных тарифов и упрощение визовых формальностей.

В рамках создания необходимых элементов инфраструктуры достигнут вполне конкретный прогресс. Создано скоростное и комфортабельное сообщение с аэропортами,

Сейчас по ценам на проживание в трехзвездных отелях Москва занимает 28-е место среди 51 города, по бюджетным путешествиям – 15-е, по дешевизне – 20-е место. За 2010–2012 годы рост по международным прибытиям составил 1,6 млн. Понятно, до половины приезжающих – гости из стран СНГ. Но в последнее время структура турпотока стала смещаться в сторону приезжающих из дальнего зарубежья, а также в сторону туристских поездок по отношению к деловым.

В этом году ситуация начала меняться. Некоторые страны по прибытиям просели. В первую очередь это США (–13%) и Германия (–6%). На 1% снизился поток из Великобритании и Франции.

В то же время Италия прибавила 2%.

т себя безви-
, что еще раз
ю роль играют
развитии миро-
ности, Израиль

и Турция добавили 9% за первое полугодие, а Южная Корея, которая стала безвизовой, – 42%.

В каких условиях в результате приходится работать столичному гостиничному комплексу? Численность размещенных лиц за первое полугодие снизилась на 2% по сравнению с прошлым годом. То же самое происходит с доходами столичного гостиничного комплекса. Я думаю, было бы ошибочно говорить, что это лишь результат введения санкций. Они повлияли на международные турпотоки, но надо сказать, что происходит перераспределение в пользу внутренних турпотоков. По данным первого полугодия, при общем снижении прибытий на 2% сокращение по иностранцам составило 10%. Уже сейчас ясно, что вторая половина года будет гораздо тяжелее.

Второе обстоятельство – это снижение спроса на туристические услуги в целом. Уже в 2013 году мы почувствовали тенденцию замедления спроса. Не будем забывать, что путешествия относятся к высокоэластичным статьям расходов, которые корреспондируют с такими статьями, как автотранспорт и дорогая электроника.

Полная версия журнала доступна
по подписке
на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки
на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

и я не думаю, что кризис их как-то изменит, объекты уже готовы. Так что конкуренция растет.

Какие еще тенденции определяют развитие рынка? Это в том числе и процесс индивидуализации спроса. Российские туристы, которые еще 10–15 лет назад нормально жили в санатории 21 день в одном номере с незнакомым человеком, сейчас сильно изумятся, если им такое предложат, и с ужасом вспомнят, что когда-то это было. Так и с группами – далеко не все хотят маршировать табуном за гидом. Везде развивается бронирование напрямую. Идет развитие индивидуальных сервисов: аудиогиды, мобильные приложения и т. д. – всё, что позволяет путешествовать самостоятельно. Путешественник становится очень

А все эти рынки находятся сейчас, мягко говоря, в депрессивном состоянии. То же самое происходит на рынке выездного туризма.

Еще одним фактором стал рост конкуренции, в том числе за счет развития малых и разноформатных средств размещения. Нас любят сравнивать с Санкт-Петербургом, указывая на большее число туристов в Северной столице. Отмечу: по данным официальной статистики по численности размещавшихся, а по доходности тем более Петербург отставал в два с лишним раза, а сейчас – уже почти в три. Раньше постоянно звучал упрек, что в центре города нельзя остановиться в мини-гостиницах или апартаментах. По этим показателям мы пока до Питера недотянули, но по числу хостелов уже вплотную приблизились. Улучшается ситуация с мини-отелями и сервисными апартаментами.

В рамках подгот
делали доклад,
ровали число т
мещения в Моск
и Сан-Паулу. По
апартаментов М
но качество сер
таментах гораз
300–400 кварти
конкурируют с г
сом, а хостелы к
жетными отелям
стоимости прож
нижняя граница
вания в двух-тре
ски выровнялис

В общей сло
Москомстройинв
объектов совоку
номеров вводите
торые их них уже
тацию, другие, та
на Арбате, откр
время. Это вполн

Полная версия журнала доступна
по подписке
на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки
на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

Нам необходимо расширить бедноватый пока продуктовый ряд. Необходимо развивать пакетные туры в Москву, создавать предложения, от которых нельзя отказаться, расширять линейки продуктов, синхронизировать их с событийным рядом, дифференцировать с точки зрения групп интересов и сосредоточиться на новых географических направлениях, таких как российский рынок, Юго-Восточная Азия, Центральная Америка – те, кто сейчас генерирует рост турпотока гораздо больший, чем Европа.

В качестве примера создания хочу привести продукт компании «Тари тур», – «Московский Weekend» – пример массового, очень демократичного пакета, опро-

е, а потом дей-
на раскручен-
повышать ADR
тели. Но, безус-
пинговой атаки
ешить.
поддерживаем
полностью от-
которых я го-
продукт клиент
ровать не мо-
и таких цен, ни
В то же время
иенту возмож-
ь свои потреб-
ьной програм-
ыбрать базовую
я уже зашита
г выбрать дру-
с этим пакетом
ирокий спектр
орые клиент
самостоятель-
лане гостиниц.

Плюс он может воспользоваться многочисленными бесплатными сервисами. Продукт дифференцирован в зависимости от типов клиентов. Есть вариант семейного предложения на базе мини-отелей с размещением на Маросейке. Цена – меньше 8000 рублей за четыре дня и три ночи для двух взрослых и одного ребенка. Причем это вполне достойный номер в мини-отеле категории «три звезды» в центре города. Есть и другие примеры – для студентов, для молодежи и т. д.

Гостиница может и сама работать в этом направлении: например показать на сайте отеля основные достопримечательности, которые есть неподалеку, сформировать возможную программу. Вполне конкретный пример – новая программа вокруг музеев Московского Кремля, включающая посещение Кремля,

Полная версия журнала доступна
по подписке
на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки
на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

Что касается продвижения: мы не уходим с локальных рынков, но изменяем акцент. Больше обращаем внимания на Китай, Индию и другие развивающиеся рынки. В плане – порядка 30 международных выставок. Наша аудитория под эти продукты в первую очередь российская: это крупные города с высоким платежеспособным спросом, из которых легко добраться до Москвы, – Санкт-Петербург, Нижний Новгород. Кроме того, такие города, как Рязань и Тула, из которых можно добраться на автомобиле. Новые пакеты стимулируют туристов из этих городов переночевать в Москве. В-третьих, это транзитные туристы, которые через Москву едут из регионов за рубеж. Кроме того, это деловые туристы, которым

Исторического музея, Музея архитектуры Москвы, Музея 1812 года, Покровского собора, обед в 57-й столовой в ГУМе. Туристы могут за 300 рублей взять аудиогид, идти по Кремлю и слушать исторические звоны, гимн Российской империи, комментарии известных искусствоведов. В рамках этой же экскурсии можно проехать вокруг Кремля на даблдекере, на корабле флотилии «Рэдиссон» или другом речном теплоходе. Это пример программы уикенда на известном объекте, но в совершенно другом формате. Она может базироваться на индивидуальной программе посещения, а может быть приобретена с помощью «Интуриста».

Важно не забывать про событийный ряд, который можно синхронизировать с турпакетом. Осенью, особенно на выходные, когда город предлагает много бесплатных мероприятий. Пример такого пакета –

«Огни Москвы»
«Ночь музыки»,
катиться на «бу
кольцу, посетить
ночных экскурс
чательный музе

С 10 по 17
«Фестиваль све
ки миллионов
он пока не соби
нас самый крут
сто феерия. Ин
предлагали в г
нием множеств
и Театральная
ная, и Царицы
пруды. Отдельн
делать по пеше
гие гостиницы
средственной
зон. Мы готовы
а отельеры см
только свои гост
тельную экскур
в пределах пеш

Полная версия журнала доступна по подписке на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

ПЕРВЫЙ – В СОЧИ!

С 25 по 28 ноября в Главном медиацентре Сочи состоится Первый Международный туристский форум. Мероприятие проводится под эгидой администрации города Сочи, и его главная особенность – ориентированность на организацию внутреннего и въездного туризма. На своей площадке Форум соберет ведущие санаторно-курортные базы Сочи и России.

В программе Форума:

• **25 ноября** – официальное открытие Форума и выставки.

• **25–26 ноября** – работа выставки «Курорты и туризм. Сезон 2014–2015». Условия участия в выставке.

• **25–26 ноября** – работа конгресса «Внутренний и въездной туризм. Проблемы и перспективы».

• **26–28 ноября** – полномасштабные ознакомительно-обучающие туры по объектам обновленного Сочи. Регистрация на туры.

В экспозиции выставки «Курорты и туризм. Сезон 2014–2015» будут представлены санаторно-курортный комплекс Сочи, гостиницы, базы отдыха, спортивные комплексы, СЕ и достопримечательности города, а также санаторно-курортный потенциал других регионов нашей страны. В рамках ознакомительно-обучающих туров гости мероприятия смогут своими глазами увидеть объекты Горного и Прибрежного кластеров, посетить оздоровительные базы и площадки для деловых мероприятий, достопримечательности Большого Сочи.

Полная версия журнала доступна по подписке на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

БЕЗ САНКЦИЙ КАК БЕЗ ПРЯНИКОВ

Компания «Интерконнект Менеджмент Корпорейшн», лидер рынка MICE, отметила материалы Андрея Алексеева как наиболее яркие среди публикаций отраслевых СМИ. С 2014 года по заявке и при финансовой поддержке «Интерконнект Менеджмент Корпорейшн» для Андрея Алексеева учреждена специализированная рубрика «Золотое перо России».

Interconnect management corporation

Экономич
ничный рын
ка перефо
слишком пр
серьезном

Американц
сами себя в

Картина, в
на гостиничном
всегда, пестрая
гионов ситуаци
устойчивая, но
дах (Москва, Пе
оптимизма она
ка и доходы па
перспективы н
По данным Рос
риндустрии (РС
отелей в Санкт
году (январь–а
сравнению с ан
дом прошлого
большие потер

Полная версия журнала доступна по подписке на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

На гостиничном рынке Москвы случилась еще одна незадача, которая, правда, расстроила лишь наблюдателей, склонных к нервическим реакциям. Закаленных бойцов она, пожалуй, только позабавила. Суть заключается в том, что американская компания Morgans Hotel Group отказалась от управления апарт-отелем на 160 номеров, который здесь и сейчас возводит столичный девелопер Capital Group в многофункциональном комплексе «Око» («Москва-Сити»). Официальных заявлений на этот счет пока еще нет, и вряд ли они когда-либо появятся. Однако все вовлеченные в процесс лица уверены, что главная причина отказа – санкции, введенные против России американцами и их союзниками.

принадлежала предпринимателям из Ливии, которая в те времена (бывают же совпадения!) находилась под санкциями США. Гостиничный сектор они, строго говоря, не затрагивали, но, как рассказали мне кулуарно участники тех событий, Госдеп США «не рекомендовал» (пожелания были устными) любому американскому бизнесу соприкасаться даже вскользь с ливийскими деньгами. Вот поэтому-то Sheraton и ушел. По официальной версии – истек срок контракта. На самом деле – потому что «не рекомендовали». И где тогда, возникает вопрос, господствует командно-административная система? Не в самой ли демократичной стране мира?

Что касается питерского отеля «Коринтия Санкт-Петербург», то он

и здравствует
екте. Мальтий-
Шератона» ста-
ельцами, но и
ей гостиницей
от с «двойным
aton оказался
ер-офицерской
а себя высекла.
ть вполне точ-
американцев
таких случаях
ешок с возу –

Наш ответ Керзону

В одном из эпизодов романа «Золотой теленок» жители городка N, готовясь к встрече с участниками автопробега, находят «подобающий случаю» плакат: «Не боимся буржуазного звона, ответим на ультиматум Керзона». Это, если кто не знает, вполне реальный лозунг начала 1920-х годов. Уже по окончании революции в течение многих лет наиболее влиятельные страны мира не признавали законность существования Советского Союза. А главный тогдашний «ястреб» лорд Керзон, занимавший пост министра иностранных дел Великобритании, громче других призывал наказать СССР. Или, выражаясь сегодняшним языком, ввести разнообразные драконовские санкции. Этот казус вошел в историю дипломатии как «ультиматум Керзона», который в конце концов потерпел фиаско. В конце 1920-х в Англии обострилась внутриэкономическая ситуация, а лорд Керзон, мир праху его, испустил дух. О санкциях быстро забыли, и между Советским Союзом и Великобританией были установлены дипломатические отношения. Сегодня, спустя почти 90 лет, ситуация возвращается на круги своя. Значит, впору

Полная версия журнала доступна по подписке на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

Реально существовавшая карикатура «Большевики пишут ответ Керзону». «Красный перец», 1923, № 6, с.7. Изображены: Будённый, Рыков, С. Каменев, Калинин, Радек, Красин, Бухарин, Л.Каменев, Чичерин, Троцкий, Раковский, Демьян Бедный, Литвинов, Сталин, Зиновьев

подумать о новом ответе Керзону. И кое-кто на гостиничном рынке уже ответил.

Пожалуй, самое остроумное решение нашли отельеры из Калужской области. Руководство гостиничного комплекса «Триумф Отель» ★★★★ (Обнинск) сделало сногсшибательный маркетинговый ход, введя в отеле 10%-ную скидку на проживание граждан из США, ЕС, Австралии и Украины. Как раз тех стран, которые более других склонны к конфронтации с Россией. «Добро победит зло» – так называется необычное предложение от обнинцев, действующее с 10.09.2014 до полного окончания санкций. «Мы должны демонстрировать искреннее дружелюбие, гостеприимство ко всем нашим гостям, и особенно к тем, кто, возможно, опасается неприветливого приема», – говорит генеральный директор «Триумф Отеля» Владимир Беребесов.

Невооруженному глазу заметно, что санкционные перипетии заметно активизировали маркетологов и консультантов. Они, в частности, советуют создавать мобильные версии сайта, акцентировать внимание на вторичных продажах, улучшать работу с лояльными клиентами, побуждать гостей оставлять отзывы на порталах Booking.com или Tripadvisor.com...

Взгляд на Восток

Все перечисленные выше меры, безусловно, полезны, но носят, если так можно сказать, «общечеловеческий характер», поскольку их можно рекомендовать любому отельеру, вне зависимости от места его проживания и времени действия. Мы же оказались здесь и

сейчас в специфической ситуации, когда турпоток из Европы, США, Австралии и Канады сокращается из-за ухудшения имиджа РФ в этих регионах. Полу
нично-туристич
заложником б
Впрочем, нет ху
мистам будет г
что более поло
ного шара по-п
к нашей стране
с искренним лю

Смещение а
ней политике Р
новому взгляну
дию и Корею, ко
очередь – на К
лиардным насе
менно со стрем
нием КНР в гру
лидеров замет
вень благосост
Повлекший, в
виданный расц
отрасли. Не все
знают, что в с
миллионеров г
в России. И бре

больше. Открыв сайт любой международной гостиничной корпорации в разделе «грядущие открытия», вы непременно натолкнетесь на гости-

Полная версия журнала доступна по подписке на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

столкнуться с отголосками этих сражений лет семь-восемь назад, беседуя с отельерами из Португалии. Они ненадолго приезжали

встречи, чтобы осознать огромную важность китайского рынка.

Разумно ли мы его до сих пор использовали? Увы, не очень. Об
им статистиче-
первом полу-
Ф, по данным
около 500 тыс.
туристов при-
– 135 тыс. За
вое полугодие)
тыс. немецких
американских,
их. Наверно, вы
уда подевались
которые «не ту-
. Большинство
ибыли в РФ по
а учебу. В то же
аждане из Под-
агать, бесслед-
бъятных отече-
. Но вернемся
тыс. туристов
о, немалая, но
ал рынка Под-
ает ее с лихвой.
в первую оче-
зоры китайцы?

Полная версия журнала доступна по подписке на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

Какие зарубежные страны зовут их в поход? Прежде всего – Южная Корея. Среди самых востребованных стран значатся также Таиланд, США и Япония. А вот Россия в списке предпочтений занимает скромную девятую строчку.

«Дружелюбная» аттестация

Понятно, что под лежачий камень вода не течет. Осознание значимости китайского рынка хоть и с опозданием, но все же пришло. Право слово, как тут, вспомнив народную мудрость, не воскликнуть: без санкций – как без пряников! Справедливости ради заметим, что некоторые шаги в восточном направлении все-таки сделаны. И сделаны они загодя. Уже несколько лет действует безвизовый режим для китайских туристических групп. Их участники охотно посещают приграничные области, Алтай, озеро Байкал, Москву, Санкт-Петербург, города «Золотого кольца». По словам советника посольства РФ в КНР Евгения Томихина, одним из самых перспективных направлений для китайцев в ближайшее время может стать Крым. Представители властных структур и участники гостинично-туристического бизнеса РФ по мере сил и возможностей участвуют в выставках, проходящих в Поднебесной. На днях они, кстати говоря, побывали на крупном международном форуме China International Travel Mart (CITM), который прошел с 13 по 16 ноября в Шанхае.

Что касается «родных осин», то на исходе лета туристическая ассоциация «Мир без границ» запустила многообещающий проект China Friendly. Он реализуется при

поддержке Федерального агентства по туризму, Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы, Государственного управления по делам туризма КНР. Участники проекта – отели, рестораны, магазины, музеи – обязуются создать в своих стенах условия максимальной лояльности гостям из Китая. Что требуется от отелей? Прежде всего приготовление «китайского» завтрака (отварные яйца, рисовая каша, курица, овощи), бесплатный Wi-Fi в номере, дополненный китайскими телеканалами, а также возможность расплатиться за гостиничные услуги национальными картами China UnionPay. Бесспорным преимуществом отеля будет присутствие в штате персонала, говорящего по-китайски. Первые отели, аттестованные как China Friendly, в России уже появились. Раньше других подсуетились москвичи. Добровольную аттестацию по программе China Friendly прошли столичные гостиницы «Альфа», «Аэростар» и «Метрополь». На подходе – «Гамма-Дельта» и Crown Plaza. Наряду с российской ассоциацией «Мир без границ» существует «родная» – китайская компания Welcome Chinese Corporation, проводящая в содружестве с Китайской туристической академией официальную сертификацию гостиниц, которая называется Welcome Chinese. Созданная в прошлом году, она предъявляет к средствам размещения требования, похожие на те, что существуют в арсенале «Мира без границ». Интересно, что гостиницы, действующие по системе Welcome Chinese, в России тоже есть. Только не в Москве, а в Санкт-Петербурге. Это «Братья Карамазовы» и «Золотой Треугольник». Благодаря присоединению к проекту Welcome Chinese они получили возможность быть представленными на популярном портале hychinese.com.cn и опосредованно присутствовать на профильных китайских ярмарках и роудшоу.

Полная версия журнала доступна
по подписке
на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки
на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

Принять и понять

Китайские туристы, хотим мы того или нет, будут с каждым годом активнее осваивать земной шар. И, конечно, Россию. Это глобальный тренд, к которому изменчивые санкции отношения не имеют. К встрече с китайцами надо готовиться. Одно дело принять, другое – понять. Учитывая, что они очень щепетильно относятся к тому, как их воспринимают в мире. В западном сообществе между тем существует устойчивый стереотип, утверждающий, что китайские туристы плохо воспитаны. Им приписывают привычку беспрестанно сплевывать. В буквальном смысле слова. Плевать под ноги и через плечо, вперед и в сторону. Плевать куда глаза глядят. Бывает, окружаю-

ют подростков, которые удумали перещеголять друг друга бесшабашной игривостью. Во время посадки в вагон они обязательно удерживают закрывающиеся двери идаясь проник- пик!) всех своих ленной группе. скивающиеся в пытаются тот- поручни. Полу- ень, потому что остав набирает но подуставшие борцы, грузно зарищей. Или – д рукой не ока- рнувшихся под всех остальных вые номера вы- бешеного весе- ели вагона тем ствуют. Но осо- сердце, не сер- китайцев с еле будто давая по- уйтесь, ведите квичей снисхо- на, скорее все-го, тем, что китайцы напоминают нас самих на отдыхе. Только пятнадцатилетней давности. Кстати говоря, международный «туристический стаж» у нас тоже примерно одинаковый. Впервые китайское руководство позволило своим гражданам выезжать за границу (для разминки, только в Гонконг) в 1983 году. Двери распахнулись шире в 1991 году, когда разрешенными стали Малайзия, Сингапур, Таиланд. Спустя шесть лет, в 1997-м, туристический железный занавес пал окончательно, и китайцы стали путешествовать по всему миру. Как и мы. Отсюда – большое сходство в поведении. Отсюда – как поется в старинном шлягере – «русский с китайцем – братья навек».

Полная версия журнала доступна
по подписке
на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки
на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

Спонсор рубрики
«Золотое перо России»
компания «Интерконнект
Менеджмент Корпорейшн»

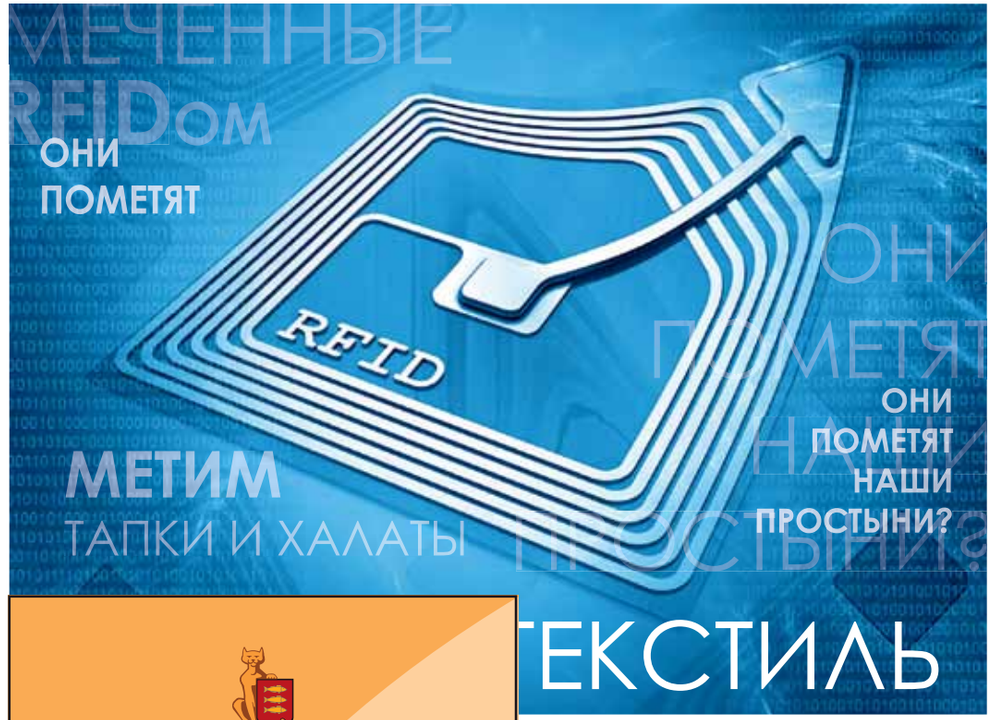
Interconnect
management
corporation

Комфорт не бывает случайным

ПЕРВЫЙ КЛУБ ПРОФЕССИОНАЛОВ ГОСТЕПРИИМСТВА
FIRST CLUB FOR HOSPITALITY PROFESSIONALS

115088, Россия, Москва,
Ул. Шарикоподшипниковская, 13
Тел/Факс: +7 (495) 662 33 63
Моб.: +7 (915) 023 1718
info@comfortprofi.ru
www.comfortprofi.ru

Информационный партнер — Медиадом «Планета Отелей»



Полная версия журнала доступна
по подписке
на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки
на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

остиницам и прачечным. Цепочка обо-рота текстиля становится прозрачной, что позволяет заметно сократить ре-верв в отелях. Также процесс прием-ки-передачи изделий в значительной степени может быть автоматизирован, что уменьшает временные затраты. По крайней мере так утверждает Ста-нислав Златоустовский.

алатов. Каким ть число сти-анного халата остояние соот-ужбы в отеле? й главный во-льно отвечает е в производ-и несет за него

Отдельная задача, которую приходится решать гостиницам, – это контроль над оборотом и использованием униформы. Если штат небольшой, она решается довольно просто – доверие между сотрудниками и журнал регистрации. А если в отеле работает много сотрудников да еще часть из них выполняют отдельные подрядные функции,

то есть приходят «со стороны» на определенное время? В этой ситуации комплектов униформы для горничных и официантов требуется много, и без использования современных технологий обеспечить должный контроль весьма сложно.

До недавнего времени данная задача казалась практически невыполнимой. Однако технологии не стоят на месте, и отрасли была предложена перспективная разработка. Речь идет о технологии радиочастотной идентификации, или RFID (Radio Frequency Identification). На белье и униформу пришиваются специальные радиометки, оптимально – еще на этапе пошива самих изделий, что освобождает отель от необходимости проделывать рутинные швейные процедуры. Каждая метка содержит специальный чип, в котором уже прошит

уникальный идентификатор. Именно он позволяет безошибочно «узнавать» каждое текстильное изделие. Технология в значительной степени напоминает использование традиционного метода штрихового кодирования, но в то же время имеет ряд принципиальных отличий. Во-первых, метке не требуется находиться в прямой видимости, специальное устройство считает

сбора данных (ТСД), выпускаемые в настоящее время, могут поддерживать обе технологии: радиочастотной идентификации и штриховой. Но дальнейшее определение изделий в будничном обороте в случае со штрихкодом становится весьма затратным, так как требует ручной идентификации каждого текстиля.

Эксперты уверены, что будущее

информацию с
но, и через нес
Возможно груп
идентификатор
займет всего
Во-вторых, как
использования
кодами, уже по
рок штриховая
формироваться
становится зача
ным. В-третьих,

Наша справ

Станислав Зл
портала RFID Ex
стотной идентиф
чественный инф
отрасли способо
с использовани
сти бизнес-проц

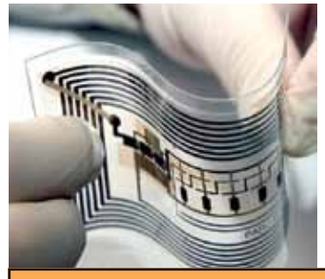
Полная версия журнала доступна
по подписке
на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки
на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

был получен, кому был выдан, дату, время и место операции (место определяется расположением контрольной точки и ее регистрации в системе. – Прим. автора).

Например, в гостинице срок оборота текстильных изделий составляет четыре дня: от момента выдачи чистого белья из прачечной до возврата грязного. Получив отчет о невозвращенных в срок

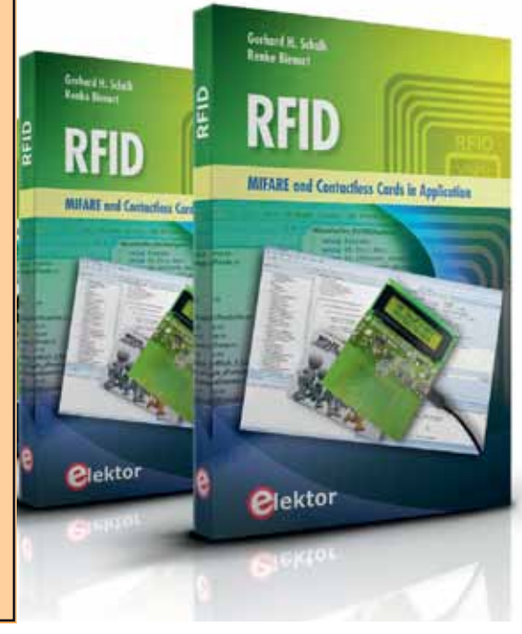


щика изделия, дату поставки или номер заказа.

Данную технологию можно полноценно использовать в гостиничной прачечной, а также в случае использования арендного текстиля. К тому же RFID позволяет реализовать две важные функции: предотвращать внутренние кражи и обеспечивать качественный контроль при передаче текстиля на внешнее обслуживание. В первом случае сам факт наличия данной системы уже является серьезным препятствием для краж. Во втором случае процесс приемки-сдачи изделий позволяет производить их пересчет в автоматическом режиме, значительно сокращая временные затраты. Например, приемка или сдача пары тысяч грязных полотенец вместе с оформ- занимает всего

Несколько слов относительно надежности технологии – специальные текстильные радиочастотные метки изначально создавались с учетом работы в прачечных. Как показывают испытания, они реально выдерживают до 400 стирок при отжиме пресс-экстрактором при давлении 50 бар, сушку в барабане или гладильной машиной.

По оценкам экспертов, только в Европе на сегодня в обороте находятся свыше 80 миллионов маркированных такими метками изделий. Таким образом, можно сделать вывод о том, что будущее за синергией стандартных процессов стирки и обработки белья, а также спецодежды и современных информационных технологий, которые позволяют добиваться более экономного владения и использования оборотного текстиля.



Полная версия журнала доступна
по подписке
на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки
на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

НЕФОРМАЛЬНЫЙ **КЛУБ ОТЕЛЬЕРОВ**

Мысли о единении профессионалов-гостиничников давно будоражат умы и амбиции как самих отельеров, так и окологостиничного сообщества. И действительно, плюсов у такого объединения масса. Здесь и внутриотраслевая информация из перв… щадка для обмена опытом, и оператив… поступающие на рынок оборудование… и мощнейший кадровый резерв.

Новой попыткой объединить сообщество стала первая неформальная встреча отельеров Москвы, инициаторами которой выступили Константин Артемьев (отель SkyPoint Sheremetyevo) и Андрей Михалец (гостиница «Аструс» (ЦДТ)). Формат оказался удачным – спустя 20 дней после первой прошла вторая подобная встреча, на 20 ноября запланирована третья.

Похоже, что подобный формат будет востребован не только в столице: например, созданный в Минске «Клуб отельеров Беларуси» на свою вторую встречу пригласил Константина Артемьева, и она про-

Полная версия журнала доступна
по подписке
на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки
на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

Андрей Михалец:

Это кейс-клуб для руководителей отдела продаж и руководителей гостиниц, пока что в Москве. Организационно-правовой формы у нашего клуба нет и не планируется, нет никаких членских взносов или обязательств – это не коммерческая история.

Сейчас, под конец года, мы проводим уже третье мероприятие. В нашей группе в «Фейсбуке» более 200 человек, в среднем на вечер приходит 25–30 гостиничников. Этого достаточно для того, чтобы сделать дискуссию живой, чтобы все могли и услышать других и быть услышаны сами.

Для каждой встречи мы выбираем три темы. На предыдущем мероприятии обсуждались гостиничные CRM, достижение паритета цен при работе с разными каналами продаж и сложности подбора персонала. На следующем – заявлены анализ окупаемости вложений в рекламу в Интернете: как складывается

ПОЧЕМУ
ОН НЕ РАБОТАЕТ?

Полная версия журнала доступна
по подписке
на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки
на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

…ительно доказано: сайт для отеля – клю… может и должен эффективно работать. …ьзя оправдаться, что Интернет – фантом… …тика показывает: всего за полгода воз… …ти сайта и четырехкратный рост продаж. … приносить прибыль, нужно выявить его …го сделать – рассказывает Сергей Скор… …компании Will Digital Agency.

…юбого раздела. …нты и типичные …тить внимание …ного сайта?

…стая структура.

…меню будет ви… …половины поль… …ески все разде… …ступны в один …ить правильную …ажные и второ…

Нелогичное размещение подразделов.

Система расположения уровней должна опираться на логику пользователя. Хороший пример: номера отеля – разделение по количеству проживающих – по стоимости.

Плохой пример: номера отелей – тарифы – отзывы. Не надо запутывать людей непонятными переходами от одной темы к другой.

Невнятные названия разделов.

Лучше называть все своими именами, причем общепризнанными. В погоне за оригинальностью может быть потерян смысл и логика, по крайней мере для пользователя. Сайт одного нашего клиента направлял людей на Путевку-1 и Путевку-2. Конечно, не стоило удивляться, что процент отказов зашкаливал – гости не понимали, что они найдут за таинственными путевками, тогда как нужно было просто рассказать о номерном фонде гостиницы.

Удобная форма бронирования.

Сайт отеля должен придерживаться концепции интернет-магазина: возможность покупки должна быть на всех страницах, в любой точке сайта. Вы говорите: «У нас есть номер люкс» – сделайте кнопку «Забронировать» тут же. Вы говорите: «У нас классный шеф-повар в ресторане» – кнопка «Заказать столик». Вы говорите: «У нас оборудованный спортзал» – кнопка «Забронировать» номер в удобном, продуманном отеле. Главное правило – человек, принявший решение в вашу пользу, не должен искать, как вам об этом сказать, надо дать ему шанс такое решение реализовать немедленно.

Интуитивный дизайн.

За секунду гость сайта должен понять, о чем ему хотят рассказать. Отель показывает свои преимущества, предложения и акции. Это не сказка, ответственный дизайн в состоянии решить такую сложную задачу. Все элементы, блоки, шрифты, цвета должны говорить человеку об атмосфере в гостинице – ведь это самое главное в проживании.

К тому же по оформлению клиент подсознательно делает свои первые выводы по позиционированию отеля на уровнях дорого–демократично. Бывает, что хостел выбирает такие дизайнерские решения, которые подошли бы скорее классическому городскому отелю с мебелью в стиле барокко. Это ставит гостя в тупик, и он с большой долей вероятности уйдет с сайта.

Фотографии.

Нами выявлена четкая закономерность: лучше фотоконтент – выше конверсия. Поэтому экономия на фотосессии может обернуться нулевыми результатами сайта, а значит отсутствием прибыли. Какая же это экономия?

Улучшение только перечисленных составляющих сайта дает мощный толчок в увеличении конверсии. Поделимся результатами нашей работы над структурой одного из отельных сайтов:

- увеличение трафика на сайт более чем на 20%;
- уход с главной страницы снизился на 15%;
- уход с внутренних страниц снизился на 25%;
- на 28% больше времени проводят на сайте и просматривают на 27% больше страниц.

Что еще можно порекомендовать? Зовите людей на свой сайт. Настраивайте целый комплекс способов привлечения людей на сайт. Так результат будет в разы лучше. Используйте все возможные источники пользователей:

- контекстная реклама в «Яндексе» и Google;
- поисковое продвижение в «Яндексе» и Google. Найдите свои форматы и запросы, которые будут приводить на ваш сайт максимум возможного трафика. Комплексное использование нескольких источников трафика дает реальную эффективность, если постоянно анализировать процесс и оперативно вносить в него позитивные изменения.

Мобильные снова побеждают.

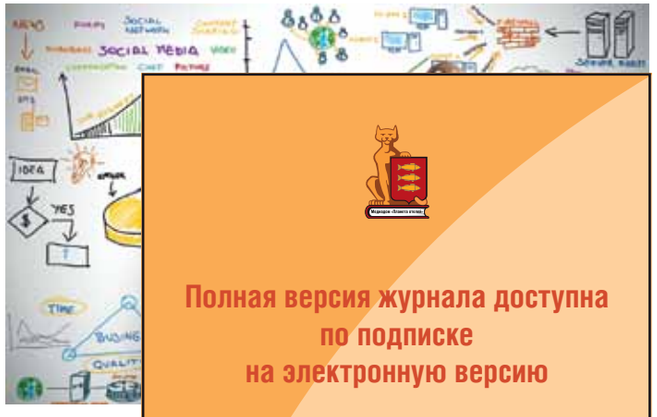
На данный момент около 30% людей заходят на сайты гостиниц с мобильных устройств. Учитывая специфику отображения информации на экранах смартфонов, эргономичность их клавиатуры, скорость мобильного Интернета, надо понимать, что для этой части (треть!) пользователей нужно предусмотреть специ- ию сайта.

ь две возмож- я верстка или отдельно соз- рый переходят кликнули на она или план- бка для сайта ие какого-либо енных.

Обычный сайт, если на него зайти с мобильника, будет съезжать и съеживаться, передавать фотографии в неправильном формате, а шрифты – не в том размере. Листать его крайне неудобно, переходить по разделам – тоже. Это может делать только очень заинтересованный человек, например у которого просто нет выбора. Но надеяться на такого клиента – не самая лучшая стратегия бизнеса.

К тому же не приспособленные к мобильному устройству системы бронирования будут очень тяжелы, замедлят загрузку страницы и в конечном счете отобьют желание клиента приезжать в отель.

С каждым днем изобретают новые устройства, смартфоны меняются – очень сложно сделать современную мобильную версию, которая морально не устареет достаточно долгое время. Поэтому, если сайт делают с нуля, рекомендуем воспользоваться адаптивной версткой, она более гибкая, подходит под большинство устройств с Интернетом. Если сайт уже есть, создавайте мобильную версию – это единственно верное решение.



Как увеличить конверсию формы?

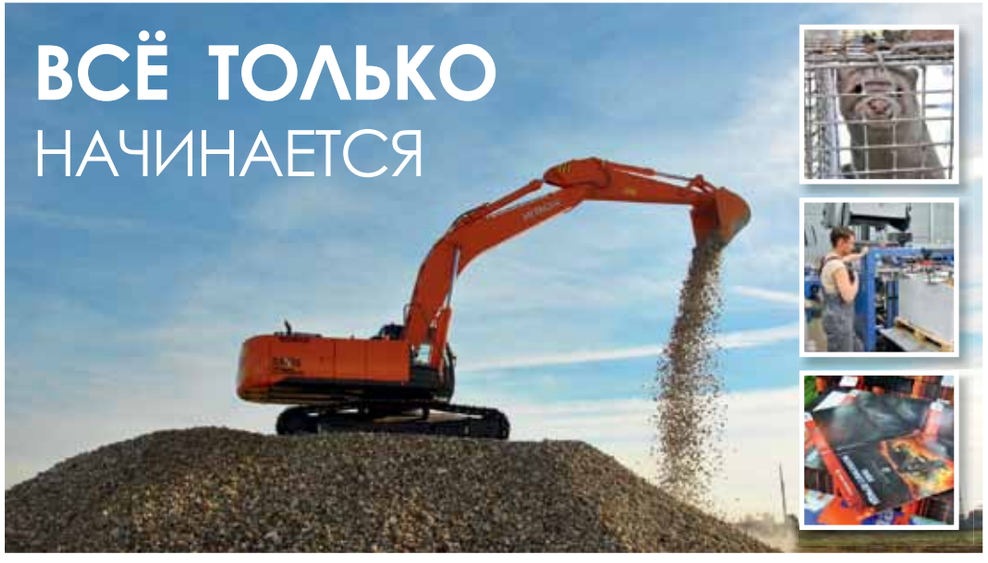
Одна из важнейших характеристик в интернет-маркетинге – конверсия. Это отношение числа посетителей сайта, выполнивших на нем какие-либо целевые действия (в нашем случае – бронирование), к общему числу посетителей, выраженное в процентах. Как ее увеличить? Упростить до минимума форму бронирования, убрать регистрацию и отвлекающие блоки, уменьшить количество полей, оставить самое необходимое, разместить форму на всех страницах сайта, мотивировать на действия.

Полная версия журнала доступна по подписке на электронную версию

Перейти на страницу подписки http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки на электронную версию http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

ВСЁ ТОЛЬКО НАЧИНАЕТСЯ



Для туристов вопрос «Куда поехать и что нового можно увидеть?» всегда актуален. Причем
тивно познавать Россию,
предложить? Тверская обл
с интересной новацией в
действует ряд современны
рес с многих ракурсов. Н
насколько сами предприят
постоянном режиме, разби

За рубежом промышленный туризм – уже дано не новинка. Многие предприятия и даже целые регионы поняли, что это если не золотая, то хорошая серебряная жила на туристической ниве. Зарабатывать на интересе любознательных путешественников к особенностям национального производства – можно и нужно. Конечно, впереди с большим отрывом идут аграрные предприятия и пищевые компании. Гастрономические, сырные, винные туры – пожалуйста, выбирай на свой вкус. Например, в Швейцарии некоторые шоколадные фабрики продума-

ли до мелочей п
производства. М
мент зайти на ф
и попутешествов
в формате «за
работникам фаб
передвигаешься
городкой и узна
ной выделки. А н
продукцию, есте
в магазинчик при

В России к г
ризму по боль
присматривают
несколько лет
без турникетов

Полная версия журнала доступна по подписке на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

Но насколько сами предприятия готовы открывать свои двери навстречу туристам? Одно дело провести деловую презентацию или разово пригласить журналистов для осмотра промышленных достопримечательностей. Но совсем другое – постоянно работать в формате «турист на производстве». Сразу стоить сказать, что пока к последнему варианту компании не готовы. Хотя в ходе пресс-тура, организованного администрацией Калининского района Тверской области, журналистам действительно представили интересные предприятия.

Во-первых, это типография нового поколения «Парето-принт». Отменное качество печати, современное оборудование и квалифицированный персонал позволили компании всего

Paulig построила кофеобжарочный завод в Тверской области в 2011 году. Производственная мощность предприятия – 6 млн килограммов в год, или 12 млн упаковок. На заводе есть удобный зал

а и само про-
без сомнения,
любознатель-
руководство
о задумывает-
движении ком-
ии.
во продукции,
ологии, отлич-
ная культура –
заводу Hitachi,
азместился в
не. У холдин-
по развитию
но первенцем
изводству гу-
аторов, кото-
требованы на
нке. На пред-
ески проводят
как отмечает
тся в деловом
нацелены на
и подготовку

Завод шведской компании SKF, специализирующийся на производстве подшипников для железнодорожной отрасли, также можно отнести к компаниям полузакрытого формата. Иными словами, экскурсии на нем возможны, но там тяготеют к деловым встречам.

Наконец, еще одно предприятие района – зверохозяйство «Мермерины». На нем выращивают симпатичных «пушистиков» – хорьков и норок, шкурки которых потом идут на шубки и воротнички. Запускать туристов к зверькам особо не стоит – все же весьма специфический производственный процесс. А вот познакомить гостей с конечной продукцией – вполне возможно. Она красива и притягательна, особенно для прекрасной половины человечества.

Впрочем, Тверская область на первой партии предприятий, судя по всему, не остановится. Губернатор региона Андрей Шевелев рассказал, что в области находится еще много интересных предприятий в самых различных отраслях, а развитию туризма, в том числе и промышленного, лично он намерен уделять самое пристальное внимание.

Полная версия журнала доступна по подписке на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

«Недоросли»
кто виноват

Наверное, многие руков
тот или иной сотрудник пр
ля» Фонвизина. А иной и во
какой, и уволить по каким-
трудники появляются в ко
д. э. н., профессор Натали

Полная версия журнала доступна
по подписке
на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки
на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

«Недоросль»
как роль всей жизни

В классификации сотрудников, изложенной Джеффри Фоксом (Фокс Джеффри. Как стать первоклассным руководителем. Правила привлечения и удержания лучших специалистов. М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. – *Прим. автора*), «недоросли» – это работники, которые либо не способны, либо не хотят развивать свои навыки, квалификацию и урове
сознания до уст
ной гостинице д
должности.

Дж. Фокс при
ный расчет врем
уделять сотрудн
раетесь тратить
планирование,
руководство по
часа необходим
из них, 12 – пе

имея небольшой опыт работы в гостиничном бизнесе (ранее три года работала бухгалтером в торговой компании), постоянно обращалась к своему руководителю за помощью. Каждый раз она начинала с того, что у них в торговой компании учет был организован совершенно по-другому, а здесь, в гостиничном бизнесе, такая специфика, что ей обязательно надо получить совет. Руководитель первое время был рад помочь, но затем понял, что подчиненная обращается за помощью даже в тех случаях, которые совершенно ясно прописаны в действующих нормативных актах, и никакая специфика гостиничного бизнеса на них не влияет. Как выяснилось, Светлана действительно не знала многих вопросов бухгалтерского учета, а на предыдущем месте

К категории «балласт» относительно близки сотрудники, причисляемые к так называемому «офисному планктону». В нашей стране это понятие, обозначающее группу мелких офисных служащих, так называемых «манагеров», стало широко использоваться с началом кризиса 2008 года. Эти сотрудники особенно не утруждают себя даже тем, чтобы изображать видимость работы, и на вопрос «Что делаешь?» честно отвечают: «Сижу на работе». И это совершенно верно, так как ответ «Работаю» был бы неправдой.

В малом и среднем гостиничном
рубль на счету,
ько ниже, а вот
уровень может
лектива. В эту же
дят дети «полез-
нники собствен-
акомых и т. д.

Полная версия журнала доступна
по подписке
на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки
на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

В отношении балласта трудно применять материальные или нематериальные стимулы. Часто в эту категорию сотрудников попадают те, кто по тем или иным причинам имеет карту мотиваторов, отличную от того, что предлагается в виде стимулов в данной гостинице. Поэтому можно посоветовать руководителю создать в отделе такие условия, когда коллектив сам будет «выталкивать» подобных сотрудников, то есть запустить механизм «мобинга».

Например, в отдел маркетинга и продаж одной гостиницы пришла новая молодая сотрудница Елена из довольно обеспеченной семьи, имеющей в собственности несколько объектов ресторанного бизнеса. Большого интереса к работе сотрудница не проявляла. План работ не выполняла, и то, что она получала меньше всех в отделе, ее совершенно не смущало, так как размер зарплаты для нее не имел значения. Тогда руководитель гостиницы всего лишь изменил график обеда сотрудников:

если раньше перерыв был с 12 до 13 часов, то теперь в это время стали обедать сотрудники подразделения, выполнявшего плановые задания, а отдел маркетинга и продаж стал обедать с 14 до 15 часов. Менеджеров это положение не устраивало: приходилось дольше ждать обеда, да и ассортимент был гораздо меньше, чем с 12 до 13 часов. В итоге сами сотрудники сначала стали пытаться помогать Елене, но, видя тщетность этих попыток, просто начали «выдавливать» ее из коллектива, создавая некомфортные условия труда. В итоге Елена уволилась сама. Что немаловажно в этой ситуации – руководитель как будто и не повлиял на эту ситуацию, а работники проявили единство, что их еще больше сплотило.

Люмпены и патриоты

Чаще всего балласт имеет люмпенский тип мотивации (термин впервые введен В.И. Герчиковым, доктором социологических наук, профессором, разработавшим одноименную теорию мотивации. – *Прим. автора*). По сути, это означает отсутствие мотивации вообще. Это сотрудники, которые работают по инерции, потому что так надо или потому что вынуждены отсиживать время на этой работе по какой-либо причине. Характерная особенность такой личности только одна: выбора кнут или пряник для них не существует. Они понимают только кнут. Поэтому в отношении них так эффективна штрафная система. Если их штрафовать за всё – от опозданий до недочетов в работе, – можно добиться неплохого качества. Но стоит уменьшить давление, качество тут же упадет.

Прежде чем избавляться от балласта, следует понять, какую пользу можно извлечь из каждого сотрудника, относящегося к этой категории. Так, если сотрудник имеет патриотический тип мотивации, по теории В.И. Герчикова, то это можно использовать в работе с новичками. Патриоты – это тусовщики, люди, для которых работа удовлетворяет потребности в социализации. Для них самое важное – коллектив или организация, а не работа сама по себе («все бы хорошо, если б не работать»,

вариант: «если
партнеры…» и
они готовы на в
тать? У «патриот
ция, потому что
удовлетворены
вылететь из о
интересует их о
меньше, чем
соваться с колл
эффективны в
боте, например
корпоратива.
когда «патриот»
стве корпорат
отца. Любой мо
каться в жилет

по сути, психологическую помощь. «Патриота» можно использовать в качестве неформального источника информации или проводника идей. Через него также можно воздействовать на коллектив, обучать новичков правилам, принятым в компании.

Так, знаю одну малую гостиницу, в которой один из сотрудников службы приема и размещения был таким «патриотом». Ему до всего было дело, он старался пообщаться с каждым новичком, обучить его правилам, принятым в гостинице, рассказать о традициях и ритуалах. При этом как сотрудник своей службы большими достижениями он не отличался.

Уволить нельзя оставить

Полная версия журнала доступна
по подписке
на электронную версию

Перейти на страницу подписки
http://www.hotelsinfoclub.ru/subscribe.html)

Получить счет-оферту подписки
на электронную версию
http://www.hotelsinfoclub.ru/assets/images/comp_news/cheel.jpg)

EXPERT
EXHIBITION COMPANY

HoReCa Expo Ural
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННАЯ ВЫСТАВКА ИНДУСТРИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ И ГОСТЕПРИИМСТВА

3-5 марта 2015,
МВЦ «Екатеринбург-ЭКСПО»

В программе мероприятий:
I открытый чемпионат Урала по хлебопечению
Гастрономические мастер-классы
Тренинги от ведущих специалистов
Семинары, конференции, круглые столы
и многое другое.

Выставочная компания «Эксперт»
Адрес: 620144, г.Екатеринбург, ул. Московская 195, офис 735
Телефон/факс: +7 (343) 384-85-85, e-mail: expert@expo96.com, www.expo96.com