№1–2 январь–февраль 2014
www.5stars-mag.ru

гостиничный бизнес

Пять звезд

12+

14 **Сочи**
Что после Олимпиады?

29 **Аутсорсинг**
Как выбирать провайдера?

41 **Инвестиции**
Будет рекорд?

Александр Валентинов: Отели «Турист» и «Бизнес-Турист» переживают второе рождение

Турбизнес

profi + travel

world travel market

wtm vision conference

Москва 9 апреля
Сан-Пауло 24 апреля
Кейптаун 2 мая
Дубай 6 мая
Шанхай 8 мая

Подробности и регистрация
www.wtm-vision.ru

Ведущая международная туристическая выставка World Travel Market (Великобритания), ИД «Турбизнес» и компания Profi. Travel проводят третью практическую конференцию WTM Vision. Каждый год конференции WTM Vision собирают в разных странах мира ведущих экспертов для обсуждения проблем туристической индустрии.

В программе конференции:
• рынок онлайн-бронирований: глобальные тренды
• B2B и B2C онлайн-маркетинг как эффективный инструмент продвижения
• как увеличить продажи от присутствия в social media

Место проведения: гостиница Golden Ring
Зал «Ярославль»

Время работы:
9 апреля 9:00-13:15

Регистрация для участия в конференции обязательна

При поддержке
ОНТОР Россия

гостиничный бизнес
Пять звезд

«Пять звезд. Гостиничный бизнес» № 1–2 2014 г.

Главный редактор Элеонора Арефьева
e.arefyeva@tourbus.ru

Над номером работали: Татьяна Белоножкина
Ксения Галина
Александра Загер
Наталия Зайцева
Константин Исааков
Надежда Калистратова
Иван Пелевин
Ольга Помелова
Никита Савояров

Отпечатано в России
Тираж 5000 экз.

Редакция журнала «Пять звезд. Гостиничный бизнес»

Адрес редакции: Москва, Суворовская пл., д. 2, стр. 3
Почтовый адрес: 107031, Москва, а/я 32
Тел./факс: (495) 723 72 72
E-mail: 5stars@tourbus.ru
Интернет: www.5stars-mag.ru

Журнал зарегистрирован в Федеральной службе по надзору за соблюдением законодательства в сфере массовых коммуникаций и охране культурного наследия. Свидетельство о регистрации ПИ № ФС77-139789 от 30.04.2010 г.

Редакция не несет ответственности за достоверность информации, содержащейся в рекламных объявлениях. При использовании материалов ссылка на журнал «Пять звезд. Гостиничный бизнес» обязательна.

Учредитель ООО «Турбизнес»
Издатель ООО ИД «Турбизнес»

Турбизнес
издательский дом с 1997 г.

Генеральный директор ИД «Турбизнес» Иван Калашников
Исполнительный директор Ольга Мальцева
Заместители генерального директора Елена Борисова, Александр Попов
Директор по рекламе Ольга Гришина
o.grishina@tourbus.ru
Отдел рекламы Анастасия Пшеничная
reclama@tourbus.ru
Отдел информации и распространения Лариса Тарасюк
l.tarasyuk@tourbus.ru,
Лариса Лаврова
Отдел workshop Людмила Сивова, Елена Архипова, Кристина Сивова, Евгения Шуманская
workshop@tourbus.ru

Турбизнес Travel Trade Russia
Турбизнес на Северо-Западе
BusinessTravel
destinations Турбизнес

© ООО ИД «Турбизнес»

СОДЕРЖАНИЕ

2-9 **В РОССИИ**

10-12 **ЛИЧНОСТЬ И БИЗНЕС**
Александр Валентинов: Отели «Турист» и «Бизнес-Турист» переживают второе рождение

14-17 **ОБЗОР РЫНКА**
Сочи: как отельеры готовились к Олимпиаде?

ОТЕЛЬ
18-20 В новичках — только отели luxury
22-23 Трудно быть хостельером
24-25 Мировая премьера: «смарт-мероприятия» от Park Inn by Radisson

СТРОИМ ОТЕЛЬ
26-28 Закон экономии энергии
29-31 Без «чужих» не обойтись?

32-35 **УПРАВЛЕНИЕ ПЕРСОНАЛОМ**
Найти и удержать

36 **ВЕСТНИК АБТ**

37 **ТЕХНОЛОГИИ**

38-39 **РЕСТОРАН**

41-48 **В МИРЕ**

Открытия, которые нас ждут в 2014 году

По данным компании Jones Lang LaSalle, в регионах России в наступившем году будут активно открываться новые отели под управлением международных операторов.

Планируются к открытию в Санкт-Петербурге Park Inn Pulkovo Airport (гостиница среднего сегмента на 200 номеров) и Hilton & Hampton by Hilton ExpoForum St. Petersburg (гостиницы верхнего сегмента и экономкласса, примерное количество номеров — 400).

В Ростове-на-Дону примут первых гостей Sheraton (гостиница верхнего сегмента на 307 номеров) и Hyatt Regency (гостиница верхнего предела верхнего сегмента на 189 номеров).

В Калуге состоится российский дебют бренда Four Points by Sheraton (гостиница верхнего предела среднего сегмента на 172 номера).

В Волгограде планируются к открытию сразу два объекта: Hilton Garden Inn (под управлением Interstate Hotels&Resorts, примерное количество номеров — 150) и Park Inn (гостиница среднего сегмента на 150 номеров).

В Самаре ожидается открытие отеля Holiday Inn Express (примерно 150 номеров). Этот же бренд выходит на рынок Воронежа (примерно 150 номеров).

В Липецке откроется отель Mercure (гостиница верхнего предела среднего сегмента на 184 номера).

В Челябинске появится отель Radisson (верхний сегмент, 211 номеров). В Геленджик придет этот же бренд (курортная гостиница на 274 номера).

Во Владивостоке ждут открытия отеля Hyatt Regency (гостиница верхнего предела верхнего сегмента на 253 номера).

Гости российской столицы смогут оценить три новых гостиничных предложения: Four Seasons («Москва») — гостиница класса люкс на 180 номеров; «Marriott Новый Арбат» — отель верхнего предела верхнего сегмента на 234 номера и «Radisson Шереметьево» — гостиница верхнего сегмента на 379 номеров с большим количеством переговорных площадей различного формата в составе международного аэропорта.

AZIMUT Hotels расширяет свое присутствие в Москве

Отель, находившийся до 16 декабря 2013 года под управлением международного гостиничного оператора Marriott и носивший название Renaissance Moscow Olympic Hotel, переходит в управление AZIMUT Hotels. Отель будет развиваться под брендом AZIMUT и называться AZIMUT Moscow Olympic Hotel.

AZIMUT Moscow Olympic Hotel — отель бизнес-класса категории 4* с общим номерным фондом 487 номеров. На территории более 40 тыс. кв. м размещены семь ресторанов, бар, бизнес-центр, 16 конференц- и банкетных залов максимальной вместимостью до 500 персон, фитнес-центр с тренажерным залом, бассейном и сауной, салон красоты и паркинг. На 12-м этаже гостиницы расположен клубный этаж с отдельной службой приема.

Отель был открыт в 1991 году под названием «Олимпик Пента», он стал первым гостиничным объектом европейского уровня в Москве и сегодня является одним из крупнейших в столице. Отель находится на Олимпийском проспекте в шаговой доступности от спорткомплекса «Олимпийский» и Екатерининского парка.

Вальтер Нойманн, генеральный директор AZIMUT Hotels, так прокомментировал пополнение в сети: «Присоединение отеля AZIMUT Moscow Olympic Hotel к международной сети AZIMUT Hotels позволит укрепить наши позиции на московском рынке. Он станет уже вторым работающим отелем в столице: в 2012 году под брендом AZIMUT здесь открылся бизнес-отель «AZIMUT Москва Тульская». За прошедший год показатели этой гостиницы превысили прогнозные. Рассчитываем, что и AZIMUT Moscow Olympic Hotel будет развиваться столь же динамично. Доля бизнес-путешественников в Москве составляет до 80%, поэтому возможности развития нового отеля лежат в направлении MICE-туризма».

«Park Inn by Radisson Ярославль» принимает гостей

Российское портфолио бренда Park Inn by Radisson теперь составляет 15 гостиниц, представляющих направления от А до Я: от Астрахани до Ярославля.

Carlson Rezidor, одна из наиболее динамично развивающихся гостиничных групп мира и крупнейший международный гостиничный оператор в России, странах СНГ и Балтии, объявляет об открытии отеля «Park Inn by Radisson Ярославль». Гостиница на 167 номеров стала первым отелем бренда Park Inn by Radisson в пределах Золотого кольца. Проект реализован совместно с ООО «Региональная гостиничная сеть» в рамках стратегического соглашения о развитии гостиниц Park Inn by Radisson, подписанного в 2009 году.

Благодаря новому открытию портфель Группы Rezidor в России увеличился более чем до 7200 номеров в 24 действующих отелях. Российское портфолио бренда Park Inn by Radisson составляет теперь 15 гостиниц, охватывающих широкий спектр городов, в буквальном смысле от А до Я: от Астрахани до Ярославля. Любопытно, что отели в Астрахани и в Ярославле являются совместными проектами компаний Rezidor и РГС.

Отель «Park Inn by Radisson Ярославль» удобно расположен в самом центре города, всего в 200 м от железнодорожного вокзала. Для размещения гостей предлагается 167 комфортабельных номеров, оформленных в ярком современном стиле бренда Park Inn by Radisson. Все номера оборудованы в соответствии с международными стандартами гостеприимства: для удобства гостей установлены телевизоры с плоским экраном, индивидуальная система климат-контроля и отдельное рабочее место. Для гостей и участников мероприятий на всей территории отеля предоставляется бесплатный доступ в Интернет Surf4Free, доступный с любого устройства, будь-то мобильный телефон, планшет или ноутбук.

Расслабиться после насыщенного дня и насладиться блюдами традиционной баварской кухни гости смогут в ресторане Paulaner, который наверняка станет одним из самых популярных в городе. Марко Закк, шеф-повар ресторана из Германии, предложит гостям совершить путешествие в старый Мюнхен и отведать классические блюда, приготовленные по оригинальным рецептам, а также немецкого пива. Ресторан Paulaner — идеальное место для вечера в кругу друзей, тихого романтического ужина или веселого праздника, такого как, например, корпоративный вечер, день рождения или свадьба. Для гостей ресторана планируются развлекательные программы и живая музыка.

Для проведения частных, корпоративных и деловых мероприятий в «Park Inn by Radisson Ярославль» предусмотрена конференц-зона — пять конференц-залов с дневным освещением, оборудованных по последнему слову техники, включая крупнейший многофункциональный конференц-зал при отеле в городе (на 250 гостей). Помимо традидионных конференц-пакетов в отеле также доступна инновационная эвент-концепция бренда Park In by Radisson «Смарт-мероприятия», включающая в том числе гибкий подход к организации мероприятий и идеально сбалансированное смарт-меню, помогающее повысить работоспособность и креативность делегатов на каждой встрече.

«Весь регион Золотого кольца в целом и Ярославль в частности обладают высоким туристическим потенциалом. Уверен, что открытие гостиницы «Park Inn by Radisson Ярославль», предлагающей гостям международный уровень сервиса в рамках философии обслуживания «Yes, I can!», будет способствовать дальнейшему развитию туризма в регионе, а сам отель сможет занять достойную позицию на гостиничной карте города», — говорит Андрей Абрамов, генеральный менеджер гостиницы «Park Inn by Radisson Ярославль».

Деловые новости MITT-2014

Остались последние делегатские места на двухдневный Российский форум индустрии встреч, который состоится 21-22 марта в рамках выставки MITT-2014.

На форуме соберутся представители компаний, специализирующихся на профессиональной организации мероприятий и предоставляющих услуги в области делового туризма, а также приглашенные корпоративные покупатели и ассоциации.

Среди спикеров форума — российские и международные эксперты и руководители-практики, готовые поделиться своими ноу-хау в организации и маркетинге мероприятий: Рудольфо Муско (Motivation&Events), Джорди Роберт-Райбс (Connecting Perspectives), Хелен Ллойд (TMI Consultancy), Эрик де Грут (Mindmeeting), Татьяна Шабарина («Конкорд»), Татьяна Лебединская (Event Live), Александра Косулина и Мария Пронина (Facilitation Point Company), Сергей Князев («Ивент-Инфо. КнязевЪ»), Илья Гудович («Триалог») и другие.

Полная версия деловой программы выставки размещена на сайте www.mitt.ru. На MITT-2014 работает система назначения встреч, доступная каждому посетителю через его личный кабинет.

MITT представляет спонсоров и партнеров. ASAP Transportation Company — генеральный спонсор раздела «MITT — Индустрия встреч». Специалисты компании познакомят с выгодными условиями сотрудничества и представят на выставке образцы автопарка. Официальный спонсор MITT-2014 — компания HRS.com. Для отелей HRS.com предоставит на выставке возможность интеграции не только в международную онлайн-систему бронирования, но и в международные GDS Amadeus и Sabre. Компания Nicko Travel Group — официальный туроператор по приему участников и гостей предстоящей выставки «MITT/Путешествия и туризм — 2014», а также всех выставок московского офиса компании ITE. Nicko Travel Group — один из лидеров в области делового туризма, а также многократный победитель премии Russian Business Travel&MICE Award.

Mitt
ИНДУСТРИЯ ВСТРЕЧ

В Красноярске открылся первый отель Hilton Garden Inn

Компания Hilton Worldwide открыла в России новый отель на знаменитой Транссибирской магистрали.

Компания Hilton Worldwide расширяет присутствие своего бренда Hilton Garden Inn в Сибири, объявляя об открытии отеля «Hilton Garden Inn Красноярск» на 259 номеров. Начав свою историю в середине 90-х, сегодня бренд Hilton Garden Inn уже в 19 странах предлагает более 580 высококлассных, но доступных по цене гостиниц.

Саймон Винсент, президент Hilton Worldwide в регионе EMEA, на Ближнем Востоке и в Африке, комментирует: «Красноярск расположен на пути знаменитой Транссибирской магистрали и является важным культурным центром, и я очень рад, что нам удалось открыть здесь свой новый отель. «Hilton Garden Inn Красноярск» пополнил перечень действующих и строящихся отелей Hilton Worldwide, расположенных вдоль этой знаменитой магистрали. По прогнозам экспертов, к 2020 году Россия войдёт в десятку самых посещаемых стран мира. Проведение в 2014 году Олимпийских и Паралимпийских игр в Сочи привлечет к России внимание существенного числа иностранцев, поэтому я с оптимизмом смотрю на перспективы развития портфолио брендов Hilton Worldwide в этой стране».

Гостей «Hilton Garden Inn Красноярск» ждет широчайший комплекс услуг, в том числе возможность заказа любых блюд на завтрак, бесплатный Wi-Fi, телевидение формата HD, прекрасно оборудованный спортивный зал и круглосуточный бизнес-центр. «Hilton Garden Inn Красноярск» обладает всем необходимым для комфортного пребывания гостей, будь то отпуск или деловая поездка.

Этот новый отель средней ценовой категории расположен на берегу Енисея в микрорайоне «Взлётка», деловом квартале. Гостиница входит в состав уникального спортивно-развлекательного комплекса, в котором также имеется спортивный клуб, бассейн и боулинг, недавно принимавший чемпионат мира под эгидой QubicaAMF.

На территории отеля работает гриль-бар Garden, а также круглосуточный павильон, где в любое время дня можно перекусить и приобрести самые необходимые в поездках товары. Кроме того, для проведения совещаний и других мероприятий в составе отеля имеется пять переговорных комнат и актовый зал, оснащенный самым современным мультимедийным оборудованием.

Даврон Арипов, управляющий отеля «Hilton Garden Inn Красноярск», сказал: «В Красноярске каждый путешественник сможет найти себе досуг по душе, будь то вечерний отдых после трудового дня в командировке или туристическая поездка с семьей. В городе имеется множество парков, галерей и театров, позволяющих окунуться в культурное пространство Восточной Сибири, и наш отель обладает всем необходимым, чтобы посещение Красноярска было максимально комфортным для самых разных групп путешественников».

Компания Hilton Worldwide управляет постоянно развивающейся сетью отелей в России, работающих под четырьмя брендами. В том числе портфель объектов компании охватывает отели «Hilton Москва Ленинградская», «DoubleTree by Hilton Новосибирск», «Hilton Garden Inn Пермь», «Hilton Garden Inn Краснодар», «Hampton by Hilton Воронеж», «Hampton by Hilton Волгоград Профсоюзная» и «Hilton Garden Inn Красноярск».

Рост загрузки отелей Москвы маловероятен

«В прошедшем году на гостиничном рынке Москвы значительного изменения показателей не наблюдалось. Загрузка, по всей видимости, достигла пиковых значений, и ее дальнейший рост в 2014 году маловероятен», — считает Дэвид Дженкинс, руководитель департамента гостиничного бизнеса компании Jones Lang LaSalle.

По прогнозам аналитиков компании, с точки зрения загрузки гостиничный рынок Москвы в текущем году повторит результаты 2013 года, тогда как в средних тарифах может наблюдаться небольшое снижение.

Наибольший рост среднего тарифа в 2013 году зафиксирован в люксовом сегменте — на 4% до 13,1 тыс. рублей. Наибольшее снижение тарифов наблюдалось в гостиницах верхнего предела верхнего сегмента — на 2%. В среднем сегменте стоимость проживания выросла всего на 1%. Тариф в отелях верхнего предела среднего сегмента увеличился лишь на 200 рублей с 2009 года. Тариф и загрузка в среднем сегменте остались на уровне 2012 года.

В люксовом сегменте особой динамики показателей не наблюдается. «Открытия гостиниц класса люкс случаются редко, потому изменения в спросе и предложении не так заметны, — поясняет Дэвид Дженкинс. — Стабильность показателей свидетельствует о том, что хотя отельерам и необходимо наращивать тарифы и загрузку, рынок ограничивает возможности этого роста. Загрузка гостиниц luxury в Москве осталась неизменной по сравнению с 2012 годом, и лишь изменения в визовом режиме могут позволить повысить ее. Возможность увеличения среднего тарифа в люксовых отелях напрямую связана с ростом числа часто путешествующих индивидуальных туристов в городе и увеличением объема корпоративного бизнеса».

Небольшое увеличение загрузки гостиниц верхнего предела верхнего сегмента было уравновешено аналогичным снижением среднего тарифа. После открытия гостиницы Marriott на Новом Арбате в 2014 году возможно падение показателей этого сегмента из-за роста конкуренции.

«Тариф в верхнем сегменте увеличивается три года подряд, но вслед за крайне позитивной динамикой 2011–2012 годов, когда рост составлял 4% в год, последовало лишь незначительное повышение на 1% в 2013 году. Такое увеличение наблюдалось в рублевых тарифах, а с учетом инфляции на уровне 6% эта динамика является совсем незначительной», — говорит Дэвид Дженкинс. Он замечает, что, несмотря на эту динамику, гостиницам верхнего сегмента так и не удалось восстановить тарифы после снижения на 30% в 2009–2010 годах. «В то же время загрузка объектов верхнего сегмента выросла очень значительно — с 62% в 2009 году до 71% в 2012-м, сохранившись на том же уровне в прошедшем году. На наш взгляд, загрузка гостиниц этого сегмента достигла максимально возможного в текущих условиях уровня, и теперь проблема отельеров заключается в том, как нарастить показатели», — добавляет Дэвид Дженкинс.

В верхнем пределе сегмента midscale средний тариф вырос лишь на 200 рублей по сравнению с 2009 годом, что еще раз показывает невозможность рынка повысить цены, в то время как спрос и предложение увеличиваются. Загрузка прибавила лишь 2% по сравнению с 2008 годом. Столь низкая динамика вызвана резким увеличением предложения в сегменте: за этот период оно выросло на 80%, а общий спрос — на 82%.

Предложение в среднем сегменте выросло с начала 2008 года на 60%, при этом только в 2009 году появилось достаточное количество номеров для анализа рынка. За этот период спрос увеличился на 50%.

В 2013 году загрузка среднеценовых гостиниц сохранилась на уровне предыдущего года — 72%, что, по всей видимости, является максимально достижимым значением в данном сегменте. Учитывая, что средний тариф также остался на уровне 2012 года, можно говорить об отсутствии динамики в этом сегменте. Изменения в 2014 году также маловероятны.

Дэвид Дженкинс комментирует: «Предложение в пяти сегментах гостиничного рынка Москвы выросло на целых 60% по сравнению с 2008 годом, а количество занятых номеров (спрос) за тот же период увеличилось на 50%. Это не могло не сказаться на средних тарифах, которые за пять лет потеряли 20%. На 2014 год намечено открытие гостиницы Four Seasons рядом с Красной площадью, Marriott на Новом Арбате, Radisson в Шереметьево. В целом за ближайшие пять лет предложение качественных гостиниц в Москве увеличится более чем на 13 тыс. номеров. В этой ситуации некоторые сегменты рынка смогут удержать загрузку, но сделать это они смогут только в ущерб среднему тарифу. Для роста загрузки в верхнем ценовом и люксовом сегментах необходима активизация спроса со стороны обеспеченных туристов, однако на сегодняшний день основания для этого отсутствуют».

2013 год стал удачным для отельеров Петербурга

Jones Lang LaSalle представил обзор рынка качественных отелей Петербурга по итогам 2013 года.

«2013 год оказался удачным для гостиничного рынка Северной столицы. В каждом сегменте — от экономичного до люксового — показатели доходности на номер выросли на 15% и более. После нескольких сложных для этого сектора лет такое увеличение было весьма долгожданным, и теперь отельеры и владельцы гостиниц с оптимизмом смотрят в 2014 год», — рассказывает Дэвид Дженкинс, руководитель департамента гостиничного бизнеса компании Jones Lang LaSalle.

Наибольший рост среднего тарифа в 2013 году зафиксирован в люксовом сегменте — на 14% до 11,3 тыс. рублей. В Петербурге наблюдается значительный разрыв в тарифах гостиниц верхнего предела верхнего сегмента и люксового — 50%. Загрузка гостиниц верхнего сегмента превысила 60%. Загрузка отелей верхнего предела среднего сегмента достигла 67%, и теперь рост в сегменте может достигаться только за счет тарифов. Тариф в среднем сегменте вырос на 14% и достиг 2,7 тыс. рублей.

«Летний сезон был исключительно успешным для Петербурга. Рост показателей гостиничного рынка продолжился в сентябре, когда в городе проходил саммит G20. В первый месяц осени показатели RevPAR большинства гостиниц почти в два раза превысили прежние результаты, — отмечает Дэвид Дженкинс. — Это в очередной раз подтверждает, что, будучи местом проведения важных мероприятий, Санкт-Петербург имеет достаточное количество гостиниц любого уровня».

Средний тариф в люксовом сегменте вырос в 2013 году на 14% и достиг 11,3 тыс. рублей, загрузка выросла лишь на 2%. В результате показатель RevPAR увеличился на 16%. С загрузкой в 52% люксовые отели Петербурга отстают от московских аналогов, у которых этот показатель находится на уровне 65%, и на 16% уступают в среднем тарифе.

«Доходность на номер гостиниц верхнего предела верхнего сегмента увеличивалась почти таким же темпом, как и показатель люксового сегмента, однако здесь это явилось следствием равного роста как загрузки, так и тарифа, — говорит Дэвид Дженкинс. — В Петербурге мы видим значительный разрыв в тарифах гостиниц верхнего предела верхнего сегмента и люксового сегмента — разница составляет 50%, в Москве они различаются только на 30%».

Загрузка гостиниц верхнего сегмента увеличилась в 2013 году на 4,5% и превысила 60%. Благодаря росту среднего тарифа на 13% показатель RevPAR вырос на 17,5%.

«Тарифы гостиниц сегмента Upper Midscale всего на 1 тыс. рублей ниже, чем цены более высокого, верхнего сегмента, — отмечает Дэвид Дженкинс. — В конце 2013 года загрузка достигла 67%, и единственный рост в сегменте теперь может произойти только за счет увеличения тарифов. Однако это может случиться в том случае, если сегмент выше также нарастит этот показатель, что пока представляется маловероятным».

В то же время именно объектам верхнего предела среднего сегмента удалось продемонстрировать максимальный рост доходности на номер в 2013 году — на 19%, что произошло за счет примерно равного увеличения тарифа и загрузки.

«Тарифы в брендированных гостиницах среднего сегмента выросли за год на 14% и достигли 2,7 тыс. рублей. В результате загрузка таких объектов смогла вырасти только на 3%, так как туристы были вынуждены выбирать более дешевые средства размещения, — замечает Дэвид Дженкинс. — Тем не менее, учитывая общий рост показателя RevPAR на 17%, можно говорить об отличной динамике в среднем сегменте».

«Мы видим позитивные признаки на рынке и ожидаем дальнейшего, хотя и более умеренного, роста показателя RevPAR по всему рынку — как за счет повышения средних тарифов, так и в результате небольшого увеличения загрузки в некоторых сегментах», — заключает эксперт.

Первый отель уровня четыре звезды могут открыть Абакане в конце 2014 года

Первый отель уровня четыре звезды в столице Республики Хакасия городе Абакане планируют открыть в декабре 2014 года, говорится в сообщении УК «Альянс отель менеджмент», подписавшей контракт на технологическое сопровождение, запуск и управление объектом.

В гостинице будет 114 номеров. Управляющий партнер компании Вадим Прасов рассказал РИА Новости, что здание общей площадью порядка 7,5 тыс. квадратных метров будет располагаться в центре города по адресу: улица Чехова, дом 95.

В отеле запланированы конференц-зал, комната переговоров и банкетный зал, а также лобби-бар и два ресторана. Предусмотрено также значительное количество рекреационных услуг: сауна, турецкая баня, фитнес-центр, аквазона и спа-комплекс, сообщается в пресс-релизе.

Столица распродает участки под гостиницы

На ближайших аукционах Департамент городского имущества продаст больше 40 земельных участков под строительство отелей и офисов в Москве.

30 января разыграно 10 таких лотов общей площадью 5 гектаров. Их предлагают с целью строительства торговых объектов, гаражей, гостиниц, административных и офисных зданий. Уже сформированы лоты для последующих торговых сессий, назначенных на 27 февраля и 27 марта. В эти даты еще 34 участка могут обрести новых хозяев. В 2013 году Департамент городского имущества реализовал 59 таких лотов на общую сумму 2,6 млрд рублей.

Гостиница «Гамма» 3* аттестовалась как бизнес- и конференц-отель

Вслед за бизнес- и конференц-отелем «Дельта» 4* гостиница «Гамма» 3* также успешно прошла программу Ассоциации Бизнес Туризма «Аттестация бизнес- и конференц-отелей».

Успешное прохождение аттестации и новый статус подтверждены сертификатом о том, что бизнес- и конференц-отель «Гамма» 3* полностью соответствует стандарту программы, который включает в себя 400 критериев для оценки бизнес- и конференц-отелей на соответствие требованиям бизнес-туристов.

Таким образом, Туристские гостиничные комплексы «Измайлово» («Гамма», «Дельта») теперь официально являются мегакомплексом бизнес- и конференц-отелей, предлагающим сразу два типа размещения: более демократичный — в гостинце «Гамма» 3* или повышенной комфортности — в гостинице «Дельта» 4*.

Независимо от выбранного типа размещения гостям мегакомплекса всегда предлагаются неизменно высокий уровень обслуживания, инфраструктура «Город в городе», 14 ресторанов, а также широкие бизнес-возможности: от бесплатного Wi-Fi на всей территории до таких бизнес-услуг, как заказ такси, трансфер из аэропорта, сканирование и ксерокопирование документов, отправка их по факсу или e-mail, банкоматы, автоматы экспресс-оплаты мобильной связи и других услуг, пункт обмена валют, интернет-кафе, авиа- и железнодорожные кассы, услуги нотариуса, газетные киоски, химчистка и даже почтовое отделение.

В распоряжении гостей не только 2000 комфортабельных номеров различной категории для размещения участников мероприятий, но и 12 кондиционированных конференц-залов вместимостью от 14 до 500 человек, современное аудиовизуальное оборудование, возможность подключения к Интернету как через бесплатный Wi-Fi, так и посредством выделенной линии, 700 кв. м выставочной площади, специально оборудованная открытая площадка для экспозиционных целей и тест-драйвов. Столь насыщенный спектр бизнес-предложений, безусловно, открывает широкие возможности для проведения мероприятий различного формата, что делает Туристские гостиничные комплексы «Измайлово» («Гамма», «Дельта») стали прекрасным выбором для продуктивной работы и полноценного отдыха деловых путешественников.

Названы лучшие российские отели

Крупнейший в мире интернет-ресурс о путешествиях TripAdvisor опубликовал рейтинг лучших отелей мира 2014 г.

Награда Travelers`Choice, которую в мире присуждают уже 12 лет подряд, в России была вручена во второй раз. Пользователи определили самые лучшие отели РФ в категориях «Отели по лучшей цене», «Лучшие отели», «Лучшие отели класса люкс», «Лучшие мини-отели» и «Лучшие романтические отели». Среди россиян, по данным опроса, самыми популярными остаются бюджетные отели, сетевые отели и мини-отели формата B&B. Виллы и романтические отели представляют для российских путешественников меньший интерес.

В топ-10 лучших российских отелей вошли Old Estate Hotel & SPA в Пскове, «Domina Престиж», «Пушка ИНН», «Гранд Отель Европа» и Four Seasons в Санкт-Петербурге, Ritz-Carlton, Lotte Hotel, Mercure Arbat Moscow и «Арарат Парк Hyatt»в Москве.

При составлении списка учитывались мнения самих путешественников. В десятку лучших отелей мира 2014 года вошли «Grand Hotel Kronenhof, Понтрезина» в Швейцарии, The Upper House в Гонконге, «Gili Lankanfushi Maldives, Ланкафуши» на Мальдивах, Nayara Hotel, «Spa & Gardens, Фортуна-де-ла-Сан-Карлос» в Республике Коста-Рика, «The Oberoi Udaivilas, Удайпур» в Индии, «Casa Gangotena, Кито» в Эквадоре, «Lindos Blu, Линдос» в Греции, «The St. Regis Punta Mita Resort, Пунта-де-Мита» в Мексике, «The Oberoi Mumbai, Мумбай» в Индии и «Hotel & Tower Toronto, Торонто» в Канаде.

Назначение

Синан Косеоглу назначен директором по операционной деятельности «Марриотт Грандъ-Отеля».

В новой должности Синан Косеоглу будет координировать и направлять работу всех оперативных отделов «Марриотт Грандъ-Отеля»: службы приема и размещения, отдела по работе с гостями, ресторанной и хозяйственной служб, инженерного отдела и фитнес-центра.

«Моей главной задачей является поддержание высочайшего уровня сервиса, способного превзойти пожелания клиентов. Я очень рад, что мне предстоит развивать в отеле программу «Искусство гостеприимства Marriott», — говорит Синан, комментируя свое назначение. — Надеюсь, мой предыдущий опыт работы будет полезен для генерации новых идей и проектов».

Синан Косеоглу родился 7 апреля 1972 г. в Стамбуле. В 1991 г. получил степень бакалавра в области гостиничного бизнеса в университете Hacettepe в Анкаре, а в 2012 г. — степень МБА по специальности «Гостиничный менеджмент» в университете Cornell (США).

У г-на Косеоглу богатый профессиональный опыт. Он начал свою гостиничную карьеру в ресторанной службе отеля Hilton в Анкаре в 1989 г. Работал директором службы питания и заместителем генерального директора в отелях 4-5* известных гостиничных брендов: Robinson, Radisson, а последние 12 лет — в отелях группы Accor — Mercure, Novotel и Sofitel в разных странах Азии, Северной Африки и Ближнего Востока. Синан Косеоглу уже бывал в России: в 2009–2010 гг. занимал пост заместителя генерального менеджера на открытии отеля Novotel в центре Екатеринбурга.

Последним местом работы г-на Косеоглу перед приездом в Москву был 5-звездный отель Sofitel Dubai Jumeirah Beach на 438 номеров с пятью ресторанами и барами, где он работал в качестве заместителя генерального менеджера и регионального представителя службы Food&Beverage.

Синан увлекается кулинарией, модой, экстремальными видами спорта, например виндсерфингом, любит проводить свободное время с друзьями, много путешествует. Помимо родного турецкого, он прекрасно говорит на многих языках, в том числе на английском, немецком и русском.

15 отелей Ростовской области прошли классификацию

Правительство Ростовской области опубликовало реестр гостиниц, которые прошли классификацию.

В регионе получили звезды следующие средства размещения:

• девять гостиниц категории четыре звезды: гостиничный комплекс «Арт сити» (101 номер); бутик-отель «Вилла де Виль» (12 номеров); парк-отель «Высокий берег» (34 номера); конгресс-отель «Дон Плаза» (233 номера); база отдыха «Донская волна» (96 номеров); отель «Европа» (45 номеров); отель «Николаевский» (18 номеров); гостиница «Эльбузд» (24 номера); гостиница «Эрмитаж» (31 номер);

• четыре гостиницы категории три звезды: конгресс-отель «ВертолОтель» (125 номеров); гостиница «Кава Ди Пьетра» (18 номеров); гостиница «Маринс Парк Отель» (374 номера);

• три гостиницы категории две звезды: отели «Вилла Дона» (27 номеров); «Вилла Рио» (23 номера); «Вилла Росса» (24 номера).

В условиях подготовки Ростова-на-Дону к ЧМ-2018 власти уделяют усиленное внимание номерному фонду как города, так и региона. Так, по данным начальника отдела сопровождения инвестиционных проектов департамента инвестиций и предпринимательства Ростовской области Николая Сапрунова, 2 тыс. номеров нужны только на прием делегации FIFA, VIP-гостей, команд участников и СМИ. Это должны быть гостиницы уровня от трех до пяти звезд.

«Чтобы оценить нынешний фонд номеров, мы провели мониторинг. Он выявил только 1724 номера, которые соответствуют требованиям. Все остальные потребности планируется восполнить за счет реализации инвестиционных проектов в сфере туризма», — цитирует г-на Сапрунова портал rostov.dk.ru.

Владелец экофермы из Подмосковья планирует развивать свой туристический проект

Владелец экофермы «Коновалово» (Московская область), создатель объединения производителей экопродукции «Экокластер» Александр Коновалов планирует развивать проект экотуризма по франчайзингу.

«Это будет франчайзинговый проект, хотим его тиражировать по стране, заявок уже много», — сообщил «Интерфаксу» А. Коновалов, который в составе российской делегации принимает участие в международной выставке «Зеленая неделя» в Берлине.

Проект был запущен 4 декабря 2013 года в Подмосковье. Инвестиции в него составили 67 млн рублей. «Планируем за пять-шесть лет окупить вложения, это деньги частных инвесторов», — заявил А. Коновалов.

По его словам, проект включает гостиницу на 48 мест, объекты инфраструктуры и животноводческие фермы.

Кроме россиян, экоферму уже посетили французы, китайцы, немцы. «Мы ориентируемся на то, что поток туристов составит 2,5–3 тыс. человек в год», — заявил г-н Коновалов.

Предприниматель считает, что для развития экотуризма надо создать правовую базу, принять специальный закон. В нем необходимо прописать правила работы для тех, кто планирует заниматься этим перспективным направлением.

Каждому гостю «Lotte Hotel Москва» — по планшету

«Lotte Hotel Москва» модернизирует свои услуги и внедряет планшеты Samsung Galaxy во все номера отеля. Планшеты оснащены специально разработанным программным обеспечением — мобильным приложением, которое заменяет печатную версию директории для гостей.

Приложение призвано предоставлять гостям актуальную информацию о гостиничных услугах, ресторанах, спа-услугах, а также о текущих специальных предложениях, акциях и событиях, происходящих в отеле. Эта инновация позволит сократить использование бумаги, исключит необходимость обновлять печатную версию директории с устаревшей информацией и избавит от замены переплетов при их повреждении. «Современные цифровые технологии заставляют отели поддерживать свое оснащение на высочайшем уровне, особенно если речь идет об отелях класса люкс. Наши номера оснащены самыми передовыми технологиями: мы предлагаем гостям телефоны, которые позволяют дистанционно управлять некоторыми услугами отеля, например установить будильник или активировать индикатор «не беспокоить» и др. В прошлом году мы установили док-станции во всех номерах отеля, позволяющие нашим гостям подключать свои мобильные устройства и слушать любимую музыку. В этом году мы сделали еще один шаг вперед и внедрили планшеты Samsung Galaxy со специально разработанным мобильным приложением для удобства наших гостей», — комментирует последние инновации генеральный менеджер гостиницы Мортен Андерсен.

Александр Валентинов: Отели «Турист» и «Бизнес-Турист» переживают второе рождение

Столичная гостиница «Турист» была построена в районе ВДНХ в середине прошлого века. Это семь корпусов, один из которых впоследствии стал самостоятельным отелем — «Бизнес-Турист». По сути, это огромный гостиничный комплекс с номерным фондом более чем 600 комнат. Гостиница имеет территорию около четырех гектаров — редкое богатство для городского, тем более московского отеля. Сейчас два отеля сталинской постройки переживают период активных изменений. Каких именно, в интервью журналу рассказывает Александр Валентинов, генеральный директор гостиниц, с приходом которого к руководству в конце 2012 года эти перемены, собственно, и начались.

Александр Львович, в прошлом году у вас произошло одно очень значимое событие: отель «Бизнес-Турист» прошел процедуру государственной классификации и получил три звезды. Этому, насколько мне известно, предшествовала реновация гостиницы, которую удалось провести очень быстро. Расскажите, пожалуйста, об всём подробнее.

Действительно, «Бизнес-Турист» в прошлом году был успешно классифицирован на три звезды, и этому предшествовала большая подготовка. С моим приходом на место генерального директора двух отелей в ноябре 2012 года мы составили новый бизнес-план, который в том числе включал и подготовку к классификации. Наш собственник — «Гостиничная компания», ее генеральный директор Анатолий

Дмитриевич Ларин одобрил этот план и разрешил нам тратить заработанные средства на модернизацию гостиниц. Так, мы за три месяца провели ремонт «Бизнес-Туриста». Когда к нам пришли представители аккредитованной организации, они были поражены переменами в отеле: было заново отстроено кафе в корпусе, произведен ремонт 35% номерного фонда, реновированы коридоры на всех пяти этажах, приведены в порядок инженерные коммуникации, мы открыли бизнес-центр и камеру хранения. Ввели новую услугу, которая, кстати, действует не только для гостей «Бизнес-Туриста», но и для всех, кто останавливается в нашем гостиничном комплексе, — это мини-прачечная самообслуживания, в которой за небольшие деньги гости могут воспользоваться стиральными машинами. На всей территории обеих гостиниц теперь действует бесплатный Wi-Fi.

Если говорить об итогах прошлого года, то он действительно оказался богатым на приятные события для нашего отеля. Помимо успешного прохождения классификации «Бизнес-Туристом», мы получили награду «Олимп» управы «Ростокино» как одна из лучших компаний. Прошлый год был успешным и с точки зрения операционных показателей гостиницы. Когда пришла новая команда, загрузка отеля была на уровне 45%, за год нам удалось поднять ее до 60%, 2014 год, по нашим подсчетам, гостиничный комплекс должен пройти с показателем 75-процентной среднегодовой загрузки.

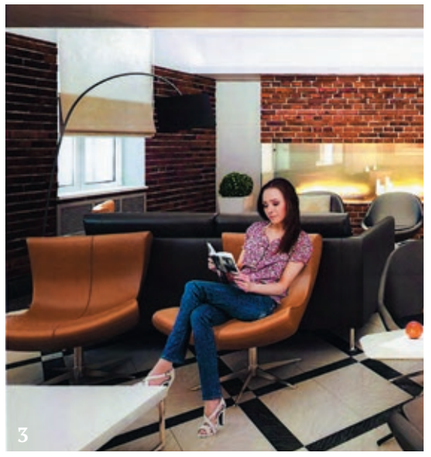
Какие меры способствовали такому успешному росту?

Рост загрузки мы связываем с введением тарифной политики. Теперь у нас разные цены на разные даты.

На момент моего прихода в «Турист» у гостиницы даже не было работающего сайта. Сейчас каждая из гостиниц имеет такой ресурс. Мы очень успешно сотрудничаем с компанией Travelline, программные решения которой позволили нам повысить продажи через электронные каналы, работать с глобальными и локальными системами бронирования, такими как Booking.com, HRS.com, Островок.ру и другими. Нам удалось увеличить электронные продажи в 10 раз!

Мы стали активно работать с детскими группами: в 2012 году у нас было всего 300 детей, сейчас количество детских групп выросло в пять раз! Понятно, что детский поток в Москву вырос в целом: Комитет по туризму и гостиничному хозяйству столицы предпринял большие усилия для роста этого сегмента, и эти усилия весьма успешны. Тут уже задача каждого игрока гостиничного рынка сделать так, чтобы часть этого спроса пришлась на его объект. Чем привлек детские группы «Турист»? Ценой, большой закрытой территорией, интересными программами.

1



3

2

Фото 1, 2 *Так выглядят обновленные номера «Туриста»*

Фото 3 *Новый дизайн холлов отеля гости смогут оценить уже в этом году*

РАССКАЗЫВАЕТ АЛЕКСАНДР ШИНДИН, ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА ГОСТИНИЦ «ТУРИСТ», «БИЗНЕС-ТУРИСТ»:

«Мы организуем в дни детских заездов анимационные программы, успешно сотрудничаем в этом плане с ВГИКом — нашим соседом. Украшаем территорию, устраиваем катание на лошадях, различные шоу. Словом, детям у нас нравится, и нам очень интересен этот сегмент. Детские группы приезжают в даты, характеризующиеся низким спросом на размещение в Москве: в период новогодних каникул, летом, на майские праздники».

«Турист» и «Бизнес-Турист» работают в основном с деловыми гостями?

Доли бизнес-туристов и тех, кто приезжает посмотреть столицу, в наших отелях примерно одинаковы: 50 на 50. И тот и другой сегменты нам одинаково дороги. Мы, конечно, предпринимаем усилия по привлечению в отели деловых путешественников. В частности, стали напрямую работать с руководством ВВЦ: теперь в отеле останавливается много гостей, которые приезжают на выставки, для них размещение в «Туристе» очень удобно — гостиница граничит с территорией выставочного комплекса. Метро «Ботанический сад» — всего в пяти минутах от отеля, это привлекает и тех, кто приезжает в Москву по делам, и тех, кто отправляется любоваться красотами города.

Сейчас мы активно работаем по привлечению еще одного сегмента гостей — тех, кто приезжает из Китая и других стран Юго-Восточной Азии.

РАССКАЗЫВАЕТ АЛЕКСАНДР ШИНДИН, ЗАМЕСТИТЕЛЬ ГЕНЕРАЛЬНОГО ДИРЕКТОРА ГОСТИНИЦ «ТУРИСТ», «БИЗНЕС-ТУРИСТ»:

«Оказание услуг питания для гостей из Китая и других азиатских стран — сложный вопрос, далеко не каждая гостиница может позволить себе полноценный ресторан азиатской кухни с хорошим поваром, даже некоторые рестораны, которые позиционируют себя как «азиатские», не отвечают требованиям этих гостей. Это создает определенные сложности: либо гостиницы отказываются селить гостей из Поднебесной, либо туроператорам приходится возить их в рестораны, что отнимает время и средства. Мы провели переговоры с представителями крупной ресторанной сети, договорились о доставке сюда ее продукции, обдумали логистику и заявили операторам, работающим по приему гостей из Азии, о своей готовности их принимать. В апреле, когда в Москве традиционно возрастает поток туристов из азиатских стран, мы, надеюсь, почувствуем результаты своей работы».

Александр Львович, давайте продолжим тему классификации. «Бизнес-Турист» получил три звезды, теперь очередь за «Туристом»?

Мы готовим к классификации в этом году седьмой и, возможно, шестой корпуса гостиницы. Собственно, в прошлом году большие работы были проведены и в «Туристе», реновированы два основных ресторана и VIP-зал. Планируется масштабная реновация холлов «Туриста». Дизайнерской группой подготовлен эскиз-проект холлов, на наш взгляд, он очень интересный, сочетает использование современных материалов и включает элементы, указывающие на историю гостиницы. В таком же стиле будут выполнены лестничные проемы, коридоры этажей, стилизация под 50-е будет присутствовать и дизайне номеров. Инвестируем в реновацию только заработанные отелем средства, никаких дотаций у нас нет. Надеемся, что сможем заработать на полноценный ремонт двух корпусов — помимо изменения дизайна нас ждет работа по реконструкции инженерных сетей. Отремонтированные номера будут иметь бесперебойное энергоснабжение, бесперебойную подачу горячей воды, ведь только независимость от городских отключений энерго- и водоснабжения дает возможность рассчитывать на три звезды. А на меньшее мы не согласны.

Реновация «Туриста» вызвана не только требованиями классификации, но и требованиями гостей. Мы всё чаще сталкиваемся с тем, что гости готовы платить за комфорт, поэтому гостиница должна этот комфорт обеспечить. Кроме того, всё более существенной статьей доходов современного отеля становится проведение деловых мероприятий, конференций. У нас есть залы для тренингов и семинаров, но принять крупный форум мы пока не можем. Между тем в наших планах — строительство зала на 150–200 человек, для нас очень важен и групповой деловой турист.

Всё более сложной проблемой для московских отельеров становится вопрос кадров. Это касается в первую очередь линейного персонала и менеджеров среднего звена. А как у вас с кадровым вопросом?

Конечно, когда я пришел в «Турист», здесь были сотрудники, которые не могли или не хотели принять наши требования, с ними пришлось расстаться. Но сейчас у нас прекрасная команда. Аутсорсинговые компании привлекаем только на даты очень высокой загрузки для работы в ресторане, вот, например, сегодня у нас номера заняты на 99%. А так справляемся своими силами.

Мне очень повезло с заместителем — Александр Борисович Шиндин хоть и молод, но имеет уже 15-летний опыт работы в гостиницах, в том числе в таких крупных, как «Москва», «Измайлово Альфа». Средний возраст руководителей среднего звена — 35 лет, и это уже опытные люди, имеющие солидный стаж. Наша задача — грамотно распорядиться этим уникальным кадровым ресурсом, удержать его, дать возможность сотрудникам развиваться. Мы, конечно, используем различные мотиваторы, подготовили социальный пакет: медстраховка, поощрения, выплата материальной помощи.

Главное, наши сотрудники понимают: гостиница в стадии обновления, и эта динамика, движение, предложенный нами темп, желание увидеть результаты своей работы — тоже, согласитесь, важные стимулы.

Беседовала Элеонора Арефьева

Сочи: как отельеры готовились к Олимпиаде?

Когда этот номер придет к читателям, уже всё будет позади: победы, рекорды, яркие зрелища, бескомпромиссный спортивный спор. Блеснет ли Сочи подлинным гостеприимством, запомнится ли принимающий XXII Олимпийские игры город доброжелательностью и радушием — будем надеяться, что к этому моменту гости Олимпиады уже в этом убедятся. Во всяком случае, люди, которые по долгу службы должны быть гостеприимными — отельеры, готовились к работе в олимпийском Сочи по максимуму.

Отели: хорошие и разные

Сейчас, меньше чем за две недели до открытия Игр, всё еще нельзя точно сказать, сколько отелей на самом деле откроется к их старту. Долгострой, ввод гостиничных объектов, которые планировались «к событию» уже после того, как это самое событие состоялось — так было и в Екатеринбурге, проводившем саммит ШОС в 2009 году, и во Владивостоке, принимавшем форум АТЭС в 2013-м. И сочинская Олимпиада не стала исключением: несколько крупных гостиниц, которые должны были принять гостей спортивного форума, откроются либо в 2015 году, либо в самом конце этого года.

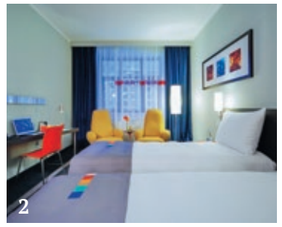
Значительная часть новых гостиниц планируется к открытию в Сочи непосредственно к 7 февраля: по данным, которые предоставила журналу компания Jones Lang LaSalle Hotels, в столице Игр 11 объектов сейчас, за две недели до крупнейшего спортивного форума, активно готовятся к открытию.

Однако эта ложка дегтя не портит общей позитивной картины: необходимое число мест для размещения участников, официальных делегаций, гостей Олимпиады Сочи обеспечит. И не только за счет гостиниц и апартаментов, построенных на курорте. С 5 по 24 февраля 2014 года две четырехзвездные плавучие гостиницы будут стоять на приколе в Имеретинском порту, один пятизвездный и два трехзвездных лайнера — в Сочинском морском порту. Эти корабли будут функционировать не только как средства размещения. На борту каждого из них будут работать бары, рестораны, ночные клубы, театры, кинозалы, спа-центры. Работу плавучих гостиниц будет обеспечивать оператор TUI, который начинает работать на курорте.

Приход в Сочи крупнейших международных туристических и гостиничных операторов — еще один важнейший фактор развития курорта.

До того дня, когда МОК признал российскую заявку на проведение Игр в Сочи лучшей, гостей

1



2

3

Фото 1 *Отель Marriott — еще одно предолимпийское сочинское открытие*

Фото 2 *Номер отеля «Park Inn Роза Хутор»*

Фото 3 *Такие виды открываются гостям курорта Роза Хутор*

Еще до начала Игр в Сочи был установлен новый олимпийский рекорд: в Олимпиаде примут участие 85 стран. Для сравнения, четыре года назад в Ванкувер приехали представители 82 государств.

города принимали в основном санатории и пансионаты советской постройки и мини-отели, гостевые дома. На курорте были лишь две гостиницы под международным брендом, обе — Radisson.

Сейчас по уровню отелей, по присутствию на рынке глобальных операторов Сочи — в одном ряду с известнейшими мировыми курортами. Отелями столицы XXII Олимпийских игр будут управлять компании The Rezidor Carlson Hotel Group, Accor Hospitality, Marriott International, Swissotel Hotels & Resorts, Interstate Hotels&Resorts, Golden Tulip Hotels, Suites and Resorts, Hyatt International, Rixos Hotels & Resorts, Solis Hotels & Resorts, Azimut Hotels, Heliopark Group. Новые отели современного формата под управлением глобальных и российских операторов предложат гостям курорта порядка 12 тысяч номеров.

К слову, и санатории, и дома отдыха советской постройки перед Играми прошли реконструкцию. Так, по словам главы города Анатолия Пахомова, городские средства размещения в преддверии Паралимпийских игр стали безбарьерными. Речь идет о санатории «Южное взморье», гостинице «Парус», гранд отеле «Поляна», гранд отеле «Родина», санаториях «Известия» и «Адлеркурорт».

Новое гостиничное предложение должно вывести Сочи на новый уровень развития, принести курорту международный статус.

И числом, и уменьем

Между тем сейчас Сочи переживает, возможно, главную веху в своей истории — принимает Олимпийские игры. Отельеры, работающие в городе, рассказали о том, как они готовятся к событию мирового уровня.

Под управлением Accor Hospitality в Сочи находятся три отеля: «Pullman Сочи Центр» (150 номеров), «Mercure Сочи Центр» (200 номеров) и «Mercure Роза Хутор» (153 номеров). По словам генерального директора Accor Hospitality в регионе Россия — СНГ **Алексиса Деларoффа,** в отелях группы будут проживать официальные делегации, участники Олимпиады и партнеры Игр. Для гостей отели готовят кулинарное предложение, отличающееся особым разнообразием, но все, кто остановятся в сочинских отелях Accor, смогут попробовать блюда традиционной русской кухни.

Г-н Деларофф рассказал, что обеспечивать комфорт и высококлассное обслуживание гостей будут более 400 членов команды Accor. Региональный директор группы особенно подчеркнул, что большинство сотрудников уже обладают достаточным опытом работы в отелях Accor, многие приехали из других регионов России, все сотрудники прошли специальную профильную подготовку.

Рассказывает **Полина Лебедева,** директор по маркетингу компании IFK Hotel Management (управляет тремя гостиницами под брендами Golden Tulip в Сочи): «Гостиница Tulip Inn Rosa Khutor категории 3* на 148 номеров открылась в январе 2012 года. Два года подряд гостиница принимала участников тестовых соревнований на курорте. Это существующая практика, когда за два года до Олимпийских игр в месте их проведения тестируют спортивные сооружения. Для нас как для управляющей компании и для всего персонала гостиницы это был отличный опыт и возможность отточить бизнес-процессы и сервисные процедуры на объекте. Еще одной гостиницей, открывшейся на курорте Роза Хутор, стала четырехзвездная Golden Tulip Rosa Khutor на 162 номера. Первые гости заселились в отель в ноябре 2013 года. В первые дни работы гостиницу посетил с инспекцией Дмитрий Медведев и остался доволен. В январе 2014 года мы открыли третью гостиницу в Сочи, в Имеретинской низменности, это отель Tulip Inn Omega Sochi категории 3* на 324 номера».

По данным крупнейшего в мире сайта о путешествиях TripAdvisor, доля международного трафика на странице, посвященной Сочи, с 2012 по 2013 год выросла на 54%.
Число посещений страницы Сочи на сайте TripAdvisor из стран, славящихся своими достижениями в зимних видах спорта, стремительно возросло. Интерес австрийских путешественников к Сочи за год вырос почти в 21 раз, что вполне естественно, учитывая любовь австрийцев к лыжам и их успехи в лыжных видах спорта.
Шведские путешественники в прошлом году посещали страничку Сочи на TripAdvisor почти в пять раз чаще, чем в 2012 году.
Также заметно вырос интерес к Сочи со стороны Бразилии (более чем в три раза) и Японии (на 249%), которые будут принимать важнейшие спортивные соревнования в будущем.
Ожидаемо увеличилось и число посещений из Норвегии (на 193%) — по мере нарастания интереса болельщиков. Значительно вырос интерес к Сочи и со стороны таких ведущих спортивных держав, как Австралия (на 168 %), Китай (на 160%), Канада (на 145%) и США (на 142%).
По данным TripAdvisor, среди наиболее рейтинговых отелей Большого Сочи — Tulip Inn Rosa Khutor на горном курорте, «Прометей Клуб» в Лазаревском и Radisson Blu Resort & Congress Center в Адлере.

Г-жа Лебедева отмечает, что все три гостиницы будут принимать официальные делегации во время Олимпиады: «Между собственниками гостиничных проектов и организаторами Игр были заключены соглашения о загрузке номерного фонда по линии Организационного комитета еще на этапе строительства объектов. В гостинице Tulip Inn Omega Sochi при главном медиацентре будут проживать представители СМИ. В гостиницах в Красной Поляне — представители национальных олимпийских комитетов. Мы как операторы были извещены о специальных условиях проживания делегаций и выстраивали свою работу исходя из этого. Думаю, не ошибусь, если скажу, что весь новый номерной фонд под управлением сетевых операторов также участвует в расселении официальных делегаций. Как такового конкурса не было, в каждый отель спускались списки групп, с которыми ему предстоит работать».

Полина Лебедева также рассказала, что такие опции, как вода в номере, бесплатный Wi-Fi на территории гостиницы, вошли в перечень обязательных услуг отелей, принимающих официальные делегации Игр. В объектах под брендами Golden Tulip эти сервисы останутся доступными и после Олимпиады.

Что касается меню для олимпийских гостей, в отелях Golden Tulip оно всегда включает популярные блюда европейских кухонь, в сочинских гостиницах предложат и кухню юга России.

Штаты отелей усилили сразу, с расчетом на предстоящее масштабное спортивное событие, важным требованием для всего персонала стало владение английским языком.

А в отеле Radisson Blu Paradise Resort & SPA (500 номеров) на время Олимпиады штат вырастет вдвое. По словам генерального менеджера **Брайана Глисона,** большие наборы прошли в хозяйственную службу, на кухню и на такие позиции, как горничные, повара и официанты. «Все сотрудники, которые приходят на работу в отель, проходят все необходимые тренинги нашей компании», — подчеркнул г-н Глисон.

Также Брайан Глисон добавил, что в отеле на время Олимпиады останавливаются представители компаний — международных спонсоров Олимпийских игр. «С этими гостями, как и со всеми корпоративными клиентами, мы согласовываем меню заранее и разрабатываем специальные опции, если такие запросы поступают. К примеру, один из наших трех ресторанов — ресторан-гриль азиатской кухни Umami — будет работать по специальному меню, так как зарезервирован корпоративными клиентами. К услугам гостей, путешествующих самостоятельно, будет доступно постоянное меню итальянского ресторана Filini, шведский стол и меню a la Carte в ресторане Sunsets», — добавил г-н Глисон.

Ольга Пузина, PR-менеджер отелей Park Inn by Radisson Rosa Khutor (211 номеров) и Radisson Hotel Rosa Khutor (181 номер) также рассказала, что в январе штат обеих гостиниц стали пополнять: «В феврале и марте некоторые отделы, например служба F&B, хозяйственный отдел, будут усилены опытными профессиональными сотрудниками из отелей наших брендов в других городах».

По словам г-жи Пузиной, отели Park Inn by Radisson Rosa Khutor и Radisson Hotel Rosa Khutor предлагают особое питание для гостей отеля на период проведения Игр. В меню будут включены блюда европейской, американской, азиатской и, конечно же, русской кухни. Также компания «Мозиман», известная своим швейцарским «звездным» шеф-поваром и легендарным клубом Mosimann`s в Лондоне, с 7 февраля по 16 марта превра-

Фото 1 *Radisson Blu Paradise Resort 2 Spa — новый отель прибрежного кластера Сочи*

Фото 2 *В отеле Radisson Blu Resort&Congress есть всё для отдыха…*

Фото 3 *…и для работы*

Безопасность гостей и участников XXII Олимпийских игр будут охранять 30 тыс. сотрудников полиции, сообщает «Огонек».

На время Олимпиады население Сочи вырастет на 1,2 млн человек — именно столько гостей ожидают в городе.

По подсчетам компании P&G Professional, 5 434 952 единицы посуды будут подаваться на столы гостей Олимпиады ежедневно.

тит террасу отеля Radisson Hotel Rosa Khutor в швейцарский ресторан с классическим ассортиментом: фондю, макароны альпийских пастухов, раклет, швейцарские колбаски. Посетители получат возможность немного отдохнуть от напряженного ритма Олимпиады и попробовать известнейшие швейцарские блюда.

Евгений Бугровский, операционный директор компании HELIOPARK Hotels & Resots, согласен с коллегами в том, что на плечах отельеров, работающих на Играх в Сочи, лежит особая ответственность. «В наших отелях в Сочи — апарт-отеле Valset Apartments by HELIOPARK (394 номера) и курортном HELIOPARK Freestyle (174 номера) — проведены тренинги персонала с привлечением опытных экспертов из других отелей сети. Без практики персонал тоже не остался — весь прошедший год происходило обучение в ситуации, приближенной к олимпийской, в периоды проведения тестовых соревнований в течение всего года, предшествующего Олимпиаде», — рассказал г-н Бугровский.

Игры закончатся. Что дальше?

Никогда еще Сочи не чувствовал такого внимания к себе. Отельеры, работающие в Сочи, не скрывая, говорят об особом грузе ответственности. Главное сейчас для них — выдержать олимпийский экзамен.

Но продлится Олимпиада всего 17 дней. Что ждет отели Сочи после Игр?

Дискуссии на эту тему не затихают с момента объявления Сочи олимпийской столицей и планирования грандиозного строительства на курорте.

Кто будет заполнять новые гостиницы? Еще на самом старте подготовки к Играм представитель глобального гостиничного оператора заверял автора статьи, что будущее Сочи — это будущее центра конгрессного и событийного международного туризма. Да, иностранные туристы практически не посещали курорт до Олимпиады, но ведь и инфраструктуры такой в Сочи не было!

Гостиничные операторы прогнозируют некоторый спад в загрузке и ценах в первые годы после Игр, но считают, что интерес к Сочи вырастет и постепенно рынок освоит новое предложение. Преимущественное положение будут иметь гостиницы горного кластера: они менее подвержены сезонности, будут заполняться и зимой, и летом.

Что касается масштабных событий в столице XXII Олимпиады, прогноз на этот счет уже начал сбываться: этапы «Формулы-1», предстоящий чемпионат мира по футболу — это уже заявленные события. Если спортивные объекты Игр покажут себя с лучшей стороны — Сочи будет обеспечен приток соревнований разного уровня.

Гостиничные операторы прогнозируют и рост спроса на проведение различных деловых форумов в Сочи. По мнению ряда экспертов, отели под управлением международных операторов будут бронировать под групповые деловые поездки их корпоративные клиенты (на волне интереса к курорту после проведения Олимпиады). Спрос со стороны российских крупных компаний тоже будет: все-таки Сочи — уникальный для России курорт на теплом море. К слову, большинство новых гостиниц Сочи предлагают конгресс- и конференц-услуги. Например, конференц-центр недавно открытого «Pullman Сочи Центр» обладает площадью более 2800 кв. м и предлагает эксклюзивную концепцию проведения мероприятий Co-meeting. Это инновационный подход в проведении встреч, конференций и значимых событий. Комплекс также предлагает зону отдыха ChillOut, оборудование нового поколения, креативные кофе-брейки, а также помощь менеджера по проведению мероприятий.

Конгрессный центр отеля Radisson Blu Resort & Congress Center включает 11 залов, оборудованных согласно последнему слову техники, самый крупный из них, «Премьер», имеет площадь 1500 кв. м.

По данным исследования Trivago (tHPI), во время проведения зимних Олимпийских игр 2014 года стандартный двухместный номер в гостиницах города-курорта стоит в среднем 8,113 руб. (179 евро) за ночь. Минимальная стоимость номера в период с 7 по 23 февраля 2014 года зафиксирована в ночь с 20 на 21 февраля 2014 года и составит в среднем 6,767 руб. (149 евро, +84%). Самая высокая цена за весь период зарегистрирована в пятницу, 21 февраля 2014 года, и составляет 14,169 руб. (312 евро, +285%) при размещении в стандартном двухместном номере. В два заключительных дня Олимпийских игр стоимость проживания в отеле не превысит 7,720 руб. (170 евро). Средняя стоимость размещения в стандартном двухместном номере на церемониях открытия и закрытия Игр составит 7,448 руб. (164 евро) и 6,857 руб. (151 евро) соответственно.
Цены на размещение в Сочи в период проведения Игр регулируются на законодательном уровне. Поэтому посетителям Олимпиады в Сочи придется платить за номер в отеле значительно меньше, чем, например, в Лондоне в 2012 году. Стандартный двухместный номер в столице Великобритании в сутки стоил в среднем 18,211 руб. (401 евро).

Швейцарский бренд Solis пришел в Россию через Сочи

Не только гостиничная инфраструктура призвана способствовать росту популярности Сочи как центра конгрессного туризма: «Адлер-Арена», построенная для проведения соревнований по конькобежному спорту, после Игр превратится в крупнейший выставочный центр юга России.

Для успешного управления гостиничным фондом Сочи в будущем будет необходимо разработать четкое позиционирование курорта, поскольку повышенная популярность после Игр приведет к потоку туристов, но лишь на первое время. Обычно жители страны, которые не смогли попасть на сами Олимпийские игры, в течение первых полутора лет после их проведения стремятся посетить регион и увидеть своими глазами место, где проходили события Олимпиады, считают аналитики Hospitality Income Consulting .

Пути «особого» статуса курорта сейчас рассматриваются. Председатель правления Сбербанка (главного инвестора олимпийских объектов) **Герман Греф** считает наилучшей перспективой для Сочи создание игорной зоны в горном кластере. В пример он приводит горнолыжные курорты Швейцарии, которые в низкий сезон зарабатывают главным образом благодаря казино.

Как продаются отели Сочи на даты, следующие за Олимпийскими и Паралимпийскими играми? Есть ли уже заявки от покупателей?

«Безусловно, заказы уже есть, и хочу отметить, что количество запросов как на номера, так и на проведение мероприятий растет с каждым днем. Мы получили уже много запросов на майские праздники и на летний сезон 2014 года, — делится информацией Брайан Глисон. — Radisson Blu Paradise Resort & Spa является уникальным отелем, который подходит как и для отдыха с семьей, так и для проведения мероприятий. Отличительной чертой отеля является наличие одного из самых больших спа-комплексов на юге России — СПА «СИБО», собственного пляжа и многофункциональной конференц-площадки, которая подходит для масштабных мероприятий, в том числе таких, как презентация автомобилей и проведение модных показов.

Ольга Пузина также довольна ходом постолимпийских продаж: «Запросы на аренду конференц-залов и проведение мероприятий в отелях поступают каждый день от постоянных и новых клиентов. Причем мы получаем запросы на проведение как деловых, так и частных мероприятий, например заказы на свадебные церемонии в отеле Radisson Rosa Khutor.

С оптимизмом оценивает интенсивность и глубину продаж отелей сети Accor Алексис Деларофф: «Отели уже получили множество заказов на 2014 год, включающих аренду конференц-залов, проведение мероприятий и проживание в гостинице, в основном это даты предстоящего этапа «Формулы 1», майские праздники и летний туристический сезон».

Полина Лебедева также отмечает, что заказы на сочинские отели поступают регулярно. Отели в Красной Поляне на сегодняшний день больше известны. Гостиница в Имеретинке только выходит на рынок и начинает набирать обороты.

В ближайшей перспективе самые оптимистичные прогнозы относительно спроса на сочинские гостиницы оправдываются. Что будет дальше: станет ли Сочи российским Монако или российскими Каннами? По большому счету, шанс на большое туристическое будущее Сочи получил — теперь важно им правильно воспользоваться.

Элеонора Арефьева

Петербург: в новичках — только отели luxury

Ушедший в историю 2013 год для гостиничного бизнеса Петербурга вновь не был отмечен масштабными открытиями гостиниц. Но зато все отели, которые впервые приняли гостей в прошлом году, можно отнести к знаковым объектам.

За этот год, по данным представителя Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга Николая Исаева, было открыто три отеля: Four Seasons Hotel Lion Palace St. Petersburg, официальная гостиница Государственного Эрмитажа, отель «Дворец Трезини».

Отличительной особенностью гостиниц, которые пополнили петербургский гостиничный фонд, является то, что все они относятся к сегменту luxury.

В конце прошлого года должен был также распахнуть свои двери для первых постояльцев отель Indigo, однако он пока не принимает гостей.

Four Seasons Hotel Lion Palace St. Petersburg

После окончания длительной реставрации и реконструкции легендарный «Дом со львами» возвратился к жизни в качестве первого отеля сети Four Seasons Hotels&Resorts в России и официально начал принимать гостей с 7 июля 2013 года.

Теперь у знаменитого «Дома со львами» еще одно имя — Four Seasons

Знаменитый дворец, созданный архитектором Огюстом Монферраном и увековеченный в поэме Александра Пушкина «Медный Всадник» (1833), становится неповторимым местом притяжения для путешественников и городских законодателей культуры и светских мероприятий.

Отель находится в самом сердце Петербурга недалеко от отелей «Астория» и «W St. Petersburg». Four Seasons Hotel Lion Palace St. Petersburg расположен всего в двух кварталах от Дворцовой площади, на пересечении Адмиралтейского и Вознесенского проспектов, рядом с Исаакиевским собором, архитектором которого также был Огюст Монферран. Дворцовая атмосфера ощущается, как только гости входят в лобби, парадная лестница, напоминающая лестницу Зимнего дворца, усиливает это ощущение.

«Мы хотим стать любимым местом для встреч в Санкт-Петербурге. Я уверен, что наш великолепный бальный зал увидит множество мероприятий, и для многих пар новая жизнь начнется со свадьбы в нашем отеле», — говорит Мартин Ромберг, генеральный управляющий нового отеля.

Уникальное здание треугольной формы, почти двести лет охраняемое парой мраморных львов, упомянутых в поэме Пушкина, первоначально было построено в качестве элитного доходного дома, как многие другие дворцы в Санкт-Петербурге. Дом со львами принадлежал княгине Клеопатре Лобановой-Ростовской, жене князя Алексея Лобанова-Ростовского. Дворец просуществовал в качестве доходного дома всего семь лет, после чего в нем было размещено Военное министерство. В течение XX века интерьеры здания многократно перестраивались под нужды разнообразных организаций, квартировавших во дворце: здесь было общежитие, школа, проектный институт…

От оригинальных интерьеров великолепного дворца почти ничего не сохранилось, и здание пребывало в плачевном состоянии до того момента, когда администрацией президента Российской Федерации было принято решение о возрождении этого архитектурного памятника в качестве отеля класса люкс — первого отеля Four Seasons в России.

Мартин Ромберг особо отметил: «В таких масштабных и сложных реставрационных работах всегда трудно назвать точную дату окончания. Данный проект растянулся уже почти на десятилетие. Каждый, кто знает детали нашей работы во Флоренции или Будапеште, понимает, что Four Seasons распахнет для гостей двери нового роскошного комплекса только тогда, когда каждая мельчайшая деталь будет доведена до совершенства. Терпение обязательно вознаграждается, и я уверен, что открытие Four Seasons Hotel Lion Palace стало главным событием в гостиничном бизнесе в 2013 году».

Four Seasons со своими партнерами реализовывал проект в тесном сотрудничестве с российским властями. При этом были соблюдены все требования по охране памятников истории и искусства, а также городские стандарты строительства.

Реставраторы также восстановили скульптурную группу на крыше над центральным входом во дворец. В ней изображены музы, хотя их часто путают с ангелами, поддерживающие герб Российской империи.

Таким образом, новый отель гармонично вписывается в панораму Северной столицы и отвечает высочайшим требованиям, предъявляемым к гостиницам Four Seasons.

Каждый номер отеля уникален благодаря конфигурации исторического здания.

Шеф-повар отеля, обладатель двух звезд Michelin Андреа Аккорди, вложил столько же сил в создание смелых новых меню, сколько реставраторы в доведение до совершенства архитектурных деталей.

В Чайной гостиной, расположенной в атриуме, образованном одним из оригинальных внутренних дворов Дома со львами, гости могут наслаждаться завтраком, традиционным послеполуденным чаем (включая чай, подаваемый в самоваре), а также горячим шоколадом и кофе. Здесь же гости смогут попробовать традиционные русские блюда.

Бар Xander предлагает гостям широкий выбор алкогольных напитков высочайшего качества, включая 40 видов водки и дюжину видов шампанского, дополненных икрой, копченым лососем и другими закусками. Любители сигар найдут в баре большую коллекцию лучших их сортов. Стены бара покрыты ореховыми панелями, а уникальный двусторонний камин разделяет его на два помещения и создает теплую атмосферу в любую погоду.

Новая концепция азиатской кухни представлена в ресторане Sintoho, чье название происходит от городов Сингапур, Токио и Гонконг. Над дизайном ресторана трудилась японская студия SPIN. Стойка для суши, два обеденных зала и зал с грилем теппаньяки могут разместить как большие компании, так и индивидуальных гостей.

Открытие еще одного ресторана стало гастрономическим событием в городе — это ресторан Percorso, концепция которого выстроена как кулинарный тур по Италии.

В марте 2014 года в отеле откроется эксклюзивный спа-центр, размещенный на четырех этажах внутри дворцового внутреннего двора. Здесь будет восемь процедурных кабинетов, русская парная, фитнес-центр и бассейн для релаксации под стеклянным куполом.

Интерьеры дворца представляют собой великолепный фон для свадебных и официальных фотографий, и уже этого может быть достаточно, чтобы побудить невест и женихов, а также организаторов мероприятий выбрать Four Seasons Hotel Lion Palace St. Petersburg для проведения своих самых важных событий.

Изысканный бальный зал «Монферран» позволяет провести мероприятие на 350 человек, а семь дополнительных залов предлагают прекрасно оборудованное пространство для встреч и конференций.

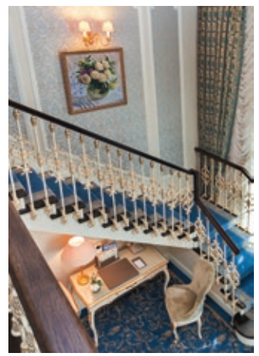
Официальная гостиница Государственного Эрмитажа в Санкт-Петербурге

В конце года состоялось открытие официальной гостиницы Государственного Эрмитажа в Санкт-Петербурге. Новая пятизвездная гостиница является уникальным проектом, в рамках которого музей с мировым именем сотрудничает с гостиницей класса люкс.

Уникальная концепция, особая атмосфера и изысканные интерьеры гостиницы класса люкс — единственной в мире официальной гостиницы музея Государственный Эрмитаж в Санкт-Петербурге — позволяют сделать пребывание гостей в Санкт-Петербурге по-настоящему незабываемым, полным богатых впечатлений, насыщенным по содержанию и вместе с тем легким и комфортным. Постояльцам гостиницы предоставляется необыкновенная возможность соприкоснуться с богатой «живой историей» города, ощутить его очарование, в привилегированном порядке ознакомиться с хранящимися в Эрмитаже сокровищами мирового культурного наследия, в том числе путем доступа к специальным программам главного музея страны. Всё лучшее из мирового опыта и инновационных технологий гостиничного дела гармонично соединено с лучшими традициями русского гостеприимства для удовлетворения различных потребностей гостей высшего порядка.

Официальная гостиница Государственного Эрмитажа расположена по адресу: ул. Правды, дом 10, в центральной части города, которую принято называть Петербургом Достоевского. Государственный музей Эрмитаж находится в 10 минутах езды, для

Из окон гостиницы «Эрмитаж» открывается вид на Петербург Достоевского



Один из номеров официальной гостиницы Государственного Эрмитажа: изысканность во всем

гостей отеля между гостиницей и музеем постоянно курсирует бесплатный автобус.

Гостиница предлагает 126 просторных и светлых номеров и люкс-апартаментов различных категорий, каждый из которых оформлен в классическом стиле и отражает оригинальную концепцию интерьеров Государственного Эрмитажа.

К услугам гостей ресторан высокой кухни «Екатерина Великая», который предлагает посетителям изысканные блюда из меню, разработанного на основе традиционной русской кухни, и исторические меню императорской резиденции — Зимнего дворца, а также ресторан «Микеланджело», в котором гости смогут открыть для себя традиционные блюда итальянской кухни.

Для желающих провести корпоративную встречу, торжественный ужин, коктейль, кофе-брейк и деловые переговоры официальная гостиница Государственного Эрмитажа предлагает комфортные помещения, оснащенные по последнему слову техники.

Гостиница расширяет спектр дополнительных услуг, на ближайшие месяцы в гостинице запланировано открытие спа-зоны и тренажерного зала.

Отель «Дворец Трезини»

Этот отель распахнул свои двери летом прошлого года. Он расположился в восстановленных интерьерах одноименного дома знаменитого архитектора. Дворец был построен по указу императора Петра I в 1723 году. Резиденция первого зодчего Санкт-Петербурга расположена на Васильевском острове, на одной из самых красивых набережных города — Университетской, совсем рядом с главными городскими достопримечательностями и памятниками архитектуры.

После реставрации зданию вернули первоначальный вид и историческое очарование. В этом бутик-отеле 21 номер. Роскошные люксы с площадью номеров от 50 до 80 кв. м с панорамным видом на набережную Невы и Исаакиевский собор, антикварный стиль и шикарные интерьеры удачно сочетаются со всеми достижениями современной индустрии комфорта. В результате отель получил категорию 5*.

Гостям предоставляются круглосуточные услуги персонального дворецкого и консьержа, вертолетные прогулки над Санкт-Петербургом. Залы для конференций и совещаний, услуги секретаря и переводчика в течение всего времени пребывания, спутниковое и кабельное телевидение, высокоскоростной доступ в Интернет помогут провести переговоры и деловые встречи. В отеле можно проводить и мероприятия торжественного характера.

В отеле имеется ресторан «Мария-Карлотта» на 30 посадочных мест. Он так назван в честь жены Трезини. В нем камерная атмосфера, изысканная европейская и русская кухня, богатая винная карта и превосходный сервис.

Beauty-услуги от команды стилистов и спа-специалистов доступны прямо в номере отеля.

По словам Таисии Андреевой, генерального управляющего отеля, главная концепция отеля заключается в том, чтобы привнести в отдых наших гостей максимум комфорта, максимум индивидуальности. «Мы реализуем любые пожелания гостей. Мы можем организовать приезд любого лучшего шеф-повара города, который на кухне нашего ресторана приготовит блюдо, а затем накрыть стол в зале, где обедал и ужинал Трезини», — сказала она.

Сервис отеля «Дворец Трезини» был по достоинству оценен присуждением международной премии Luxury Lifestyle Awards — 2013, которая учреждена для компаний сегмента люкс за их инициативы и исключительные достижения.

Реставрация здания отеля проведена по проекту архитектурного бюро «Литейная часть — 91». Реставраторы компании «Невский реставратор» восстановили лицевой фасад и внутренние помещения. В обновленном виде представлены исторические вестибюль, парадная лестница, анфилада залов второго этажа, гостиная, кабинет, буфетная и столовая.

Реставрационные работы, проходившие под наблюдением комитета по охране памятников архитектуры в течение двух лет, приняты государственным архитектурно-строительным надзором.

В наступившем году в Санкт-Петербурге планируются к открытию гостиницы Park Inn Pulkovo Airport (200 номеров) и Hilton и Hampton by Hilton ExpoForum St. Petersburg (примерно 400 номеров). Примечательно, что в 2014 году в ряду открытий — лишь один отель верхнего ценового сегмента, два других относятся к классам economy и mid-market.

Никита Савояров

Отель «Дворец Трезини»

Best Western: новые возможности

Бренды Best Western дают владельцам гостиниц новые возможности. Предложение компании Best Western International выгодно отличается от предложений других гостиничных сетей.

Best Western недавно добавила в свое портфолио две новые гостиницы в России и успешно развивается на постсоветском пространстве. Предстоящее открытие гостиницы в Тбилиси – знак того, что этот рост будет продолжаться.
Новые гостиницы расположены в Иваново на Золотом кольце – коллекции старинных русских городов к северо-востоку от Москвы, и в Калуге – новой столице российского автопрома.
Гостиница «BEST WESTERN Русский Манчестер», Иваново – уже вторая гостиница Best Western в городах Золотого кольца. Дебют бренда на Золотом кольце состоялся в Суздале, он украсил арт-отель «Николаевский посад».

Гостиница «BEST WESTERN Калуга» расположена в самом центре европейской части России, в городе Калуге, в 170 км от Москвы
Эти новые отели присоединяются к гостиницам «BEST WESTERN PREMIER Мона Бутик» в Шереметьево и «BEST WESTERN PLUS Спасская» в Тюмени, загородному подмосковному отелю «BEST WESTERN Кантри Резорт», «BEST WESTERN арт-отелю» в Суздале, «BEST WESTERN БЕСТ Вега Отелю и Конгресс-Центру» в Москве и к гостиницам под брендом Best Western в Севастополе, Кишиневе и Алматы.

Best Western предлагает независимым владельцам гостиниц возможность стать частью международной сети, при этом сохранив за собой оперативный контроль. Отелю обеспечивается дополнительная международная аудитория через системы глобального бронирования (GDS) и программу лояльности Best Western Rewards. Эти маркетинговые инструменты очень успешно проявили себя с момента запуска в России в середине 2011 года. С появлением сайта на русском языке (www.BestWesternRussia.ru) и русскоговорящих агентов в центральном офисе бронирования мы можем предложить потенциальным клиентам комфортные возможности бронирования.

Гостиница «BEST WESTERN PLUS Спасская» в Тюмени одной из первых начала успешно использовать эту систему. Как заметил Виталий Самолик, генеральный директор гостиницы, в отеле «извлекли реальную пользу для своего бизнеса за время сотрудничества с Best Western». С момента открытия в январе 2012 года в гостинице значительно возросли цены на номера и загрузка номерного фонда. Предприятие с отличными результатами заканчивает 2013 год и имеет хорошие перспективы для продолжения роста в 2014-м.
Г-н Самолик также сказал, что он ожидает увеличения конкуренции в Тюмени за иностранных гостей, и, по мнению отельера, дополнительная ценность программы Best Western Rewards станет ключом к успеху в сохранении лояльности клиентов.

Станьте частью самой большой гостиничной семьи в мире

Сеть Best Western International будет представлена на собственном стенде на Международной выставке MITT в Экспоцентре в Москве 19–22 марта и приглашает всех владельцев и менеджеров гостиниц, которые хотели бы обсудить возможность развития своего бизнеса с компанией. Вы сможете встретиться с нашими сотрудниками и обговорить возможные преимущества и требования для вступления в сеть. Приходите к нам на стенд в павильон 1 или свяжитесь с Карлом де Лэйси (Karl de Lacy), чтобы назначить время встречи.
С Карлом можно связаться по адресам:
development@bestwesternrussia.ru | karl.delacy@bestwestern.com | +353 1 460 5100

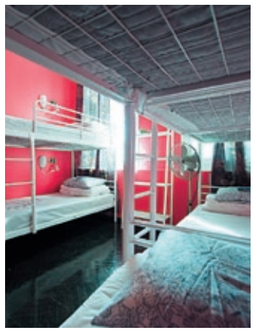
Трудно быть хостельером

Хостелы, уже давно привычные в Европе и на других континентах, стали с недавних пор и заметной российской реальностью. До такой степени, что сегодня уже сформировалась необходимость анализа проблем и трендов развития этой группы средств размещения. Состоявшая в январе в Москве конференция Лиги хостелов собрала около 150 российских и иностранных участников, которые обсудили деятельность хостелов и других малых средств размещения, пути повышения профессионализма в данной области.

У аудитории, средний возраст которой 25–30 лет, наибольший отклик вызвали два вопроса. Первый — прагматический: ожидающаяся в скором времени обязательная классификация. Второй — в некотором смысле «коммунальный»: как вести себя в ситуации, когда соседом-хостелом недовольны жильцы дома? В этом особенность положения хостела — одного из самых бюджетных средств размещения на туристическом рынке. Хостельер должен быть чист перед государством, выполнять законы и соответствовать рекомендуемым отраслевым стандартам. Кроме того, надо быть «белым и пушистым» с теми, кто вроде к твоему бизнесу прямого отношения не имеет, но с кем практически каждый день приходится сталкиваться в подъезде, на лестничной клетке, ведь многие хостелы распложены в жилых домах.

Итак, классификация. Пройти ее процедуру предстоит уже очень скоро: в ряде регионов, включая Москву и те города, где пройдет футбольный чемпионат мира — 2018, — до 1 июля 2015 года, в других — несколько позже. Но со временем она охватит абсолютно все средства размещения страны.

Кстати, в России уже даже определяют хостел по-своему. Международный стандарт ICO характеризует хостел просто как молодежный отель. В подготовленных же и обсуждающихся сейчас новых российских стандартах сказано: хостел — это средство размещения, рассчитанное на малобюджетный туризм, преимущественно молодежный, как правило, с многоместным размещением и санитарными службами за пределами номеров, и ориентированное на людей с малым достатком и на желающих сэкономить. Разработавший эту формулировку ВНИИ стандартизации пока предоставил возможность всем, кто в этом заинтересован, поучаствовать в ее обсуждении, как и в обсуждении иных стандартов, касающихся деятельности хостелов, на сайте института для этого есть специальный электронный адрес, все мнения будут учтены и проанализированы. После утверждения новых стандартов они будут разосланы по регионам. И только когда их там внимательно изучат, то есть через полгода, они будут размещены на сайте Росстандарта и вступят в силу. Уточним, речь не только о стандарте, непосредственно посвященном хостелам, но еще и о других стандартах, имеющих к деятельности хостелов прямое отношение: информации для потребителей, подготовке персонала, особых условиях для детей и подростков, лиц с ограниченными физическими возможностями.



Хостел сети Bear Hostels

Подробно говорили в своих выступлениях о юридических, организационных и технических аспектах предстоящего процесса классификации эксперты ВНИИ стандартизации Людмила Сапожникова и Валентина Ковалевская. Проводить классификацию будут на местах аккредитованные организации-эксперты. Сам процесс займет около трех месяцев, включая подготовку документов, инструктаж персонала, собственно экспертизу и выдачу свидетельств. Почему проблема классификации столь тесно увязана с новыми стандартами? Все просто: пройдя обязательную государственную классификацию, хостел должен будет этим стандартам полностью соответствовать — они перестают быть всего лишь рекомендательными. Новые национальные стандарты как раз и включают в себя все требования обязательной государственной классификации. Некоторые участники конференции удивлялись: а вот такая-то коммерческая фирма нас уже классифицировала, выдала свой сертификат, и что, теперь надо заново всё проходить?

«Да, во многих в регионах, и это особенно типично для олимпийского Сочи, выдается огромное количество самых разных сертификатов, удостоверений и прочих красивых бумаг, не имеющих отношения к обязательной государственной классификации и вовсе не отменяющих ее необходимость, — пояснила Валентина Ковалевская, главный эксперт ВНИИС. — Все эти «бланки с елочками» могут быть очень даже хороши, но лишь в качестве дополнения к государственному документу. А проводить государственную классификацию вправе лишь организации-эксперты, аккредитованные при местных органах власти».

«Ждем, когда систему классификации утвердит Минюст и она вступит в силу, — заключила член правления Лиги хостелов, адвокат Наталья Петровская. — Это, несомненно, будет способствовать успешному регулированию деятельности малых средств размещения».

А вот с новыми санитарными нормами Роспотребнадзора, также находящимися сейчас на этапе утверждения, дело обстоит сложнее. Документ этот пока явно недоработан, с чем согласились и участники конференции. Для гостиниц он вроде бы справедлив и хорош. Но абсолютно не учитывает специфику хостелов. В частности, он содержит указание на то, что средства размещения, расположенные в жилых строениях, непременно должны иметь отдельный вход и автономные санитарные сети. Но это требование для хостелов невыполнимо. Кстати, многочисленные рестораны и кафе, которые находятся в таких зданиях, тоже не могут соответствовать подобным требованиям. Формулировки непременно следует скорректировать, приблизить к реальности, и в этом, в частности, Лигу хостелов поддерживает Москомтуризм.

Ведь именно на примере Москвы все тренды и проблемы развития хостельного сектора особенно ярко заметны. Сегодня в столице хостелы предлагают постояльцам около 12 тысяч мест, и это, заметим, существенный вклад в развитие туристской инфраструктуры города, в котором, по данным Москомтуризма, сейчас около 450 самых разных — на любой вкус и достаток — средств размещения.

«Когда в декабре 2010 года город только начинал работу по созданию хостелов, было немало скептиков, которые утверждали, что столица, особенно центральная ее часть, где, конечно же, и предпочитают размещаться гости, не место для хостелов. Однако уже в мае следующего года первые 40 таких малых средств размещения стали им лучшим ответом, — рассказал на конференции председатель Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы Сергей Шпилько. — И сегодня в нашем городе уже успешно функционируют около сотни хостелов».

Любому малому бизнесу приходится встраиваться в непростые условия существования в мегаполисе. И «коммунальная» проблема, взаимоотношения с жильцами-соседями — в этом ряду. Непросто молодым руководителям и администраторам хостелов разрешать возникающие порой конфликты. Это во многом связано, как было понятно из выступлений и вопросов с мест на конференции, с тем, что, прямо скажем, не хватает им пока опыта «выруливания» из потенциально конфликтной ситуации. Маловато и юридических знаний.

Некоторые соседи вообще даже порой сомневаются: законно ли въехал в их дом столь необычный групповой «жилец» — хостел? «Легализовывать» хостелы на самом деле вовсе не требуется — их создание законно уже в соответствии с Гражданским и Жилищным кодексами, где не только нет на сей счет запретов, но и прямо сказано: квартиры могут сдаваться в наем. Другое дело, что при подобном соседстве важно не создавать неудобств ни для кого. В статье 17, пункт 4, Жилищного кодекса написано: использование жилых помещений не должно нарушать права соседей и санитарные нормы.

Кухня и один из номеров столичного экохостела Backpacker

И тут мы возвращаемся к тому, с чего, собственно, и начали разговор: законам надо следовать — как в отношениях с государством, так и в социально-бытовых коллизиях. Организаторам хостелов придется — и никуда от этого им не деться — следить, например, за тем, чтобы постояльцы соблюдали тишину в ночные часы, не курили в подъездах. Необходимо установить и отдельные водосчетчики.

Собственно, круг обязательных документов, которые следует изучить и соблюдать владельцам хостелов, конкретен: это Закон об основах туристической деятельности, Закон о безопасности зданий и сооружений, Закон о пожарной безопасности, Закон о безопасности оборудования и, естественно, Закон о защите прав потребителей.

Особое внимание в наше непростое время хостельерам нужно уделять вопросам безопасности, предотвращению террористической угрозы.

На конференции шла речь и о том, что хостельеры должны постоянно пополнять свой сервисный и маркетинговый арсенал: предлагать гостям необычные новые услуги, туристические программы собственного изобретения. На то он и малый бизнес, к тому же еще и бизнес молодежный, чтобы развиваться энергично, опережая новейшие тренды.

Константин Исааков

Мировая премьера: «Смарт-мероприятия» от Park Inn by Radisson

В конце октября прошлого года в крупнейшей конгрессной гостинице Санкт-Петербурга «Park Inn by Radisson Прибалтийская» компания Carlson Rezidor, лидирующий международный гостиничный оператор в России, организовала мировой запуск концепции «Смарт-мероприятия» бренда Park Inn by Radisson.

Цель инновационной концепции «Смарт-мероприятия» от Park Inn by Radisson — проведение мероприятий максимально эффективно и успешно. Ключевыми факторами этой концепции являются связь, выбор и сообщество.

Три ключевых фактора были выбраны не случайно, поскольку они во многом и являются залогом успеха мероприятия.

Так, связь и информация — пожалуй, самое ценное, что может быть для делового человека. Современный мир не существует без Интернета, и иногда от качества связи многое зависит. Гости отелей Park Inn by Radisson всегда остаются на связи с бесплатным доступом в Интернет Surf4Free, работающем на любом устройстве в любой зоне отеля круглосуточно.

Следующим важным фактором успеха мероприятия является выбор — еще одна составляющая в концепции «Смарт-мероприятия». Во-первых, имеется в виду выбор географический: концепция будет внедрена во всех отелях сети, а сеть Park Inn by Radisson покрывает множество городов и стран. Только в России под брендом Park Inn by Radisson работают 15 гостиниц. Второй аспект касается многообразия пакетов услуг для проведения мероприятий, а гибкий подход к организации рабочего пространства позволит предложить заказчикам встреч оптимальное соотношение цена/качество.

Кроме того, новая концепция подразумевает уникальное смарт-меню. В него входят только сбалансированные полезные и вкусные блюда из натуральных продуктов того региона, где находится отель. Еда подается маленькими порциями, чтобы есть ее можно было одной рукой: подача производится таким образом, что даже во время кофе-брейков участники мероприятий могут оставаться мобильными. Все блюда питательны, но при этом содержат небольшое количество жира и богаты белками. Рыба, включенная в меню, содержит кислоту «Омега-3», большой акцент сделан на использовании в меню овощей и фруктов. Другими словами, смарт-меню составлено таким образом, чтобы повысить работоспособность каждого делегата мероприятия не в ущерб вкусу.

И третий аспект — сообщество, включает программу лояльности Club Carlson и делает серьезный акцент на развитие философии ответственного бизнеса. Например, в отелях сети уделяют большое внимание социальной жизни в регионах присутствия, откликаются на различные общественные проблемы. Группа Carlson Rezidor, которая управляет брендом Park Inn by Radisson, реализует программу по энергосбережению Think Planet, а также компенсирует эмиссию углерода после встреч и мероприятий в рамках программы «Club Carlson для организаторов мероприятий».

Смарт-меню — важная и очень приятная составляющая новой концепции

«Наша инновационная концепция «Смарт-мероприятия», предлагающая безлимитный доступ в Интернет Surf4Free, предназначена для максимизации эффективности эвентов любого формата, которые проводятся в отелях бренда Park Inn by Radisson», — отмечает Эрик Де Ниф, старший вице-президент по маркетингу и отношениям с клиентами бренда Park Inn by Radisson. «Мы даем участникам мероприятий возможность полностью сосредоточиться на достижении поставленных бизнес-задач и берем на себя обеспечение всех важнейших составляющих успешного мероприятия», — добавляет г-н Де Ниф.

Говоря о концепции «Смарт-мероприятия», Том Фланаган, региональный вице-президент по Восточной Европе компании Carlson Rezidor, отметил, что Россия и Санкт-Петербург, в частности, были выбраны для мировой премьеры концепции не случайно. «Россия — это страна больших возможностей, где рынок деловых встреч активно растет и развивается, а Санкт-Петербург — одно из ключевых бизнес-направлений в России. Учитывая, что концепция «Смарт-мероприятия» стартовала в России, она была подготовлена для российского рынка. Запуск этой концепции стал знаковым событием для компании в 2013 году», — сказал он.

После масштабного запуска в России программа «Смарт-мероприятия» выходит на рынок Прибалтики — отели Park Inn by Radisson в Литве (Вильнюс, Каунас, Клайпеда) и Эстонии (Таллин) уже в марте смогут предложить организаторам мероприятий новую концепцию. А во втором квартале 2014 года запуск концепции «Смарт-мероприятия» планируется в отелях Park Inn by Radisson в Донецке, Астане и Баку.

Г-н Фланаган, говоря о планах развития сети и концепции «Смарт-мероприятия», отметил, что бренд Park Inn by Radisson будет продолжать активно развиваться в России, поддерживая тем самым репутацию одного из самых динамичных гостиничных брендов. «Мы видим возможности для развития бренда средней ценовой категории Park Inn by Radisson как в столице, так и в региональных российских городах, — отмечает г-н Фланаган. — На гостиничном рынке Москвы существенно не хватает качественных отелей именно среднего ценового сегмента, таких как Park Inn by Radisson. Что касается недавних открытий, в 2013 году в нашем регионе отели Park Inn by Radisson открылись в Астане, бренд вышел на рынок Казахстана, в Петрозаводске, первый международный отель открыт в столице Карелии, а также в Ярославле».

«Если же суммировать все отели, работающие под нашим брендами в России, СНГ и Прибалтике, то на текущий момент под управлением компании Carlson Rezidor в этом регионе работают 49 отелей более чем на 13 тысяч номеров. Таким образом, компания Carlson Rezidor подтверждает свой статус лидирующего международного гостиничного оператора в России, СНГ и Прибалтике», — добавляет Том Фланаган.

Что касается будущих открытий, в 2014 году портфолио компании пополнится еще семью отелями Park Inn by Radisson в регионе Россия и СНГ: в Санкт-Петербурге, Сочи, Волгограде, Новосибирске, Нижнем Новгороде, Киеве и Алматы. Кроме того, планируется открытие отелей бренда Radisson в Завидово, аэропорту Шереметьево и Челябинске. Также, по словам Тома Фанагана, знаковыми проектами сети станут отели Radisson Congress Hotel на 400 номеров и Park Inn by Radisson на 600 номеров (открытие запланировано на 2016 год). Они оба возводятся на территории ВВЦ. Здесь также предполагается строительство крупного конгресс-центра.

Александра Загер

СПРАВКА

Россия, как один из основных рынков бренда Park Inn by Radisson, стала первой страной внедрения MICE-концепции «Смарт-мероприятия». Концепция запущена в 15 российских отелях бренда Park Inn by Radisson в Астрахани, Москве (2), Санкт-Петербурге (3), Сочи, Одинцово, Екатеринбурге, Казани, Великом Новгороде, Мурманске, Ижевске, Петрозаводске и Ярославле. Таким образом, географически концепция представлена в буквальном смысле от А до Я. В совокупности действующие гостиницы бренда в России предлагают более 100 залов для проведения мероприятий самого различного формата, от 5 до 1500 гостей.
В течение двух следующих кварталов концепция будет представлена также в Скандинавии, странах Бенилюкса и Центральной Европе.

Закон экономии энергии

Нарастающий дефицит энергоресурсов и глобальные экологические проблемы повсеместно подталкивают производителей товаров и услуг внедрять энергосберегающие технологии. Не могут остаться в стороне и российские отельеры — ежегодное повышение тарифов на коммунальные услуги во всех регионах негативным образом сказывается на рентабельности средств размещения и заставляет их владельцев всерьез задуматься об экономии.

В Европе ресурсосберегающие — «зеленые» — технологии начали осваивать еще в конце 80-х годов XX века. У нас этому движению официальный старт дал Федеральный закон от 23 ноября 2009 г. №261-ФЗ «Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации».

Наибольший процент всех эксплуатационных расходов приходится на электроэнергию, тепло, водоснабжение. Как же можно сэкономить?

Первый шаг — пригласить специалистов для проведения энергоаудита, чтобы оформить энергопаспорт здания, в котором будет подробно описана структура энерго- и теплопотребления по всем подразделениям: номерной фонд, общественные и рабочие зоны, кухня и ресторан, прачечная и т.д. Специалисты смогут определить проблемные точки, в которых происходит перерасход энергии. На основании анализа они предложат те или иные технические решения, помогут выбрать оборудование, обучат персонал основным правилам его эксплуатации и организуют гарантийное и сервисное обслуживание.

Значительное снижение энергозатрат возможно при повсеместном использовании в здании энергосберегающего оборудования, тщательном приборном учете ресурсов и автоматизации управления всех инженерных систем (отопление, вентиляция, кондиционирование, водоснабжение и т.д.). Безусловно, комплексный подход дает набольший экономический эффект. И сегодня при строительстве новых гостиничных объектов всё чаще звучит выражение «умный дом» — это функциональная и эффективная система автоматизации всех инженерных решений. Она позволяет не только экономить, но и легко управлять оборудованием, контролировать все процессы, а также создать безопасный, функциональный и красивый интерьер.

Внедрение полной автоматизации систем в действующей гостинице — очень трудозатратное и дорогое удовольствие, поэтому рассмотрим доступные варианты.

Фото 1 *«Radisson Blu Waterfront Стокгольм». Стеклянные фасады этого здания — гелиоколлекторы, ежедневно они собирают 1 мВт энергии*

Фото 2 *Небольшой ветрогенератор позволяет обеспечить энергопотребности маленького отеля*

1

2

Энергосберегающие технологии

От 25 до 40% расходов за электричество в отелях обычно приходится на освещение. Самый простой и доступный шаг для снижения энергозатрат — установка энергосберегающего оборудования. Это могут быть датчики присутствия и движения, сумеречные переключатели, энергосберегающие светильники, которые не только значительно сокращают эксплуатационные расходы, но и снижают уровень выброса CO_2. Датчики движения и присутствия позволяют включать свет в технических помещениях — коридорах, складах, на лестницах и т.д. — только в тот момент, когда там появляется человек. После его ухода через некоторое время (в зависимости от настроек) свет гаснет.

Управление подачей электричества в номере может осуществляться с помощью интеллектуального энергосберегающего устройства, которое запускается ключом-картой для электронных замков. Устройство способно различать гостевые и служебные карты, и в зависимости от считанной информации оно активирует одно или два реле (например, включает электричество для всех типов карт, а телевидение — только для гостей). Программируется и время отключения света после изъятия карты — оно должно быть комфортным для людей. Это устройство дает гарантию, что, выходя из номера, гость не оставит включенными никакие электрические приборы, и позволяет экономить в номерах до 30–40% электроэнергии.

Самый простой и доступный способ экономии электроэнергии — замена ламп накаливания на энергосберегающие с диммером или светодиодные. Специалисты подсчитали, что экономия может быть от 40 до 80% затрат, так как эти лампы имеют низкое энергопотребление по сравнению с обычными и люминесцентными. Они более долговечны (срок службы — до 50 000 часов, или 15 лет), имеют защиту от скачков напряжения и не мерцают, они экологичны (не содержат ртути, нет проблем с утилизацией).

И хотя цена их выше, чем у обычных, но большинство окупается менее чем за год. Так, замена 40 галогенных ламп на светодиодные в одном из московских отелей дала годовую экономию в 130 тыс. рублей. Они окупились в первый год, а в последующий срок их службы прибыль отеля составила более 500 тыс. рублей.

Такие простые решения дают в общей сложности порядка 30–40% экономии электроэнергии.

При организации энергоснабжения отеля специалисты рекомендуют устанавливать системы аварийного освещения и бесперебойного электропитания, а также предусмотреть возможность дальнейшего наращивания энергосистемы.

В зависимости от бюджета гостиницы можно применить и более сложные решения: установить энергосберегающие лифты, телевизоры и холодильники; автоматические контроллеры интенсивности света, систему отключения кондиционера при открытии окна и т.д.

Нетрадиционные источники энергии

В определенных географических районах целесообразно использовать нетрадиционные источники энергии — солнечные батареи, ветрогенераторы. В Европе первая ветряная электростанция была запущена еще в 1900 г., а сегодня их насчитывается десятки тысяч. В среднем в мире 1,5% потребляемой электроэнергии вырабатывается ветроэнергетическими установками. Европейское агентство по окружающей среде EEA (European Environment Agency) прогнозирует, что к 2020 году 60–70% от общего объема потребляемой электроэнергии будет обеспечиваться за счет ветряных электростанций, причем около 10% будут давать построенные на воде. В России в промышленных масштабах ветрогенераторы практически не используются, но в последние годы на рынке появилось много предложений для малого бизнеса и личных хозяйств. В стране функционирует около 1600 малых ветроэнергетических установок мощностью от 0,1 до 30 кВт.

Небольшой ветрогенератор позволяет полностью обеспечить потребности маленького отеля. Установка весом в 150 кг производит в год до 32 тыс. кВт/ч электроэнергии. Она начинает работать при скорости ветра всего 3 м/с. При мощности генератора до 75 кВт не требуется никаких разрешений и согласований.

Солнечные батареи (СБ) устанавливаются на крышах зданий и боковых панелях домов, одна из стен которых сориентирована на юг. Они позволяют получить с 1 кв. м поверхности до 150 Вт электрической энергии, долговечны (срок эксплуатации — более 20 лет). В средней полосе СБ мощностью 1 кВт за год выработает 800 кВт/ч, на юге страны — до 1500 кВт/ч. Стоимость одной панели сегодня — порядка 15 тыс. рублей, окупаемость — от 2 до 20 лет.

Рынок стремительно продолжает развиваться, и уже появились решения, предлагающие для освещения помещений «солнечные трубы». С помощью специальных линз и отражателей естественный солнечный свет «собирается» и передается во внутренние помещения здания, что частично может заменить искусственный свет.

Экономия теплоресурсов

Одной из самых эффективных **энергосберегающих технологий отопления** является использование теплонакопителей, которые аккумулируют

Дорогостоящие технологии энергосбережения активно применяют там, где власти идут на компенсацию затрат бизнеса. Так, администрация Краснодарского края в рамках краевой целевой программы «Энергосбережение и повышение энергетической эффективности» предоставляет субсидии малому и среднему бизнесу. Предпринимателям дается возможность возместить до 50% затрат, понесенных ими в результате реализации энергосберегающих мероприятий, об этом рассказала Лариса Гришина, директор ГКУ КК «Центр энергосбережения и новых технологий», в интервью газете «Коммерсантъ».

Два сочинских отеля группы Rezidor получили «Зеленые ключи»

В мировой гостиничной индустрии инициатором движения по защите окружающей среды стала компания Rezidor Hotel Group — в 1989 г. она запустила программу **Responsible Business,** впоследствии объединившую следующие направления.

• Регулирование потребления энергии: рассчитанная на пять лет кампания Think Planet (2012 г.), цель которой до 2016 г. сократить потребление энергии на 25% во всех отелях группы Rezidor в Европе, на Ближнем Востоке и в Африке.
• Оптимизация потребления водных ресурсов.
• Сокращение отходов.
• Экомаркировка: сегодня порядка 220 отелей группы имеют сертификат «Зеленый ключ». Компания стремится к 2015 г. получить экомаркировку всех своих отелей.

Группа Rezidor выступает партнером движения «Всемирная уборка 2013», является участником инициатив Глобального пакта ООН (UN Global Compact) и постоянным участником акции «Час Земли».

Первым этапом программы **Think Planet** стал масштабный энергоаудит компании, в результате которого выработан план действий по сохранению энергии, включающий в себя ключевые приоритеты проекта.

В рамках операционной деятельности отелей акцентируется внимание на развитии правильных привычек по сохранению энергии, таких как выключение света и отключение электрических приборов, оптимальное использование обогрева и охлаждения, внимательное отношение к любым вопросам, связанным с сохранением энергии, и своевременное профилактическое обслуживание. Основными инструментами программы Think Planet являются простые и недорогие решения:

• установка датчиков дневного света и датчиков движения для освещения;
• повторное использование конденсата из кондиционера;
• установка сигнального устройства на морозильные камеры.

Значительные инвестиции были сделаны, чтобы обеспечить полный переход на использование энергоэффективного освещения во всех отелях, установить регулируемые вытяжные системы на кухнях, а также оптимизировать управление инженерными сетями, в том числе системами отопления, вентиляции и кондиционирования.

В зависимости от природно-климатических условий местоположения отелей в каждом из них проводятся дополнительные энергосберегающие мероприятия. Так в **Park Inn by Radisson Tete** всю воду для санитарных нужд нагревают всего двумя солнечными панелями, а это на 100% возобновляемая энергия. Кроме того, использованная в отеле вода после очистки применяется для полива сада при гостинице. В **Radisson Blu Hotel East Midlands Airport** до 90% потребляемой энергии поступает из возобновляемых источников, их встроенный комбинированный теплоэнергетический двигатель работает на чистом растительном масле. В отеле также есть система сбора дождевой воды, которая используется для смыва в туалетных комнатах. Здание **Radisson Blu Waterfront Hotel Stockholm** — более энергоэффективно, чем «умный» дом. Его стеклянные фасады — это гелиоколлекторы, которые ежедневно собирают 1 мВт энергии. Здание охлаждается с помощью воды, поступающей из озера. Для строительства отеля было использовано около 20 000 куб. м материалов вторичной переработки.

тепло и обеспечивают возврат тепловой энергии стоков, что значительно снижает стоимость электрообогрева помещения. Теплонакопители отличаются небольшими размерами и весом, сравнительно низкой себестоимостью. Они имеют простую конструкцию, благодаря чему долговечны.

Идеален вариант, когда экономичные решения заложены в проект здания. Если же этого не было сделано, то в действующем отеле для снижения теплопотерь можно провести ряд мероприятий, начав с элементарного осмотра. Нередко бывает, что часть проблем можно решить эксплуатационными методами (например, подогнать плохо закрывающиеся створки окна). Такие меры могут дать экономию ресурсов в 10–15%. Более серьезные работы:

• для обеспечения теплового контура облицевать наружные стены, технические этажи, кровлю, перекрытия над подвалом теплоизоляционными плитами (пенопластовыми, минераловатными, из вспененного стекла и базальтового волокна), это даст снижение теплопотерь до 40%;

• устранить мостики холода в стенах и в примыканиях оконных переплетов с помощью теплозащитных штукатурок — эффект 2–3%;

• установить современные окна с многокамерными стеклопакетами и переплетами, с повышенным тепловым сопротивлением, на стекла которых нанесено отражающее тепло или холод-покрытие;

• остекление фасадов для аккумулирования солнечного излучения может дать эффект от 7 до 40%;

• провести остекление балконов и лоджий — эффект 10–12%;

• обеспечить теплоизоляцию входной группы и межкомнатных дверей.

Система управления микроклиматом автоматически поддерживает заданную температуру в номере, она программируется в зависимости от присутствия постояльца. В свободном номере устанавливается режим «Эконом» (15ºС), при заселении — «Комфорт» (22ºС). Смена температурного режима происходит по датчику движения или по сигналу карточного выключателя либо дистанционно при заселении.

Комплексное применение энергоэффективных технологий может сократить расходы на коммунальные услуги до 50%. Но никакое оборудование не поможет, если сами сотрудники не будут бережно относиться к ресурсам предприятия. Поэтому, как советуют специалисты, «необходимо вводить стандарты энергоменеджмента, требования которых обязывают всех, начиная с генерального директора и заканчивая уборщицей, относиться к энергии как к ценному ресурсу.

Ксения Галина

Без «чужих» не обойтись?

В условиях весомой конкуренции, которая приходит на гостиничный рынок России, всё более важным фактором экономической эффективности становится оптимизация затрат. И в первую очередь — затрат на персонал. И одна из наиболее современных и успешных бизнес-моделей, позволяющих отельерам снизить эту статью издержек, — это аутсорсинг.

При том что мировая практика демонстрирует рост спроса на услуги аутсорсинга, Россия пока отстает в развитии этой перспективной индустрии. И тем не менее привлечение трудовых ресурсов «со стороны» становится всё более и более актуальным не только для среднего и крупного гостиничного бизнеса, но и для небольших отелей и пансионов. Сам термин «аутсорсинг», заимствованный из английского языка, дословно переводится как «использование чужих ресурсов». Иными словами, аутсорсинг — это передача на договорной основе непрофильных функций другим организациям, которые специализируются в конкретной области и обладают соответствующим опытом, знаниями и техническими средствами. По словам специалистов гостиничного бизнеса, на аутсорсинг чаще всего передают такие функции, как ремонт и обслуживание определенного оборудования, уборка, стирка, ремонт мебели, устранение поломок сантехники и т.п.

Плюсы и минусы

«Мы достаточно активно сотрудничаем с компаниями по оказанию определенного вида услуг, а именно по уборке номеров и территории гостиницы, а также по обслуживанию гостей в службе питания, — говорит руководитель хозяйственной службы отеля «Холидей Инн Москва Сущевский» **Наталья Асеева.** — Пожалуй, наиболее востребованной услугой аутсорсинга является уборка номеров и территории. В России всё меньше гостиниц, которые не привлекают аутсорсинговые компании для выполнения различного вида услуг».

«Работа горничной, официанта или дворника не привлекает достаточное количество соискателей из числа наших сограждан. И нам приходится нанимать трудовых мигрантов. Удобно это делать, используя услуги аутсорсинговых компаний: не нужно заботиться о квотах на иностранную рабочую силу, медицинских книжках, пенсионных и прочих

Наталья Асеева,
руководитель хозяйственной службы отеля «Холидей Инн Москва Сущевский»

Гостиничный аутсорсинг подразумевает длительное и бесперебойное сотрудничество. Как правило, для выполнения обязательств между сторонами заключается контракт о сотрудничестве.
Результативность гостиничного аутсорсинга будет достигаться за счет соблюдения главного принципа «оставляю себе только то, что могу делать лучше других, передаю внешнему исполнителю то, что он делает лучше других». Принципиальное отличие аутсорсинга от более узких и более традиционных договорных отношений с поставщиками, компаниями, предоставляющими персонал, и исполнителями отдельных работ — это ответственность за результат. Компания-заказчик должна быть уверена в том, что после передачи на аутсорсинг второстепенных функций опытным специалистам, хорошо знающим специфику гостиничной сферы услуг, руководство компании сможет в большей степени сосредоточиться на улучшении стратегии развития своего бизнеса.

Наталья Ланис,
руководитель хозяйственной службы «Холидей Инн Москва Лесная»

Наталья Егорова,
заместитель генерального директора Туристских гостиничных комплексов «Измайлово» («Гамма», «Дельта»)

отчислениях», — продолжает г-жа Асеева. Эксперт указывает и на недостатки аутсорсинга: это необходимость дополнительного обучения персонала, поскольку даже те сотрудники, которые проходят подготовку в компаниях, должны пройти тренинги в отеле — они обязаны действовать в соответствии с применяемыми в гостинице правилами и стандартами. К недостаткам найма рабочей силы «со стороны» можно отнести и частую сменяемость персонала, а новых людей опять придется обучать.

Руководитель хозяйственной службы «Холидей Инн Москва Лесная» **Наталья Ланис** согласна с коллегой в том, что преимущества аутсорсинга неоспоримы. Прежде всего, это гибкая система оплаты труда в зависимости от загрузки отеля. Сотрудники получают почасовую оплату или оплату за количество убранных номеров, отелю не нужно платить отпускные и оплачивать больничные. Причем мощности и квалифицированный персонал для повсеместного перевода этой услуги на аутсорсинг тоже есть, и в любой момент и компаний-провайдеров, и сотрудников может стать больше.

«Среди основных преимуществ — экономия времени на подбор персонала, достаточно поднять трубку телефона, позвонить в компанию и запросить нужное количество сотрудников. Важна и возможность нанять персонал на определенный срок или нерегулярные работы», — рассказала Наталья. Она также отметила, что в отеле при подборе аутсорсинговых компаний предварительно проводили исследование рынка, знакомились с отзывами о компаниях. — Нас интересовал надежный контракт на длительное время».

«Сегодня есть много компаний, которые предоставляют очень нужные для гостиничных комплексов услуги за относительно невысокую цену. Но всё же нужно тщательно рассмотреть все возможные варианты для разработки стратегии бизнеса», — уверена заместитель генерального директора Туристских гостиничных комплексов «Измайлово» («Гамма», «Дельта») **Наталья Егорова.**

«Хочу пояснить, что ввиду проведенной серьезной работы по комплектации штата собственными кадрами на данный момент такого понятия, как аутсорсинг, в ЗАО ТГК «Измайлово» не существует, — говорит г-жа Егорова, — однако мы прибегали к практике использования услуг аутсорсинговых компаний. В 2012–2013 годах в гостиницах «Измайлово» («Гамма», «Дельта) был частичный, примерно 10–15% от общего числа штата, аутсорсинг персонала, который использовался в летний период. Наиболее востребованными были горничные и уборщицы. На мой взгляд, преимущество аутсорсинга для отеля — это возможность оперативно заменить недостающий персонал на короткий промежуток времени. А вот из недостатков отмечу частую смену сотрудников, что негативно влияет на технологию процесса работы в гостинице. На мой взгляд, в отеле лучше использовать полный аутсорсинг, когда компании передается выполнение конкретных задач в полном объеме».

Как выбрать провайдера?

В настоящее время на российском рынке есть уже немало компаний, которые предоставляют аутсорсинговые услуги для ведения гостиничного бизнеса. Меняются взгляды заказчиков и на ценность аутсорсинга: начинают преобладать ориентация на качество работ и гибкое реагирование на требования заказчика со стороны компании-провайдера, а не на снижение стоимости услуг.

Интересно мнение **Георгия Неопуло,** генерального директора компании «Аготель», сотрудники которой в 2004 году первыми вышли на российский рынок с предложением клининговых услуг для гостиниц на условиях аутсорсинга. По его словам, некоторые компании, предоставляющие сегодня линейный персонал для отелей, заявляют очень низкие цены на свои услуги. Скорее всего, это свидетельствует о том, что они не несут ответственности за своих работников. Ведь большинство из них — это жители ближнего зарубежья, значит, им надо оформлять разрешение на работу, получать регистрацию. Это помимо того, что их надо профессионально подготовить, а порой и обучить русскому языку. «Бывают случаи, когда в отель приходит проверка, и оказывается, что у 10–15 человек, поставленных аутсорсинговой компанией, нет нормальных документов, — рассказывает Георгий Лазаревич. — Их отстраняют от работы и, скорее всего, депортируют на малую родину, а гостиница в один момент лишается многих работников. И кем их срочно заменить? Главное в нашем деле — это надежность и профессионализм. Качество работы горничных имеет очень большое значение для гостиницы. А для того чтобы получить хороший результат, персонал нужно обучить современным технологиям и стандартам уборки, умению контактировать с гостями, соблюдать санитарно-гигиенические нормы. Немаловажный фактор — сотрудникам надо платить адекватную заработную плату. Всё это требует материальных и моральных затрат».

По мнению эксперта, самый лучший способ узнать о компании — позвонить в отель, где работает предоставляемый ею персонал. Еще лучше — увидеть, где и как готовят сотрудников. А если на это нет времени, просто обратить внимание на цены: если стоимость услуг горничных ниже 180–190 рублей в час (без НДС), значит, к работе предлагают «черный» персонал со всеми вытекающими рисками. «Чтобы аутсорсинг стал для гостиниц тем, чем он должен быть — «лекарством от головной боли», не стоит гнаться за дешевизной. Иначе «головной боли» может только прибавиться», — считает Георгий Неопуло.

Сегодня в большинстве экономически развитых и динамично развивающихся стран мира уже имеется общественный и профессиональный консенсус относительно позиционирования аутсорсинга в различных индустриях. Так, аутсорсинг во Франции — это динамично развивающаяся область услуг, инновационный и эффективный бизнес-инструмент. **Алена Кларо,** менеджер по продажам отеля Les Aiglons, расположенного в Шамони, рассказывает, что сторонние компании по договору аутсорсинга привлекаются отелем довольно активно. Особенно для таких сервисов, как стирка постельных принадлежностей, белья клиентов, полотенец, химчистка, компьютерное обслуживание, трансфер. Причем самым востребованным видом аутсорсинга являются услуги прачечной.

«Аутсорсинговые компании выполняют функции по полному предоставлению услуг и целиком отвечают за их качество, — комментирует г-жа Кларо. — Иногда для того, чтобы выполнить те или иные функции в отеле, требуются необходимые знания, а порой и наличие лицензии. И как раз аутсорсинг помогает справиться нам с этими проблемами. Основным преимуществом аутсорсинга является, конечно же, разумное использование ресурсов не только финансовых, но и человеческих. Аутсорсинг позволяет сосредоточить внимание на выполнении основных функций, а именно обслуживании клиентов на должном уровне, не тратя ресурсы на выполнение других задач, это берут на себя более квалифицированные в этой области компании».

Например, для того чтобы стирать постельные принадлежности в отеле либо оказывать услуги химчистки для клиентов, следует покупать оборудование, нанимать дополнительный персонал, что требует определенных затрат на найм и обучение, закупать моющие средства и, конечно же, проводить регулярное техническое обслуживание. Логичнее и выгоднее для этих целей вызвать профильных специалистов.

Основными недостатками аутсорсинга, по мнению Алены Кларо, являются трудности контроля качества товара, поскольку выполнение функций не контролируется отелем напрямую, т.к. отель не является работодателем для сотрудников нанимаемой компании. Затруднен и процесс предъявления претензий, так как он происходит не напрямую от покупателя к продавцу, а через третье лицо. Несмотря на эти недостатки, услуги аутсорсинга весьма популярны у компаний — операторов гостиниц во Франции.

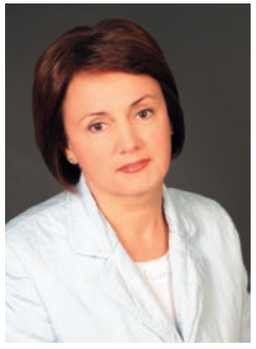
Татьяна Белоножкина

Георгий Неопуло,
генеральный директор компании «Аготель»

Алена Кларо,
менеджер по продажам отеля Les Aiglons

Найти и удержать

В условиях кадрового дефицита менеджменту гостиниц приходится решать задачи по поиску и удержанию «своего» сотрудника.



Наталия Зайцева,
д.э.н., бизнес-тренер компании «Ораторика»

Свой или не свой?

Прежде всего определимся в понятиях: что в рамках данной статьи будем иметь в виду под понятием «свой сотрудник» и понятием «надолго».

«Своим сотрудником» будем считать того, кто отвечает следующим требованиям:

- может обеспечить наибольшую результативность (продуктивность) на своем рабочем месте (наиболее эффективно выполняет свои функциональные обязанности);
- в наибольшей степени соответствует по своим социально-психологическим особенностям требованиям к подчиненным и психотипу своего непосредственного руководителя;
- соответствует ценностям гостиницы и правилам поведения ее сотрудников, принципам выстраивания внутренних и внешних коммуникаций.

К этому перечню можно добавить то, что «свой сотрудник» должен быть лоялен организации, быть честным, ответственным, но, по большому счету, всё это уже отражается в трех вышеперечисленных критериях. При этом главным критерием является именно тот результат, который показывает сотрудник (он должен быть не ниже, а желательно и выше, чем у других на аналогичной должности). Хотя бывают ситуации, когда большее значение придается другим критериям.

Бывают ситуации, когда наиболее важными становятся совершенно другие факторы. Знаю случай, когда генеральный директор гостиницы отказалась брать на работу бухгалтера с большим опытом работы и хорошими рекомендациями по одной причине: претендентка на должность была похожа на свекровь директора, с которой, как не сложно догадаться, у последней были не самые лучшие отношения.

Сложно осуждать такого руководителя: лицом, принимающим решение, является все-таки генеральный директор, который выстраивает команду под себя и таким образом, чтобы ему с подчиненными было комфортно работать. Поэтому перечень критериев отбора «своего сотрудника» и их приоритеты каждый руководитель определяет сам.

Вы к нам надолго?

При определении понятия «надолго» также следует учитывать особенности конкретной должности и задачи, решаемые сотрудником. В любом случае именно менеджмент гостиницы определяет, на какой срок хотелось бы привлечь сотрудника. Когда я задавала руководителям отделов и служб разных гостиниц вопрос: «На какой срок вы привлекаете кандидатов для работы в гостинице?», то часто слышала ответы: «Мы не определяем этот срок», «Если хорошо себя проявит, то у него будет карьерный рост» или «Это зависит не от нас, а от самого кандидата — сколько он сам решит (варианты: сможет, захочет) работать у нас» и т.д.

Следует учитывать, что сотрудник на новом месте проходит несколько стадий развития — от периода адаптации, когда у него высокая мотивация, но, может быть, еще недостаточный уровень умений и навыков (в некоторые гостиницы на «низовые» должности предпочитают набирать именно кандидатов без опыта и обучать их «с нуля»). По мере осознания особенностей бизнес-процессов в гостинице, приобретения умений, необходимых для выполнения своих функциональных обязанностей, результативность сотрудника, как правило, увеличивается. Но настает момент, когда начинает снижаться мотивация, а вслед за ней и продуктивность сотрудника. Он начинает «посматривать на сторону» и искать себе работу, т.е. переходит в состояние скрытой текучести.

Очень важно, чтобы непосредственный руководитель сотрудника мог своевременно отслеживать негативные изменения в мотивации сотрудника (если этого не может делать менеджер, то мониторинг мотивации персонала следует передать сотруднику службы персонала гостиницы) и принимать меры по ее повышению. В общем, помнить высказывание идеолога негритянской буржуазии в США Вашингтона Буккера Тальяферро (1858–1915): «Я убежден, что жизнь любого человека должна быть наполнена постоянными и неожиданными стимулами, которые будут побуждать его держаться каждый раз на самом высоком уровне».

Кроме поддержания мотивации сотрудников, следует помнить о физиологических и психологических особенностях деятельности человека. Исследованиями подтверждено, что в зависимости от индивидуальных характеристик человека через три — пять лет наступает период, когда на сотрудника любые стимулы перестают воздействовать и ему необходимо сменить место работы. Опытный менеджер, понимая это, постарается таким образом изменить функциональные обязанности сотрудника, чтобы у того была хотя бы иллюзия смены работы. Самый простой способ — перевести его в другую службу гостиницы, а в сетевом отеле — на аналогичную должность, но в гостиницу в другом городе или даже стране. Но если такой возможности нет и сотрудник «уперся» в карьерный тупик, то можно изменить (расширить) его функциональные обязанности.

В любом случае, возвращаясь к периоду работы сотрудника, отметим, что под понятием «надолго» следует понимать тот период времени, который мы сами (менеджмент гостиницы) хотели бы, чтобы сотрудник у нас проработал.

Важно при приеме на работу выяснить у самого сотрудника, как долго он собирается проработать в гостинице. При этом, задавая вопрос «в лоб», вы, скорее всего, получите ответ: долго. Поэтому следует уточнить, что именно кандидат понимает под словом «долго» и, используя различные методики интервью, выяснить, насколько честно он ответил. В качестве примера можно привести ситуацию, когда кандидат, претендующий на должность финансового директора, во время собеседования уверенно ответил: «Да, я собираюсь работать в вашей гостинице долго». На вопрос «Насколько долго?» соискатель честно ответил, что «примерно год — полтора». Такой срок не соответствовал представлению генерального директора о понятии «надолго».

Сделать правильный выбор

Очевидно, что работа по подбору «своего сотрудника» начинается с этапа набора персонала. Прежде всего, строится «профиль» должности, в котором отражаются требования к профессиональным компетенциям, навыкам и опыту работы на аналогичной позиции, а также биографические данные и мотивация кандидата (иногда о последнем элементе профиля забывают). Так как, образно выражаясь, в очереди кандидаты, как правило, не стоят, или эта очередь совсем небольшая, или претенденты не те, кого хотелось бы видеть, то в этом профиле следует выделить одну — три ключевых компетенции, т.е. те, без которых кандидат

«Я убежден, что жизнь любого человека должна быть наполнена постоянными и неожиданными стимулами, которые будут побуждать его держаться каждый раз на самом высоком уровне».

ВАШИНГТОН БУККЕР ТАЛЬЯФЕРРО

точно не может быть принят на данную должность в гостинице.

Затем, используя различные методики анализа резюме, отбираются те, с кем будет проводиться интервью. Самое важное — подготовиться к интервью, особенно когда необходимо закрыть редкую вакансию, и построить его таким образом, чтобы наиболее полно оценить наличие у кандидата ключевых (и не только) компетенций.

Опытные рекрутеры при оценке компетенций кандидата используют несколько техник интервью. Например, в книге Светланы Ивановой «Оценка компетенций методом интервью. Универсальное руководство» подробно описаны и даны примеры по следующим техникам: CASE (интервью или ситуативное интервью); модель PARLA, проективные вопросы, методики психолингвистики и др. Главное правило этого автора — нет хороших или плохих кандидатов, а есть подходящие или не подходящие для данной должности, данной организации и т.д.

Вырастить «своего» сотрудника

Так как идеальных кандидатов найти трудно, а порой просто невозможно, то приходится делать выбор по принципу лучший из худших, вернее, менее подходящих. Вот из них и нужно растить «своих сотрудников».

Обратимся к следующей теме: как развить и удержать «своего сотрудника».

Анализ практического опыта успешных менеджеров в гостиничном бизнесе позволяет выделить несколько основных рекомендаций по тому, как развивать и удерживать «своего» сотрудника.

1. Используйте разные стили управления по отношению к одному и тому же сотруднику по мере развития у него компетенций и изменения мотивации.

Мы уже отметили, что продуктивность сотрудника меняется в зависимости от изменения его индивидуальных переменных «ЗУН» (знания, умения, навыки) и «мотивация». Чтобы сотрудник на каждом этапе работы в гостинице показывал хорошие результаты работы, по отношению к нему следует применять разные стили управления.

На первом этапе (во время испытательного срока, первые полгода, а у кого-то — три месяца или год работы в гостинице, зависит от скорости адаптации конкретного сотрудника, когда уровень компетенции еще не велик, а мотивация проявить себя и закрепиться в компании высока) непосредственному руководителю нового сотрудника следует применять в большей степени умеренно командный или наставительный стиль управления. Он основывается на четких инструкциях и контроле их выполнения, применении системы наставничества, обязательном обучении сотрудника, оценке по итогам испытательного срока и т.д. То есть на этом этапе реализуется роль руководителя-консультанта (делать так, как я рекомендую, и никак иначе).

После того как сотрудник достигает максимума в уровне компетенций и при этом его мотивация на высокие результаты труда еще достаточно велика, рекомендуется использовать делегирующий стиль управления. Руководитель поручает подчиненному выполнение более сложных заданий, в том числе тех, что обычно относятся к компетенции самого руководителя;

Далее, если в функциональных обязанностях самого сотрудника или системе стимулирования не происходит существенных изменений, его мотивация неизбежно снижается. На этом этапе руководителю лучше использовать поддерживающий стиль управления, основанный на построении эффективной системы обратной связи (не давать готовых решений, а задавать вопросы и подводить сотрудника к тому, что он сам разрабатывает и реализует решения по той или иной проблеме, в том числе в области стимулирования). То есть на этом этапе руководитель реализует роль коучера.

2. Используйте механизм обратной связи для определения проблемных зон сотрудника, для того, чтобы определить, что мешает сотруднику быть результативным, и оказывайте помощь в устранении этих проблем.

Наиболее эффективно строить обратную связь руководителя с подчиненными, используя технологии коучинга, то есть меньше говорить, а больше спрашивать, задавая открытые вопросы, предусматривающие развернутый ответ. Лучше использовать проактивный подход в применении механизма обратной связи в разных ситуациях, т.е. не сразу после того как проблемная ситуация случилась, а в режиме реального времени отслеживать сложности, возникающие в работе подчиненного, которые могут в будущем отразиться на результатах его труда.

3. По возможности откажитесь от аттестации и проводите ежедневную (регулярную) оценку сотрудника.

Тот же механизм обратной связи позволяет ежедневно давать подчиненному информацию о том, как вы его оцениваете. Для этого достаточно просто своим видом или словом дать понять подчиненному, что он поступил правильно (или неправильно). В первом случае следует его похвалить в соответствии с его индивидуальной картой мотиваторов, во втором — понять, по какой причине произошла проблемная ситуация (не было выполнено задание, поступила жалоба от гостя и т.д.), как именно ее можно исправить или не допустить в будущем.

4. Уделяйте больше внимания вопросам формирования корпоративной культуры и повышения лояльности персонала.

Когда в организации создана определенная корпоративная культура (обращаю внимание, именно целенаправленно создана, а не сложилась стихийно, ведь в России много компаний, в которых неформальная корпоративная культура имеет большее значение, чем формальная), все сотрудники понимают правила поведения, в том числе в области взаимоотношений с коллегами, гостями и партнерами, всё это создает условия для того, что в гостинице останутся только «свои сотрудники», а другие уйдут. В компаниях с устоявшейся корпоративной культурой сами сотрудники дают понять новичку, что принято на работе, а что — нет.

По сути, все вышеописанные рекомендации в большей степени касаются вопросов нематериального стимулирования персонала. Конечно, про материальную составляющую тоже забывать не следует.

Система материального стимулирования должна прежде всего соответствовать целям гостиницы на каждом этапе ее развития, а также уровню зарплат на региональном рынке труда. Руководителю следует помнить, что сотрудник уже при приеме на работу четко оценивает перспективы своих заработков и сопоставляет их со своей системой мотиваторов. Поэтому так важно уже на этапе подбора персонала понять, что самое важное для сотрудника в системе мотивации. Если это только деньги (такое бывает достаточно редко), то интервьюеру следует выяснить, о каком уровне зарплаты и дополнительных выплат идет речь, как этот уровень, по мнению кандидата, должен меняться. В случае если кандидат подходит по всем основным компетенциям, но по уровню зарплатных ожиданий не соответствует возможностям вашей гостиницы, лучше все-таки отказать в приеме на работу такому человеку. В противном случае он сразу будет искать другое место работы, что отразится на его продуктивности, а возможно, и на отношениях в коллективе.

Для успешного продвижения услуг гостиницы, роста ее основных операционных показателей большое значение имеет результативность труда тех, кто занимается реализацией услуг — отделов продаж и бронирования. Для этой категории персонала ориентация на результат, на бонусы по итогам продаж имеют большое значение. Также можно выстроить эффективную систему стимулирования сотрудников службы приема и размещения.

При грамотно построенной системе стимулирования не стоит бояться того, что сотрудники будут много зарабатывать, ведь их вклад в формирование качественного сервиса, повышение доли повторных заездов и в конечном итоге — лояльности гостей, а на этой основе — рост продаж номерного фонда и дополнительных услуг, всё равно будет выше. Это важно на каждом этапе развития гостиницы, но особенно — на этапе запуска и в течение первых лет функционирования, когда клиентская база только нарабатывается, а репутация гостиницы формируется.

Таким образом, чтобы найти «своего сотрудника», следует помнить слова Ганса Селье, исследовавшего вопросы стресса: «Секрет удачного выбора сотрудников прост — надо находить людей, которые сами хотят делать то, что бы вам хотелось от них». А если таких сотрудников нет, то либо лучше искать, либо растить и эффективно стимулировать тех, кого смогли найти.

Наталия Зайцева,
д.э.н., бизнес-тренер компании «Ораторика»

Якутск и Курск присоединились к программе «Аттестация Бизнес- и Конференц-отелей»

Гостиницам «Тыгын Дархан» (Якутск) и «Престиж» (Курск) присвоена категория «Бизнес-отель».

АБТ
Ассоциация Бизнес Туризма

Секреты «Тыгын Дархана»

В декабре 2013 года отель «Тыгын Дархан» (Якутск) успешно прошел аттестацию по программе Ассоциации Бизнес Туризма «Аттестация Бизнес- и Конференц-отелей» в категории «Бизнес-отель».

Во всех 74 номерах отеля есть телевизор, телефон, мини-бар, фен, банные принадлежности, кондиционер, Wi-Fi, индивидуальное рабочее место.

Современное презентационное оборудование, а также развитая инфраструктура открывают широкий спектр возможностей для проведения бизнес-мероприятий. К услугам бизнес-путешественников лекционный и конференц-залы, бизнес-центр.

Гордость отеля — ресторан «Тыгын Дархан», который славится современной интерпретацией национальных блюд, возрождением старинных рецептов, а также использованием исключительно натуральной местной продукции. В меню экзотические блюда: ленская белая рыба-нельма, чир, омуль, осетр, якутская жеребятина и оленина, местная сладкая ягода. Команда «Тыгын Дархана» уверена, что пельмени «Дархан», пирожки-сандалы, строганина и якутская лепешка произведут впечатление даже на самых взыскательных деловых партнеров.

Практически каждую неделю в гостиницу приезжают правительственные делегации, участники конференций, форумов, спортсмены, актеры театра и кино, популярные эстрадные исполнители. Совсем недавно «Тыгын Дархан» встречал участников эстафеты олимпийского огня, гостей фестиваля поэзии «Благодать большого снега», Филиппа Киркорова, Гошу Куценко, Марата Башарова, Ларису Долину, Веру Брежневу и других «звездных» гостей.

Фото 1 *«Престиж» — новый бизнес-отель Курска*

Фото 2 *Отель «Тыгын Дархан» стал притягательным местом для гостей Якутска*

1

2

«Престиж»: всё лучшее — гостю!

Отель «Престиж» расположен в историческом центре Курска, всего в нескольких шагах от главной площади.

К услугам гостей 70 номеров различных категорий: люкс, студия, номер первой категории. Гостиница оборудована по европейским стандартам и отвечает всем современным требованиям. Во всех номерах есть сейф, мини-бар, междугородная и международная телефонная связь, спутниковое телевидение, индивидуальное рабочее место, банные принадлежности, фен.

Гостиница предоставляет весь спектр услуг для того, чтобы деловая поездка оказалась успешной, а любое мероприятие оставило в памяти гостей только лучшие воспоминания. К услугам бизнес-туристов просторный конференц-зал, современное мультимедийное и аудиовизуальное оборудование, беспроводной Интернет, возможность копирования, сканирования документов, факсимильная связь.

В октябре 2013 года гостиница «Престиж» успешно прошла аттестацию по программе Ассоциации Бизнес Туризма «Аттестация Бизнес- и Конференц-отелей» в категории «Бизнес-отель». Это очередной шаг в развитии отеля, ведь получение статуса «Бизнес-отель» дает множество преимуществ. В первую очередь, перед конкурентами: появляется возможность заявить о себе на более высоком уровне, привлечь к отелю внимание организаций и предприятий, которые выбирают гостиницы для своих сотрудников.

В связи с увеличением спроса на услуги отеля «Престиж» руководством было принято решение значительно расширить инфраструктуру. Был запущен в работу проект по строительству нового корпуса, который будет соединен с основным зданием наземным и подземным переходами. В нем будут находиться современный конференц-зал, подземный паркинг, банкетный зал, открытый бассейн, фитнес-зал и летняя терраса.

Особенности интернет-торговли по-русски

Согласно исследованию РБК.research «Российский рынок интернет-торговли: платные услуги 2013», на долю услуги онлайн-бронирования отелей и гостиниц приходится около 34,8% объема рынка интернет-торговли услугами, или 36,2 млрд рублей.

При этом 30,5%, или 31,7 млрд рублей, занимают услуги покупки готовых пакетных туров. Это крупнейшие сегменты данного рынка.

Однако не все заказы туристических услуг оплачиваются непосредственно онлайн, говорится в исследовании. До 80–90% услуг выбираются интернет-пользователями в онлайне, но оплачиваются в офлайне в офисах туристических агентств и операторов.

Причинами этому являются, по мнению авторов, с одной стороны, неразвитость сервисов большинства туристических операторов, которые не позволяют купить выбранный тур непосредственно онлайн, а также привычка туристов совершать покупки в офлайн-точках продаж готовых туров.

Малые отели Санкт-Петербурга выбирают АСУ «Эдельвейс»

В декабре система «Эдельвейс» была установлена в двух малых отелях Санкт-Петербурга — T-hotel и Happy Inn.

T-hotel расположен в центре города, в пяти минутах ходьбы от Невского проспекта. К услугам гостей девять номеров со всеми удобствами, телевизором и бесплатным Wi-Fi. Отель Happy Inn также находится недалеко от центра города. Для размещения гостей предлагается 16 номеров, оснащенных гидромассажной ванной, электрическим чайником, мини-баром и телевизором со спутниковыми каналами. В ресторане Jac'De Ric подают блюда европейской кухни на завтрак, обед и ужин. Гости могут пользоваться бесплатными Wi-Fi и частной парковкой.

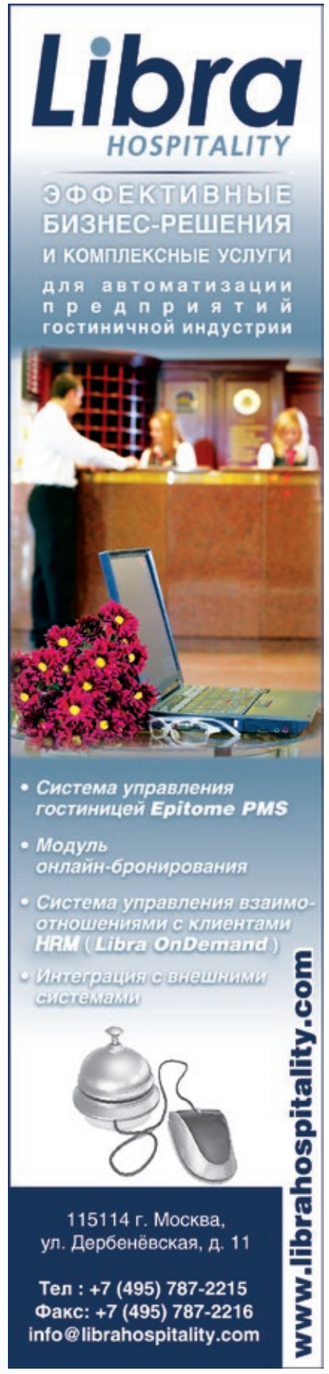
В ходе внедрения были установлены версии АСУ «Эдельвейс» для малых отелей, куда включены основные модули системы, необходимые для работы любой гостиницы: «План», представляющий собой графическую шахматку, «Группы», «Архив», «Отчеты», «Бухгалтерия», «Журнал событий» и «Конфигуратор».

Смартфоны заменят ключи в отелях

Сеть отелей Starwood Hotels & Resorts Worldwide готовится до начала весны оборудовать свои номера «умными» замками, которые гости смогут открывать при помощи своих смартфонов.

Внедрить такую систему планируется ради того, чтобы облегчить процедуру check in, сообщает hitech.vesti.ru. Посетители, которые уже оплатили проживание в отеле через Интернет, смогут сразу подняться в свой номер и открыть его, минуя стойку регистрации. Электронный ключ будет содержаться в специальном приложении. Когда постоялец окажется рядом с дверью, она откроется, получив сигнал беспроводной связи Bluetooth. Программа будет совместима с iPhone 4S и новее, а также с Android-смартфонами с версией прошивки от 4.3. Сначала такая практика будет введена в Aloft Hotel на Манхэттене и в Кремниевой долине. Позже ее могут распространить и на другие гостиницы.

Управляющие Starwood ожидают, что замена ключей смартфонами станет самым крупным технологическим изменением в отрасли с момента появления бесплатного Wi-Fi. При этом менеджеры понимают, что некоторые гости предпочитают личный контакт, поэтому избавляться от стоек регистрации они пока не намерены.



Игорь Назаров победил в конкурсе Cinco Jotas International Tapa Award в SWISSAM

В третьем, завершающем школьном этапе конкурса Cinco Jotas International Tapa Award, который состоялся в школе SWISSAM в Санкт-Петербурге 14 января, приняли участие студенты Николай Ефимов, Кирилл Корнилов, Игорь Назаров, Ольга Романова и Сергей Слободской. Содержание этого этапа был полностью идентично тому, что будет на финале в Мадриде, куда отправится победитель из каждой школы-участницы конкурса.

Каждый студент готовил тапас с хамоном по собственному рецепту и через полтора часа должен был представить жюри результат своего творчества.

Организаторы конкурса — Росио Осборне, бренд-амбассадор Cinco Jotas и представители компании Cinco Jotas Карлос Маркина и Эдуардо Альварес — предоставили право судейства SWISSAM: в состав жюри вошли ректор Вальтер Шпалтенштайн, исполнительный директор SWISSAM Ханс Хертнер и шеф-инструктор нью-йоркского ICE Сэм Кадко.

Перед жюри стояла непростая задача. Все наблюдавшие за ходом приготовления тапаса отметили высокую профессиональную подготовленность и изобретательность участников, оригинальность и неожиданность их рецептов. Лучшим был назван тапас Игоря Назарова, «свежеиспеченного» выпускника SWISSAM программы Culinary Arts .

В марте Игорю Назарову предстоит отправиться в Мадрид состязаться с победителями шести лучших кулинарных школ мира: Hoffman и Escuela de Hosteleria y Turismo of Madrid из Испании, The Culinary Center Institute of New York и Le Cordon Bleu-Miami из США, Westminster Kingsway College и University West London из Великобритании, Shangai Institute of Tourism and Beijing Jinsong Vocational High School из Китая, французской Institut Paul Bocuse и московской Ragout. Участники финала должны будут представить свою версию тапас жюри в составе известных шеф-поваров и представителей ведущих испанских и международных кулинарных изданий. Главный приз конкурса — трехмесячная стажировка в ресторане Akelare под руководством шефа Педро Субихана, яркого представителя высокой испанской и новой баскской кухни, обладателя гастрономических наград и трех мишленовских звезд.

Весенние бранчи в Red & White

Ресторан Red & White московской гостиницы «Холидей Инн Лесная», кухня которого имеет множество поклонников в столице, объявил темы весенних бранчей.

2 марта — «Масленица»
9 марта — «Завтрак у Тиффани»
16 марта — «День Святого Патрика»
23 марта — «Мексиканские каникулы»
30 марта — «Восточная сказка»
6 апреля — «Средиземноморский круиз»
13 апреля — «Шедевры итальянской кухни»
20 апреля — «Пасхальный бранч»
27 апреля — «Испанская фиеста»
4 мая — «Цветочный фестиваль»
11 мая — «Кремлевский бранч»
18 мая — «Фестиваль кавказской кухни»
25 мая — «Тропикана»

Роспотребнадзор предлагает сажать за продажу некачественных продуктов

Ведомство предлагает увеличить в несколько раз штрафы для ресторанов, баров, кафе и других пунктов общепита за нарушения санитарно-эпидемиологических норм и уклонение от проверок санитарных инспекций.

Роспотребнадзор РФ разработал проект поправок, ужесточающих статью 6.6 Кодекса административных правонарушений (КоАП РФ) и 238-ю статью Уголовного кодекса (УК РФ). Также в планах службы — ввести уголовную ответственность для тех, кто изготавливает, хранит, перевозит или продает опасные для здоровья и жизни потребителей продукты, пишут «Известия». За нарушение санитарных требований в общепите штраф для граждан предлагают увеличить с 1–1,5 тыс. до 3–5 тыс. рублей; для должностных лиц — с 2,5–3 тыс. до 10–20 тыс. рублей; для индивидуальных предпринимателей — с 2–3 тыс. до 20–30 тыс. рублей. Штраф для юридических лиц за антисанитарию в кафе, ресторанах, барах и столовых должен возрасти с 20–30 тыс. до 100–300 тыс. рублей.

Жестче наказывать рублем Роспотребнадзор предлагает и за сопротивление санитарным проверкам или уклонение от них. Так, мешающие проверкам граждане, согласно поправкам к КоАП, должны будут заплатить штраф в размере 1–3 тыс. рублей. Сегодня его размер не превышает 1 тыс. рублей. Должностных лиц предлагают штрафовать за препятствование работе санитарных инспекторов на 5–10 тыс. рублей, действующие штрафы не превышают 4 тыс. рублей. Дороже всего помехи проверяющим обойдутся юрлицам. Их будут штрафовать на сумму 30–35 тыс. рублей, действующие нормы КоАП предусматривают штраф до 10 тыс. рублей.

Действие или бездействие должностных лиц, повлекшее невозможность проведения или завершения проверки Роспотребнадзора, будут наказывать штрафом от 10 до 15 тыс. рублей, сейчас штраф составляет 5–10 тыс. рублей. Если аналогичное правонарушение совершит юрлицо, сумма штрафа составит от 50 до 70 тыс. рублей, действующее законодательство предусматривает сумму в 20–50 тыс. рублей. При неоднократном создании помех работе инспекторов штрафы для должностных лиц могут достичь 20 тыс. рублей, а для юридических лиц — 100 тыс. рублей.

Также проект поправок, разработанный Роспотребнадзором, предлагает ввести уголовную ответственность за производство, перевозку, хранение и сбыт пищевых продуктов, пищевых добавок и продовольственного сырья, не отвечающих требованиям безопасности здоровья и жизни граждан. Это преступление наказывается штрафом от 100 до 500 тыс. рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от одного года до трех лет. За этот проступок могут также назначить принудительные работы на срок до пяти лет, лишение свободы на срок до шести лет со штрафом в размере до 500 тыс. рублей или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до трех лет или без такового.

Ужесточение ответственности за антисанитарию в общепите в Роспотребнадзоре объясняют тем, что с 2012 года отмечается рост числа нарушений санитарных требований на предприятиях питания. Прежде всего, это связано с тем, что действующие санкции неадекватны характеру совершаемых правонарушений. Иными словами, штрафы слишком малы, и хозяйствующим субъектам легче оплатить их, чем устранить нарушение.

«Как воруют в ресторане. 100 способов обмануть владельца»

Это настоящая энциклопедия ресторанного воровства, написанная автором ряда бестселлеров по ресторанному бизнесу Олегом Назаровым.

О том, как воруют в ресторане, Назаров знает практически всё: об этом ему поведали десятки человек, так или иначе занимавшихся ресторанными хищениями. Книга «Как воруют в ресторане», впрочем, не просто перечисление способов, к которым прибегают недобросовестные официанты, бармены, повара, а увлекательное повествование, которое можно читать как остросюжетный роман. Как отмечает автор книги «Как воруют в ресторане» Назаров, многие рестораторы даже не подозревают, в каких местах принадлежащего им бизнеса существуют дыры, в которые утекают деньги. «Как воруют в ресторане» — это своеобразное оружие самообороны для рестораторов.

«Я не боюсь, что книга «Как воруют в ресторане» будет прочитана кем-то из персонала. Официанты и повара и так прекрасно знают множество приемов и многое могли бы рассказать сами. Я боюсь, что эту книгу не прочтут те, для кого она написана, — ресторанные владельцы. Впрочем, пусть потом не говорят, что их не предупреждали», — заявляет Олег Назаров.

«Миксология. 100 коктейлей от президента Б.А.Р.»

Очень необычная книга о коктейлях вышла в издательстве «Ресторанные ведомости».

Коктейли, рецепты которых представлены в ней, собрал Сергей Цыро, президент Барменской ассоциации России, опытнейший бармен с 25-летним стажем.

Эта книга содержит рецепты вкусных коктейлей — классических и ультрасовременных, которые заслужили огромную любовь гостей по всему миру. Издание — не просто сборник рецептур, а рассказ о различных секретах, «фишках» и просто любопытных историях, связанных с барменским искусством. Не говоря уже о том, что приготовление коктейлей, рецепты которых представлены в книге, описано самым подробным образом. Наконец, в качестве дополнения в книге публикуются коктейли, рецепты которых официально утверждены Международной ассоциацией барменов.

Эта книга рассчитана не только на профессиональных барменов и рестораторов или, наоборот, на любителей изысканных миксов, а сразу на все категории читателей, которым небезынтересны коктейли.

Рецепты с фото, рассказывающие обо всех нюансах приготовления, помогут освоить мастерство приготовления самых необычных миксов. В издании представлены в большом количестве коктейли, рецепты которых относительно просты.

Страна-партнер:
ITALIA
ITALIAN NATIONAL TOURIST BOARD

MITT - это:
1 852 компании-участника
198 стран и регионов мира
73 765 посещений за 4 дня выставки
56 688 м² выставочной площади
9 павильонов и залов

Получите электронный билет на выставку на сайте:
www.mitt.ru

ufi Approved Event

Mitt
Встречи. Контакты. Бизнес.

21-я Московская международная выставка
ПУТЕШЕСТВИЯ И ТУРИЗМ

19–22 марта 2014
Москва, ЦВК «Экспоцентр»

Российский форум индустрии встреч
Russian Meetings Industry Forum

Новый раздел и тема года MITT 2014:
ИНДУСТРИЯ ВСТРЕЧ
Профессиональная организация деловых мероприятий
Только 3 дня: 19, 20 и 21 марта

MITT ежегодно посещают более 3 500 корпоративных посетителей, которые представляют предприятия и ассоциации различных отраслей экономики из большинства российских регионов. Благодаря новому специализированному разделу на выставке MITT 2014 представители корпоративных заказчиков получат возможность встретиться со специалистами по организации деловых встреч, конференций и семинаров, инсентив-мероприятий, выставок в любой точке земного шара.

Генеральный спонсор раздела: ASAP
Генеральный спонсор форума: EXPOFORUM
Стратегический партнер: АБТ
Партнеры форума: tmi, MOTIVATION & EVENTS
Организатор выставки и форума: ITE Moscow: +7 (495) 935-73-50 travel@ite-expo.ru www.mitt.ru
Организатор форума: MAKO, Международное Агентство Конгрессного Обслуживания: +7 (495) 971-03-63 info@rusmeeting.com www.makongress.ru
При поддержке:
Генеральный медиа партнер: BUSINESS TRAVEL
Информационные партнеры: Турбизнес, Путь звезд, events, conference.ru, TripAll.ru

В 2014 году объем инвестиций в гостиничную недвижимость может достигнуть рекорда

Согласно отчету Hotel Investment Outlook компании Jones Lang LaSalle, в 2013 году в гостиничную недвижимость по всему миру было инвестировано 46,7 млрд долларов, рост показателя к предыдущему году составил 35%. Объем вложений в гостиницы в регионе EMEA (страны Европы, Ближнего Востока и Африки) вырос на 17% и достиг 13,2 млрд долларов.

Согласно предварительным прогнозам экспертов Jones Lang LaSalle, в 2014 году объем инвестиций в глобальный рынок гостиниц может достигнуть пятилетнего рекорда — 50 млрд долларов (рост на 10% по отношению к прошлому году). Вложения в отели Европы, Ближнего Востока и Африки могут увеличиться более чем на 20% и составить около 16 млрд долл.

«Участники рынка настроены всё более оптимистично в отношении перспектив гостиничного сегмента региона EMEA, и, как следствие, мы прогнозируем значительный рост объема инвестиций, — комментирует Джон Хаббард, исполнительный директор департамента гостиничного бизнеса Jones Lang LaSalle в Северной Европе. — Разумеется, разные страны этого региона демонстрируют различные темпы восстановления экономики, однако в целом настроение инвесторов можно охарактеризовать как позитивное. Это не замедлит сказаться на росте их интереса к гостиничной недвижимости».

Дополнительными факторами роста являются продолжающаяся частичная распродажа долей в контролируемых кредитными организациями активах с высокой задолженностью, а также окончание работы ряда фондов прямых инвестиций. Аналитики Jones Lang LaSalle также ожидают, что многие операторы продолжат реализацию своих стратегий по оптимизации портфелей asset light/asset right, а значит, на продажу может быть выставлено больше объектов, что не может не привлечь внимания инвесторов.

В условиях улучшения ситуации с кредитной задолженностью в Европе многие банки, а также ряд других организаций выразили готовность выдавать кредиты игрокам европейского гостиничного сектора.

«Мы ожидаем роста интереса институциональных инвесторов к гостиничному рынку региона EMEA. Речь здесь идет не только о прямых вложениях, но и о том, что инвесторы готовы вкладывать крупные средства в долговой рынок, стремясь выйти на более прибыльные активы. Они расценивают гостиничную недвижимость как важную составляющую своего диверсифицированного портфеля. Кроме того, на крупные рынки долгового капитала выходят альтернативные кредитные организации. В 2014 году у инвесторов появится целый ряд новых бизнес-возможностей на развитых и хорошо знакомых им крупных рынках, таких как Великобритания, Франция и Германия», — считает Джон Хаббард.

Речь идет не только об успешных кредитных организациях из Европы, таких, например, как Aareal, наращивающих объемы кредитования европейского гостиничного сектора. Всё больше банков (как из региона EMEA, так и из других стран) готовы предложить капитал участникам данного рынка. В их числе Банк Китая, United Overseas Bank, RBS и целый ряд банков с Ближнего Востока, особенно интересующихся недвижимостью в Лондоне.

«Мы наблюдаем растущее число трансграничных вложений, особенно со стороны фондов прямых инвестиций из США, которым в основном интересна недвижимость на крупнейших рынках Европы, а также со стороны институциональных инвесторов, стремящихся воспользоваться благоприятной конъюнктурой на своих «домашних» рынках. Инвесторы из Азии также стремятся выйти на рынок EMEA. Для них европейский сектор недвижимости — это возможность получить высокую маржу и более благоприятные возможности для роста в среднесрочной перспективе по сравнению с их локальными рынками. За последние 12 месяцев на европейский рынок пришло больше инвесторов из Поднебесной. Мы ожидаем, что эта тенденция сохранится по мере увеличения числа игроков, стремящихся выйти за пределы родного китайского рынка», — добавляет Кристоф Хёрле,

исполнительный директор департамента гостиничного бизнеса Jones Lang LaSalle в континентальной Европе.

«Мы в свою очередь наблюдаем рост интереса со стороны российских инвесторов, находящихся в поиске возможностей на глобальном гостиничном рынке. Обычно они фокусируются на основных городах Европы, но их также привлекают рынки Азии и Америки, — отмечает Дэвид Дженкинс, глава департамента гостиничного бизнеса Jones Lang LaSalle в России и СНГ. — Мы считаем, что этот тренд сохранится и в 2014 году, и инвесторы из России, Украины и Казахстана будут стремиться диверсифицировать свои портфолио на рынке недвижимости за счет гостиниц, значимость которых серьезно увеличивается».

В 2013 году самым ликвидным рынком региона EMEA стала Великобритания, на которую пришлось 37% объема инвестиций, или 4,7 млрд долларов. Этому в немалой степени способствовали три крупные сделки по продаже портфелей гостиничной недвижимости в первом квартале. В будущем, по всей вероятности, Великобритания сохранит за собой лидирующие позиции в регионе. Согласно прогнозам, в 2014 году показатель доходности на номер (RevPAR) в Лондоне вырастет на 4% по сравнению с предыдущим годом, когда, после окончания Олимпийских игр, новые объекты гостиничной недвижимости быстро нашли себе новых владельцев.

Второе место в объеме транзакций в регионе заняла Франция (18%, или 2,3 млрд долларов). В этой стране в 2013 году мы стали свидетелями продажи нескольких престижных объектов и портфелей недвижимости, включая Groupe du Louvre и Mandarin Oriental Paris. Учитывая уникально большой объем завершенных сделок, Jones Lang LaSalle не ожидает значительного роста на французском рынке в текущем году.

Германия остается одним из самых привлекательных европейских рынков гостиничной недвижимости для операторов и инвесторов — в первую очередь благодаря своей прочной экономической базе. Немецкий рынок занимает третье место по объемам транзакций в сфере гостиничной недвижимости в Европе. Доминирующее положение здесь по-прежнему занимают институциональные инвесторы, однако в 2014 году эксперты Jones Lang LaSalle ожидают прихода на рынок новых игроков.

«Страны, более других пострадавшие от кризиса, например, Испания, Италия и Ирландия, также будут предлагать заманчивые возможности для вложения средств. Ожидается, что инвесторы будут внимательно присматриваться к успешным, занимающим прочные позиции объектам на этих рынках. После нескольких лет низкой активности в 2013 году мы стали свидетелями целого ряда крупных сделок на рынках Центральной и Восточной Европы. Мы ожидаем, что эта тенденция сохранится на крупнейших рынках региона», — резюмирует Кристоф Хёрле.

За год стоимость проживания в отелях поднялась в среднем по миру на 4–6 %

Подводя итоги 2013 года, международный сервис бронирования HRS.com сравнил цены на проживание в отелях в декабре 2012 и 2013 годов и поделился данными о динамике цен на проживание в отелях по всему миру.

В Европе показатели разнонаправленные. В Германии на общем фоне небольшого снижения цены в 0,5–1,5% для Штутгарта, Мюнхена, Нюрнберга, Кёльна и Гамбурга выделяются Берлин и Ганновер. В этих городах ночь в отеле подешевела на 5%. Дрезден, Дюссельдорф и Франкфурт наоборот, подорожали — на 1–2%.

В Англии цены за сутки проживания в большей части городов снизились на 4–8%. Исключением являются Глазго, где стоимость осталась практически прежней, Эдинбург, Лечестер и Ливерпуль, где цены упали более заметно — на 8–11%. В некоторых городах, таких как Лондон, Манчестер и Ридинг, проживание в отелях подорожало на 4–5%.

Польша показывает падение цен во всех городах, кроме Закопане. Сильнее всего подешевели Лодзь и Быдгощ, на 9–10%.

При этом в отелях Франции и Италии обратная картина: в большей части городов они подорожали. В Италии подешевели только отели Генуи, Больцано и Болоньи на 1–3%, в то время как в остальных итальянских городах услуги отелей подорожали на 3–15%. Лидерами роста здесь являются Венеция и Турин с 12 и 15% соответственно. Во Франции же с ростом стоимости в 5–7%, лидируют Страсбург, Ницца, Нант и Лион.

В России наблюдается снижение цены в Екатеринбурге на 6%, Москве на 5% и Санкт-Петербурге на 11%, в то время как Калининград вырос на 5%.

Турция отличается значительным, на 7–17%, падением цен во всех популярных у отдыхающих городах — Стамбуле, Измире, Анкаре и Анталии.

Значительно подешевели отели в Китае. Падение цен составило 7–17%. К Китаю присоединились Куала-Лумпур, Сингапур и Тайпей с их минус 5–9%, и лидеры в падении цен — Мумбаи и Сеул с 18-процентным уменьшением цены за ночь проживания.

Абу-Даби, Бангкок и Дубай наоборот, заметно выросли на 8, 15 и 26% соответственно.

Гости ценят индивидуальный подход

Глобальное исследование с участием 7000 туристов из различных стран мира определило ключевые потребности и предпочтения современного путешественника.

Ожидания туристов в XXI веке постоянно меняются, а требования, предъявляемые к международным гостиничным сетям, очень высоки. Это показывает новое исследование, результаты которого были опубликованы сегодня компанией InterContinental Hotels Group (IHG). Ранее в индустрии гостеприимства приоритетными считались два фактора — международный уровень сервиса и соответствие местным традициям и особенностям каждого конкретного рынка. Но последнее исследование показало, что теперь, ввиду стремительного развития технологий, когда появилась возможность персонализировать свои запросы, потребители хотят, чтобы отели наравне с традиционными факторами учитывали в своей работе индивидуальные потребности каждого туриста.

В прошлом году компания IHG опубликовала отчет «Экономика сближения», в котором четко обозначен новый тренд во взаимодействии брендов с потребителями — фокус на выстраивание отношений, основанных на доверии. Многие из сделанных выводов легли в основу исследования «Построение доверия: ключ к построению успешных отношений с потребителем в экономике сближения», в котором IHG пытается понять, чего же все-таки ожидают потребители со всего мира от крупных гостиничных сетей. Оказалось, что туристы начали переосмысливать требования, предъявляемые к международным гостиничным брендам: теперь их интересуют отели, которые не только способны оказывать неизменно качественные услуги и отражать культуру и обычаи страны, но и имеют возможность учесть все личные предпочтения клиента.

Исследование показало, что всё больше туристов ожидают персонализированного обслуживания на всех уровнях.

• Примерно трое из пяти опрошенных потребителей (59%) заявили, что считают свое пребывание в гостинице гораздо более комфортным, если им предоставляются услуги с учетом их личных предпочтений, а более чем у половины опрошенных (54%) индивидуальный подход создает впечатление, что их ценят как клиентов.

Следует отметить, что разные туристы по-разному определяют понятие «персональный подход», это зависит от возраста и страны проживания.

• Путешественники поколения двухтысячных (от 18 до 34 лет) особенно заинтересованы в доступе к персональному контенту, например,

фильмам или музыке на свой вкус. С другой стороны, людей старше 65 лет больше заботит наличие здоровой пищи.

• При этом три четверти туристов до 34 лет полагают, что международные гостиничные сети быстрее внедряют инновации по сравнению с местными гостиницами.

• «Новые путешественники» (туристы из развивающихся стран) более требовательны: например, 64% туристов из Китая и 62% туристов из Бразилии считают, что их пребывание в отеле должно быть адаптировано под их личные предпочтения, тогда как для США и Великобритании этот показатель составляет лишь 43 и 42% соответственно.

• «Новые путешественники» также ценят персонализацию гораздо выше, чем туристы из развитых стран, считая ее знаком уважения к себе. Такого мнения придерживаются 62% опрошенных из Китая, 54% опрошенных из Бразилии и 46% опрошенных из ОАЭ.

Ричард Соломонс, главный исполнительный директор IHG, сказал: «Наше исследование показывает, что современные туристы хотят, чтобы международные бренды продолжали выполнять свое обещание о предоставлении неизменно качественного сервиса. Кроме того, всё больше потребителей ожидают, что международные гостиничные сети будут демонстрировать индивидуальный подход к потребностям каждого клиента и соответствие сервиса особенностям страны пребывания независимо от цели поездки. Они хотят, чтобы мы работали в трех измерениях. Именно поэтому компания IHG создала инновационные бренды HUALUXE Hotels & Resorts и EVEN Hotels; именно поэтому во всех наших гостиницах уделяется особое внимание персональному подходу с применением современных технологий».

В процессе проведения исследования также стало ясно, что у разных туристов разные мнения о том, какие именно аспекты пребывания в отеле должны быть персонализированы.

• Большинство американцев придают большое значение возможности выбрать точное время заселения и выезда из гостиницы.

• Британцы, скорее всего, оценят какие-то приятные персональные мелочи.

• Россияне в основном предпочтут наличие путеводителей на родном языке.

• Жители Китая выше всего ценят интерактивные приложения, которые помогли бы им найти самые интересные местные достопримечательности.

Куда бы они ни отправились, в Нью-Йорк или Нью-Дели, туристы всё чаще ожидают от гостиниц надежного сервиса с привычным уровнем качества. Многие путешественники считают, что подобное обслуживание им могут гарантировать лишь международные бренды: почти три четверти опрошенных (71%) заявили, что международные гостиничные сети с большей вероятностью смогут предоставить услуги ожидаемого уровня, а больше половины (60%) признались, что предпочитают предсказуемость в путешествиях.

Однако, несмотря на крайнюю важность неизменного качества услуг, туристы не хотят, чтобы само их пребывание в отеле было шаблонным. Гости из развивающихся стран (68% бразильцев, 60% жителей ОАЭ и 58% китайцев) намеренно выбирают международные гостиничные сети, поскольку знают, что в них учитываются местные вкусы, обычаи и культурные особенности. Такие туристы тем сильнее будут доверять бренду, чем больше уважения к местной культуре он проявляет.

InterContinental Davos — новый отель на знаменитом курорте

В конце декабря 2013 года в швейцарском Давосе открылся долгожданный InterContinental Davos. Отель, расположенный у подножия горного перевала Fluela, поражает своей ультрасовременной архитектурой и великолепными видами на озеро Давос и граубюнденские Альпы.

Впечатляющий футуристический фасад спроектирован так, чтобы не только максимально гармонично вписаться в окружающий ландшафт, но и подчеркнуть красоту альпийской природы. Эта тема находит свое продолжение и во внутренних помещениях отеля, включая все его 216 номеров и апартаментов, где царят тепло и уют современного шале. Мотивы суровой чарующей красоты окружающих гор прослеживаются и в отделке включающего закрытый и открытый бассейны спа-центра InterContinental Alpine, где основным элементом декора является природный камень.

В четырех ресторанах InterContinental Davos гостям предлагается широкий выбор блюд местной, региональной и международной кухни. Вершиной кулинарного предложения InterContinental Davos в прямом и переносном смысле является расположенный на самом верхнем этаже отеля эксклюзивный ресторан StudioGrigio, где гости могут насладиться не только восхитительной едой, но и захватывающими видами на окружающую природу.

InterContinental Davos располагает всем необходимым для удовлетворения потребностей мировой бизнес-элиты: в отеле более 1500 кв. м ультрасовременных конференц-залов, оснащенных новейшим оборудованием.

Бренд W пришел в Швейцарию

Компания Starwood Hotels & Resorts Worldwide объявила о дебюте бренда W Hotels в Швейцарии с долгожданным открытием W Verbier — первого альпийского горнолыжного курорта под данным брендом.

Принадлежащие швейцарской компании Les Trois Rocs, W Verbier является частью многокомпонентного комплекса класса люкс, расположенного у подножия горнолыжных склонов рядом с гондольной дорогой «Медран». Открытие W Verbier стало важным этапом в 15-летней истории становления бренда W, которая началась с открытием первого отеля в Нью-Йорке в 1998 году. Имея в своем портфолио 45 отелей и курортов, бренд W уже на пути к открытию 60 отелей к 2017 году.

Комплекс W Verbier включает в себя 123 стильных гостевых номера, в том числе один Extreme WOW сьют (президентский суперлюкс бренда W) в отеле, а также 15 восхитительных резиденций W, предназначенных для джет-сеттеров, которые находятся в поиске незабываемых впечатлений во время путешествия. Все гостевые номера и сьюты располагают уютными каминами, а также балконами с потрясающими панорамными видами. Кроме того, все интерьеры в стиле шале выполнены с использованием деревянной рустовки, которая отлично контрастирует с гладкой мебелью.

W Verbier представляет известного испанского шеф-повара, обладателя двух звезд «Мишлен» Серхи Арола. Именно он продемонстрирует свою инновационную кухню в Вербье в ресторане Arola, ставшем его первым рестораном в Швейцарии. Шумный бар W Verbier, получивший название Carve, должен стать самым желанным местом для путешественников курорта. Здесь один из главных диджеев отеля будет крутить пластинки с самой модной музыкой до поздней ночи. Из окон W Cafe, расположенного прямо напротив канатной дороги «Медран», можно будет полюбоваться прекрасным видом на оживленный курорт. Кафе станет идеальным местом для отдыха после катания на лыжах, а бар на открытом воздухе Off-Piste, расположенный на Place Blanche, позволит освежиться перед катанием и послушать энергичную музыку от диджея.

Открыт крупнейший в Стамбуле гостиничный комплекс

Компания Hilton, работающая на турецком рынке уже более 60 лет, открыла двери своего нового отеля, рассчитанного на 829 номеров и сьютов общей площадью около 12 тыс. квадратных метров.

Отель Hilton Istanbul Bomonti расположен в одном из самых популярных районов Стамбула и предлагает своим гостям традиционно высокие стандарты обслуживания.

Этот стильный отель, созданный архитекторами всемирно известного дизайнерского бюро GA Design of London, обладает впечатляющими размерами — его высота составляет 34 этажа. Гостиничный комплекс Hilton Istanbul Bomonti расположен неподалеку от нового торгово-развлекательного центра, созданного на месте исторического здания пивного завода Bomonti. В пешеходной доступности от отеля находятся знаменитые достопримечательности европейской части города, а также новейшие магазины, рестораны и зоны развлечения.

В состав гостиницы входит зал, способный одновременно вместить до 6350 гостей. Новый отель обладает самым современным оборудованием для проведения мероприятий, в том числе сенсорными терминалами для регистрации гостей и приложениями iRoom для организаторов, а также имеет в своем составе открытые террасы, удобные для проведения свадеб и мероприятий.

На территории нового отеля открылся первый в Турции спа-центр Eforea общей площадью более 3300 квадратных метров. В его состав входят 14 процедурных кабинетов, открытые и закрытые бассейны, а также тренажерный зал площадью 500 квадратных метров. Несомненной популярностью среди жителей и гостей Стамбула будут пользоваться бар Cloud 34 и ресторан The Globe, предлагающий широчайший выбор местных и иностранных блюд. В ресторане работают четыре кухонные зоны, где можно наблюдать за работой поваров, создающих шедевры турецкой и тайской кухни, а также традиционные для западной культуры блюда на гриле и великолепные суши. На должность шеф-повара ресторана был приглашен Янис Маникис, под руководством которого трудится команда талантливых кулинаров из Франции, Греции, Индии и США.

Сеть отелей Sofitel отмечает 50-летие!

Сеть отелей Sofitel, включающая более 120 отелей, с гордостью сообщает о своей 50-летней годовщине.

Этот год станет особенным для развития Sofitel, ознаменовав полвека безукоризненной работы и искусного воплощения традиционного французского art-de-vivre. В этом году Sofitel не только отдаст дань традициям и истории бренда, но и представит более 30 новых отелей, открытие которых запланировано на 2015 год.

На протяжении 50 лет отели Sofitel неизменно оставались символом французской элегантности в индустрии гостеприимства класса люкс. В этом году Sofitel поведает путешественникам о 50 особенностях, которые делают его столь уникальным, а также расскажет о том, что повлияло на дизайн, гастрономические и культурные особенности отелей сети.

Следить за раскрытием секретов гости смогут на странице Sofitel в Facebook, на которой будут публиковаться новости о лучших мероприятиях, любопытные истории, связанные с отелями Sofitel, а также наиболее ожидаемые открытия года.

В честь юбилея одна из лучших французских сетей роскошных отелей выпустит специализированный путеводитель — сочетание классического каталога отелей и lifestyle-рекомендаций для путешественников. Помимо особенностей дизайна и культуры отелей в путеводитель будут включены эксклюзивные интервью с шеф-поварами ресторанов, дизайнерами и деятелями культуры, которые поделятся с читателями своими мыслями о прошедших 50 годах и о будущем, которое ждет Sofitel.

Mandarin Oriental — у берегов Индийского океана

Курорт «Mandarin Oriental Бали» разместится на южном полуострове Букит и станет частью роскошного многофункционального комплекса Bukit Pandawa.

Со скалистого плато, где будут расположены номера, гостям откроется завораживающий панорамный вид на дивные окрестности острова и Индийский океан. Курорт также порадует прямым доступом к уединенному песчаному пляжу.

Номерной фонд курорта составит 121 номер, включая 97 просторных вилл, оснащенных частными бассейнами длиной от 10 до 15 метров, и 24 просторные гостевые комнаты.

Разработка дизайна принадлежит всемирно известному архитектору и дизайнеру интерьеров Жану Мишелю Гати из компании Denniston International. Элементы дизайна станут отражением местной культуры и, по традиции, будут служить напоминанием об азиатских корнях группы Mandarin Oriental. Виллы и апартаменты курорта будут отличаться от других жилых категорий технологическим оснащением и возможностями развлекательной системы, ставшей визитной карточкой отелей этой группы.

Отель планирует стать гастрономической Меккой на Бали: на радость гостям — бары и три ресторана с разными кухнями и концепциями. Один из ресторанов обещает поразить не только гастрономическими изысками, но и самой конструкцией, так как будет расположен на обрыве утеса.

Курорт также предложит разнообразные площадки для проведения торжеств. Особенно интересна платформа, расположенная на вершине скалы с видом на океан, где созданы все условия для проведения самой запоминающейся свадебной церемонии.

Marriott открывает самый высокий отель в Северной Америке

Компании Marriott International и G Holdings объявили об открытии исключительного отеля двух брендов, который украсит Нью-Йорк в районе Midtown на Манхэттене.

В нем представлены два бренда — отели Courtyard на 378 номеров и Residence Inn на 261 номер.

Гостиница, стоимость которой оценивается в $320 млн, является самой высокой в Северной Америке. Расположенный по адресу Бродвей, 1717, отель был построен владельцем, компанией G Holdings, и управляется компанией Interstate Hotels & Resorts. 68-этажный небоскреб находится рядом с Центральным парком и Таймс-сквер. Отсюда гостям обоих отелей удобно добираться до Карнеги-холла, театрального квартала на Бродвее, Пятой авеню, Центра Рокфеллера и Радио-сити-холла. Нью-Йорк, как известно, является одним из самых привлекательных туристических центров, в 2013 году он принял 54,3 млн гостей.

Новаторское художественное оформление включает в себя замечательные скульптуры и стенные росписи известного абстракциониста Уильяма Де Билзана, которые создают совершенно неповторимую атмосферу для путешественников, останавливающихся в отеле. Единое художественное оформление, в котором доминируют темы Нью-Йорка, любви и жизни, занимает пространство пяти этажей.

Marriott занимает первое место по объемам строительства отелей

По данным исследовательской компании Smith Travel Research, международная группа Marriott International занимает первое место в мире по объемам строительства отелей.

В минувшем году оператор начал строительство 387 объектов с общим номерным фондом около 67 тыс. комнат, сообщает портал buyingbusinesstravel.com.ru. Таким образом, компания утверждала как минимум по одному проекту в день. В целом за 2013 год портфолио Marriott пополнилось почти на 26 тыс. номеров. Эксперты считают, что успех Marriott International во многом обусловлен линейкой отелей 18 разных брендов. При этом около 25% гостиниц оператора относятся к luxury и lifestyle сегментам. Портфолио Marriott International на сегодняшний день включает более чем 3900 объектов в 72 странах по всему миру. Выручка оператора за 2012 финансовый год составила почти $ 12 млрд.

В ближайшие два года Best Western откроет в Латинской Америке 29 отелей

Крупнейшая гостиничная сеть в мире Best Western International планирует значительно расширить портфолио отелей в Мексике, а также в Центральной и Южной Америке.

В период с 2014 по 2015 год компания откроет в этих регионах 29 объектов. В настоящее время под брендом Best Western в Бразилии работают 16 гостиниц.

В ближайшие пять лет с девелоперской компанией Incortel оператор рассчитывает запустить в стране еще 30 новых объектов. Половина из них будет работать под брендом BEST WESTERN PLUS.

В Колумбии бренду принадлежат два отеля. Третий — The BEST WESTERN PLUS Mocawa Hotel — распахнет двери в ближайшее время. Ожидается, что портфолио компании в этой южноамериканской стране будет пополняться ежегодно на две-четыре гостиницы до 2019 года.

Другие стратегически важные регионы для усиления позиций бренда Best Western в Южной Америке — Перу и Чили.

Интересно, что первый отель компании на континенте появился в Бразилии в 1992 году. И сейчас портфолио гостиничного оператора включает более 37 отелей в семи странах Южной Америки — Аргентине, Бразилии, Чили, Колумбии, Перу, Уругвае и Венесуэле.

Еще один отель Taj появился в Лондоне

К знаменитому лондонскому флагману Taj 51 Buckingham Gate Suites and Residences примкнул новый роскошный отель St. James' Court, A Taj Hotel. Оба отеля находятся в собственности и под управлением компании Taj Group, которой также принадлежит контроль над оперативным управлением и маркетингом.

С момента своего открытия в 1902 году, St. James' Court имел честь принимать многих особ королевских кровей и глав зарубежных государств. Отель находится в самом сердце Вестминстера в центре Лондона, соседствуя с Букингемским дворцом и Грин парком.

Открытию St. James' Court в новом пятизвездном статусе предшествовала внушительная реновация. Теперь его просторные и уютные номера с «английским характером» располагают подлинниками предметов искусства и предлагают всё необходимое как для туристов, так и для деловых путешественников. Номере и люксы категории executive, шикарные и ультрасовременные, имеют просторные рабочие столы и прочие рабочие принадлежности, включая единый медиацентр, подключенный к плазменному ресиверу, что делает их идеальной обителью для тех, кто приехал в туманный Альбион по долгу службы.

Для проведения деловых и частных мероприятий в отеле предусмотрены 20 залов, а также подлинная гордость отеля — ресторан Quilon, отмеченный звездой «Мишлен».

В числе фирменных впечатлений St. James' Court, A Taj Hotel предложит гостям регистрацию непосредственно в номере, изысканное приветствие и ароматы. Гости отеля также получат доступ к парку эксклюзивных винтажных и классических автомобилей, в том числе к любимому лимузину королевы-матери Jaguar DS420 Daimler «Великая принцесса» и винтажному Daimler лорда Маунтбаттена «Серебряная баронесса». Отель предложит своим постояльцам уникальные услуги, такие как чаепитие с шампанским и десертами, содержащими 24-каратное золото, и программу Kids@Taj.

Мюнхенский отель AZIMUT получил награду

AZIMUT Hotel Erding — «Самый чистый отель 2013». Премия организована одним из самых престижных европейских порталов онлайн-бронирования Verere.com.

Главной целью премии является объективная оценка и определение лучших в своем сегменте. Победители определяются на основе рейтингов и отзывов гостей, которые обязательно проживали в отелях. Только 5000 из 135 000 гостиниц по всему миру стали номинантами данной премии.

AZIMUT Hotel Erding — апарт-отель, расположенный недалеко от Мюнхена в бывшей герцогской резиденции Эрдинг, куда легко добраться из аэропорта Мюнхена на скоростном электропоезде. Номера оборудованы отдельными мини-кухнями для удобства гостей. В пяти минутах езды от AZIMUT Hotel Erding находятся крупнейший в Баварии термальный комплекс, а также знаменитая пивоварня «Эрдингер».

Ирада Байрамова, директор по качеству AZIMUT Hotels: «Мы благодарны высокой оценке наших гостей, которые приняли участие в голосовании. AZIMUT Hotels уделяет особое внимание чистоте своих отелей. Нам приятно получить признание не только экспертов гостиничной отрасли, но и наших гостей».

В Казахстане предложили строить отели-юрты

Собственную задумку под названием «Юрточный городок» на форуме «Инвестиции. Инновации. Бизнес» представил учащийся в Великобритании Едиге Ибраимов.

По его словам, за счет использования альтернативных источников энергии смарт-юрты смогут работать в автономном режиме. Изобретатель рассчитывает, что оригинальные гостиницы с высоким уровнем комфорта помогут привлечь в Казахстан иностранных туристов. Как отмечает портал YK-news.kz, пилотный проект, состоящий из нескольких модулей, может быть реализован на пересечении трасс Омск — Майкапчагай и Алма-Ата — Усть-Каменогорск.

Тб Workshop
ТУРБИЗНЕС

ПРИГЛАШАЕМ К УЧАСТИЮ В ВЕСЕННЕЙ СЕРИИ WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС» В 2014 ГОДУ

12–14 марта	Саратов – Тольятти – Ульяновск (New!) *Налаживаем агентскую сеть в Поволжье*
24–28 марта	Пятигорск – Ставрополь – Волгоград – Краснодар – Ростов-на-Дону *Лучшее профессиональное roadshow на юге России*
31 марта – 4 апреля	Ижевск – Пермь – Екатеринбург – Тюмень – Сургут *Эффективные деловые встречи на Урале и в Западной Сибири*
7–11 апреля	Челябинск – Уфа – Самара – Казань – Н. Новгород *С Урала в Поволжье. Более 1000 региональных агентств-посетителей*
15–17 апреля	Омск – Новосибирск (New!) – Красноярск (New!) *Самое важное весеннее деловое мероприятие в Сибири*
22–24 апреля	Ташкент (New!) – Баку – Тбилиси (New!) *Впервые! Узбекистан, Азербайджан и Грузия в одном roadshow*
25 апреля	Калининград *Единственный workshop в самом западном регионе России*

Стоимость участия в workshop:
Россия –15 тыс. руб. (за один город),
Ташкент, Баку, Тбилиси – 19 тыс. руб. (за один город)
В стоимость участия входит: предоставление рабочего места, рекламная кампания в журнале «Турбизнес», приглашение профессиональных посетителей, организация трансферов для посетителей (в некоторых городах), размещение информации в объединенном каталоге workshop и на сайте «Турбизнес», экскурсионное обслуживание (цены указаны без учета НДС 18%)

Стоимость проведения мастер-классов:
30 мин. – 7 тыс. руб.
40 мин. – 9 тыс. руб.

Дополнительно предлагаем:
- доставку материалов в города проведения workshop к рабочему месту (46 руб./кг.);
- пакеты обслуживания (от 6 тыс. руб. в одном городе, включая трансферы по программе, обеды и проживание; Ташкент, Баку, Тбилиси - от 6,5 тыс. руб. в одном городе);
- размещение рекламы в каталогах workshop (от 5 тыс. руб.);
- заочное участие в workshop (7 тыс. руб.);
- индивидуальные презентации для компаний в городах России и СНГ.
  В пакет облуживания не входят авиа- и ж/д билеты.

Отдел workshop «Турбизнес»:
Кристина Сивова k.sivova@tourbus.ru, **Евгения Шуманская** e.shumanskaya@tourbus.ru
Дополнительная информация по тел.: (495) 723-72-72 www.tourbus.ru
WORKSHOP «ТУРБИЗНЕС» – БОЛЕЕ 300 МЕРОПРИЯТИЙ В 45 ГОРОДАХ РОССИИ И СНГ С 1998 ГОДА

БОЛЕЕ 15000 НАИМЕНОВАНИЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ ТОВАРОВ ДЛЯ ГОСТИНИЧНОГО И РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА СО СКЛАДА В МОСКВЕ И ПОД ЗАКАЗ, НАПРЯМУЮ ОТ ПРОИЗВОДИТЕЛЯ.

eternum created 1924 · iSi · steelite INTERNATIONAL · ILSA · RONA 5 Star Glass

РЕСТОРАН•ОТЕЛЬ•СЕРВИС КОМПЛЕКС БАР RESTAURANT•HOTEL•SERVICE

«КОМПЛЕКС-БАР» ПРЕДЛАГАЕТ:

- барное и ресторанное стекло
- столовый фарфор • столовые приборы
- профессиональный барный инвентарь
- кухонный и кондитерский инвентарь
- предметы сервировки стола
- сиропы, топпинги и фруктовые пюре Monin

«КОМПЛЕКС-БАР» МОСКВА
129085, ул. Годовикова, д.9,
стр. 31, этаж 4.
тел./факс: (495) 411-90-60
эл. почта: sale@complexbar.ru

www.complexbar.ru

*на правах рекламы

БЕСПЛАТНАЯ ДОСТАВКА ЛЮБОГО КОЛИЧЕСТВА ТОВАРА ПО МОСКВЕ ДО АЭРОПОРТОВ И ВОКЗАЛОВ