

ПЯТЬЗВЕЗД

HOSPITALITY

www.5stars-mag.ru

№ 7-8 июль–август 2017

12+



Генеральный директор ГК «Альфа»
Октай Юнисович Сафар-Заде
отмечает юбилей

РОССИЯ. КОНГРЕСС-УСЛУГИ 2018



ДАТА ВЫХОДА: МАРТ 2018

ТИРАЖ: 10 000 экз.

14
выпуск

В КАТАЛОГЕ БУДУТ ПРЕДСТАВЛЕНЫ:

ВЫСТАВОЧНЫЕ КОМПЛЕКСЫ

ГОСТИНИЦЫ

ТЕМАТИЧЕСКИЕ ПЛОЩАДКИ

MICE-КОМПАНИЙ

КОНГРЕСС-ЦЕНТРЫ

BUSINESS TRAVEL АГЕНТСТВА

ЗАГОРОДНЫЕ ОТЕЛИ

ПОСТАВЩИКИ ОБОРУДОВАНИЯ ДЛЯ КОНФЕРЕНЦИЙ

ВСЯ ИНФОРМАЦИЯ ДАЕТСЯ НА РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ

РАСПРОСТРАНЕНИЕ КАТАЛОГА:

- вместе с журналом *Business Travel* среди корпоративных заказчиков конгресс-услуг, ТМС- и РСО-компаний (5000 адресов)
- на выставках ITB (Берлин), IMEX (Франкфурт), MITT (Москва), Отдых MICE (Москва), WTM (Лондон), EIBTM (Барселона)
- на специализированных workshop (Antor MICE, MICE Forum и др.) и региональных workshop «Турбизнес» в России и странах СНГ
- на конференции WTM Vision, на деловых мероприятиях для MICE-компаний
- на церемонии вручения наград Russian Business Travel & MICE Award



СОВМЕСТНОЕ ИЗДАНИЕ ИНТЕРНЕТ-ПРОЕКТА CONFERENCE.RU, ЖУРНАЛОВ BUSSINES TRAVEL И «ТУРБИЗНЕС»

conference.ru

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ
BUSINESS TRAVEL

Турбизнес
ИЗДАТЕЛЬСТВО © 1997 г.

РЕКЛАМА

Дополнительная информация: Наталья Подобедова, catalog@tourbus.ru, +7 (495) 723 7272

Электронную версию каталога 2017 г. можно посмотреть по ссылке http://www.bt-magazine.ru/application_archive/list.html

Пять звезд

«Пять звезд. Hospitality» № 7-8/2017 г.

Главный редактор Элеонора Арефьева
e.arefyeva@tourbus.ru

Над номером работали: Татьяна Белоножкина
Ирина Кудинова
Марина Мартынова
Андрей Мындрю
Никита Савояров

Отпечатано в России
Тираж 5 000 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 ИД «Турбизнес»
www.idtourbus.ru

Турбизнес

Генеральный директор
ИД «Турбизнес» Иван Калашников
i.kalashnikov@tourbus.ru

Исполнительный
директор Ольга Мальцева
o.maltseva@tourbus.ru

Заместитель
генерального директора Александр Попов
a.popov@tourbus.ru

Директор по рекламе Ольга Гришина
o.grishina@tourbus.ru

Отдел рекламы reclama@tourbus.ru

Отдел информации
и распространения Лариса Тарасюк
l.tarasyuk@tourbus.ru,

Отдел workshop Людмила Сивова,
Елена Архипова,
Кристина Сивова,
Евгения Шуманская
workshop@tourbus.ru

Отдел event Ирина Ильина
i.ilina@tourbus.ru

© ООО «Турбизнес»

Турбизнес

Главный редактор Софья Константинова
s.konstantinova@tourbus.ru

Турбизнес на Северо-Западе

Главный редактор Ирина Смирнова
tourbus@westcall.net

BUSINESS TRAVEL

Главный редактор Александра Загер
a.zager@tourbus.ru

Destinations

Главный редактор Александр Попов
a.popov@tourbus.ru



СОДЕРЖАНИЕ

2-7 НОВОСТИ

В России

ОБЗОР РЫНКА

- 8 Сочи: рост доходности
в горах, падение
на море
- 9 Москва: загрузка
растет, тарифы
падают
- 10 Гостиницы
Санкт-Петербурга
продолжают
ставить рекорды

11 НАЗНАЧЕНИЯ

12-15 ЛИЧНОСТЬ И БИЗНЕС

«Альфа»: место,
где вас всегда ждут

СОБЫТИЕ

- 16-17 Кубок конфедераций:
учим уроки



ОТЕЛЬ

- 18-22 Как не бояться проверок?
- 23-27 Удача — только по любви
- 28-30 Плата за лояльность
- 31-33 Гостиница, которая
плывет

ХАУСКИПИНГ

- 35 Новости
- 36-37 Аутсорсинг:
низы не могут, а верхи
не хотят

38-39 ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ

Номер с видом на Землю

В МИРЕ

- 40-42 Дубайская коллекция
Jumeirah: ветераны и новички
- 43-48 Новости



На первой обложке:

Октай Юнисович Сафар-Заде, ГК «Альфа»
Фото: Андрей Мындрю

Ramada продолжает экспансию в России: новые отели открываются в Москве, Екатеринбурге и других городах

Wyndham Hotel Group продолжает экспансию в России. Ramada, один из самых узнаваемых отельных брендов в мире, расширяет присутствие на российском рынке, в стране уже открылось пять гостиниц: в Москве, Казани, Воронеже, Екатеринбурге и Ростове-на-Дону. Новые гостиницы открываются накануне чемпионата мира по футболу 2018 г.



Увеличение количества отелей Ramada в России продолжается на фоне новостей о том, что гостиничная сеть была признана самым быстро развивающимся отельным брендом в Европе в 2016 г. К такому выводу пришла консалтинговая компания PKF Hotelexpert.

«Невероятно богатые история и культура России продолжают привлекать гостей из Европы и со всего мира. Ramada — известный бренд с растущим портфолио, на данный момент включающим 850 гостиниц в 60 странах. Мы рады приветствовать российских туристов и гостей из-за границы, желающих остановиться в отелях всемирно признанного бренда, который они знают и которому

доверяют, — комментирует Эдвин Броэрс, региональный вице-президент Wyndham Hotel Group по Центральной и Восточной Европе. — У нас большие амбиции относительно России, и мы с большим воодушевлением расширяем присутствие на этом динамично меняющемся рынке».

НОВЫЕ ОТЕЛИ RAMADA В РОССИИ

Ramada Hotel & Suites Rostov-on-Don
открылся 23 декабря 2016 г.

Расположенный на улице Малогиной, д. 119, всего в нескольких минутах от железнодорожного вокзала «Ростов-Главный» и неподалеку от городского аэропорта, этот отель встречает гостей 92 номерами, бесплатным быстрым Wi-Fi, тремя конференц-залами, баром и рестораном на 60 человек.

Посетители гостиницы могут увидеть более 5000 редких, экзотических видов животных в расположеннном рядом городском зоопарке или прогуляться по Центральному городскому парку им. А.М. Горького. После прогулки гости отеля могут воспользоваться услугами фитнес-центра, посетить несколько ресторанов, бар или лаундж-зону, также к их услугам шведский стол, кофейня и рум-сервис.

Ramada Hotel&Suites Moscow

Greenwood Park, открытие в 2017 г.

Отель станет частью Международного торгово-выставочного комплекса «Гринвуд» на МКАД, современной площадки для культурной, политической и экономической коммуникаций между Россией и Китаем. Гостиница удобно расположена в 18 км от аэропорта Шереметьево и 12 км от Международного выставочного центра «Крокус Экспо». Восьмиэтажное здание отеля вместит 376 комнат, три конференц-зала, фитнес-клуб и ресторан на 180 мест.

**«Ramada Encore Екатеринбург»,
открытие в 2020 г.**

Новый отель станет первым под брендом Ramada Encore в России. Гостиница расположена на улице Бабеля, 59, в составе многофункционального комплекса, включающего, помимо отеля, торговый центр и мультифункциональный конгресс-центр. 214 комнат нового отеля займут 10 этажей здания, гостям будут доступны пять конференц-залов, фитнес-центр, 80 парковочных мест, разнообразные рестораны, бар и лаундж-зона. Гостиница отлично расположена — всего в нескольких километрах от железнодорожного вокзала, делового района Екатеринбург-Сити, исторического центра города и зоопарка. *

«Хаятт Ридженси Москва Петровский Парк»: старт бронирования

«Хаятт Ридженси Москва Петровский Парк», часть проекта «ВТБ Аrena парк» и первая гостиница бренда «Хаятт Ридженси» в Москве, открытие которой запланировано на четвертый квартал 2017 года, уже доступна для бронирования на период с 1 января 2018 года.

Hотелю бизнес-отель премиум-класса находится рядом со знаменитым «ВТБ Аrena – Центральным стадионом «Динамо» им. Льва Яшина» и историческим Петровским парком и предлагает гостям 298 современных номеров, включая 39 просторных сьютов.

Светлый, стильный интерьер отеля и ощущение комфорта и уюта современного дома идеально подойдут для путешественников, которым важен высокий статус и живое общение. В распоряжении гостей будут современные рестораны и бары, многофункциональные удобные залы для проведения мероприятий любого формата, а также просторный фитнес-центр. Команда профессионалов предоставит безупречный сервис самого высокого уровня, обеспечивая эффективность и комфорт на каждом этапе общения с гостями.



Непосредственная близость к «ВТБ Аrena – Центральному стадиону «Динамо» им. Льва Яшина» и удобное расположение рядом с основными автомагистралями города делают «Хаятт Ридженси Петровский Парк» отличным выбором для проживания во время крупных спортивных и развлекательных мероприятий. Отель расположен всего в пяти километрах от Кремля, недалеко от центральных магазинов, ресторанов и крупных бизнес-центров. *

Pentahotels станет оператором гостиницы в «Доме-книжке» на Новом Арбате

Pentahotels, оператор сегмента «бутик-отелей», и Capital Group, один из крупнейших российских девелоперов, подписали соглашение об открытии первого объекта Pentahotels в России — Pentahotel Moscow — Arbat. Отель откроется в 2018 году, к чемпионату мира по футболу.

Pentahotel Moscow — Arbat разместится в одной из знаменитых «книжек» на Новом Арбате и займет часть здания по адресу ул. Новый Арбат, 15. Отель будет прекрасно расположен на пересечении туристического, административного и делового районов Москвы в двух километрах от Красной площади.

В отеле запланировано 228 номеров, конференц- и фитнес-зал. Особенностью стиля Pentahotels является установка бильярдных столов, игровых автоматов и других объектов, нетипичных для отелей. Новый Pentahotel станет отражением динамичной атмосферы и ритма Москвы, представив гостям столицы и москвичам стильный, комфортный и современный отель.

«Мы очень рады, что работаем с Capital Group над открытием первого объекта Pentahotels в Москве, в знаковом здании в самом центре города, и рассчитываем, что он восполнит нехватку стильных, непафосных отелей на рынке, — говорит Пунит Кануга, вице-президент по развитию Pentahotels. — Каждый из объ-

ектов Pentahotels воплощает не только культуру страны, в которой он находится, но и уникальные особенности конкретной локации — за счет этого в Москве мы создадим динамичное пространство, которое привлечет туристов в российскую столицу».

«Мы провели серию переговоров с несколькими лучшими мировыми операторами, но остановили свой выбор на Pentahotels. Стратегия развития всех наших новых девелоперских проектов — это не только качественно новые архитектурные решения, но и гармоничная интеграция их в современную городскую среду в соответствии со стандартами современной европейской урбанистики. Помимо большого опыта в переформатировании различных зданий под отели в разных городах мира, нас привлекла их идеология — Pentahotels при создании нового отеля берет в расчет не только культурные особенности страны, но и учитывает особенности места расположения. Это именно то, что необходимо обновленному Новому Арбату — месту динамичному, привлекающему

новое поколение активных городских жителей», — отметил исполнительный директор Capital Group Михаил Хвесько.

Компания JLL выступила эксклюзивным консультантом Capital Group по концепции гостиничной части проекта «Новый Арбат, 15». Татьяна Веллер, руководитель департамента гостиничного бизнеса компании JLL, комментирует: «Новый Арбат является средоточием административной, деловой и туристической жизни Москвы, поэтому это отличное место для lifestyle-гостиницы под международным брендом и по разумной цене. Такой оператор поможет реализовать потенциал гостиничной части проекта Capital Group и создать место для общения и отдыха не только гостей отеля, но и резидентов окружающего района — туристов и жителей города. Проекты Pentahotels в Европе известны, в том числе благодаря оживленной атмосфере в общественных зонах отеля, барах и ресторанах, которая привлекает дополнительный поток и позволяет инвестору получить более скорый возврат на вложенные средства». *

«Метрополь» представил обновленные номера

Московский отель «Метрополь» объявляет о завершении первого из трех этапов масштабной реконструкции и представляет 28 обновленных номеров, соответствующих всем мировым стандартам отелей класса «люкс». Теперь постояльцы отеля могут выбрать между классическими номерами с подлинными интерьерами начала XX века и размещением в новых номерах категорий Grand Superior, Deluxe, Grand Deluxe, Metropol Suite, Premier Suite, Ambassador Suite. Среди этих номеров и исторические номера высших категорий, выходящие окнами на Театральную площадь и Площадь Революции, так называемые «литерные», в которых останавливались самые знаменитые гости отеля. Новые номера сочетают в себе исторические элементы декора и современную функциональность лучших пятизвездочных отелей мира.

В ходе реновации был обновлен весь третий этаж «Метрополя» и некоторые номера на четвертом и пятом этажах. Проектом руководила московский архитектор Светлана Писарская, профессор МАРХИ, автор многих знаменитых московских интерьеров. Масштабное обновление отеля продолжится и коснется не только части номерного фонда, но и общественных помещений отеля.

Площадь номеров была увеличена минимум в два раза за счет уменьшения их количества; она теперь составляет от 40 до 135 кв. м. При этом была сохранена уникальная архитектурная черта номеров «Метрополя» — эркерные возвышения и окна с низкими подоконниками. Оконные рамы были заменены на новые, изготовленные по историческим эскизам, и окна номеров стали открываться — раньше это было невозможно.

В номерах установлена самая современная система кондиционирования.

Площадь ванных комнат теперь составляет не менее 15 кв. м. Ванные облицованы итальянским мрамором, в них установлены ванны с гидромассажем, тропический душ, в зеркала встроены экраны телевизора, а пол подогревается.

Гостиные и спальные зоны номеров оформлены в спокойной и элегантной гамме, характерной для русского модерна: серые, бежевые, оливковые и серо-голубые тона, цвет натурального дуба и состаренное золото.

В спальнях впервые за более чем столетнюю историю отеля появились кровати kingsize размером 2 на 2 метра.

В интерьерах новых номеров использованы антикварные предметы и элементы декора конца XIX — начала XX в. Например, легендарное пианино, на котором в 1993 году играл Майкл Джексон, стулья карельской березы начала XX века и французские каминные часы первой половины XIX века, старинные бронзовые люстры и настольные лампы-канделябры.

Обновленные номера обставлены мебелью, выполненной по эскизам Светланы Писарской из русского дуба, самого характерного материала для интерьеров начала XX века. Обивка мягкой мебели изготовлена на итальянской мануфактуре Medea, которая до сих пор выпускает коллекции в стиле модерн. Бархатная ткань выполнена по технологии 1905 года (то есть года открытия





«Метрополя»), секреты которой передаются на итальянских семейных фабриках из поколения в поколение.

Элегантный интерьер сочетается с современным уровнем удобства: так, в номере теперь достаточное количество розеток в самых удобных местах, в том числе USB-порты. Управление удобствами в номере (шторы, «не беспокоить», свет, вызов консьержа, кондиционер) осуществляется при помощи кнопочной панели, встроенной в кровать. Номера оборудованы телевизорами Samsung с диагональю 49 дюймов; телевизорами, встроенными в зеркало, оснащены также ванные комнаты. В номерах категорий Grand Deluxe, Metropol Suite, Premier Suite, Ambassador Suite есть также третий телевизор с диагональю 28 дюймов, установленный над ванной.

К услугам гостей iPad Air 2, кофемашина Nespresso с набором капсул, элитные сорта чая и чайник Kitchen Aid.

Специально для новых номеров известный российский художник Рустам Хамдамов создал серию картин и декоративных панно на тему театра. Произведения других современных художников, также использованные в оформлении обновленных номеров, подбирал Федор Павлов-Андреевич.

Параллельно с запуском новых номеров «Метрополь» выводит сервис на качественно новый уровень с программой Metropol Executive Services.

Сервис Metropol Executive Services — это новый этап в развитии службы Guest Relations. Отныне гостям предлагается организация всех этапов поездки, работа со специальными запросами (диетическое меню, особые пожелания по выбору постельного белья и подушек, организация специальных событий, помочь в организации культурной программы еще до приезда в отель). Индивидуальные предпочтения гостей заносятся в базу и учитываются сотрудниками при последующих визитах гостя.

В рамках программы Metropol Executive Services гостям будет предложена возможность регистрации в номере и услуга сбора багажа при выезде: сотрудник отеля аккуратно упакует личные вещи гостя в чемодан, чтобы те наилучшим образом перенесли дорогу.

Также в «Метрополе» начала действовать услуга «Идеальный сон»: гости могут заказать сеанс массажа перед сном, расслабляющую маску для глаз, сеанс ароматерапии, пену или соль для ванны, выбрать подушку подходящей высоты и жесткости из обширного меню, а также поужинать по специальному меню «перед сном».

Гости могут воспользоваться не только услугами Room Service, но и заказать в номер русскую чайную церемонию с десертами от шеф-кондитера отеля. А при заезде в номер гостей будут ждать традиционные приветственные комплименты от поваров «Метрополя». *

AccorHotels открыла отель ibis в Иркутске

Отель под брендом ibis расположена в центре Иркутска, неподалеку от набережной Ангары, в 10 минутах езды от аэропорта, железнодорожного вокзала и основных достопримечательностей.

K услугам путешественников 128 номеров, три из которых специально оборудованы для приема гостей с ограниченными физическими возможностями. В каждой комнате с усиленной свето- и звукоизоляцией установлена система климат-контроля, LED-телевизор, сейф и телефон.

На территории отеля оборудована кухонная зона ibis Kitchen, бизнес-центр и два конференц-зала вместимостью до 60 человек, работает круглосуточный бар. На территории всей гостиницы можно подключиться к бесплатному Wi-Fi.

«Иркутск — ближайшая точка к озеру Байкал, столица крупного промышленного региона, а также исторический и культурный центр Восточной Сибири. Мы уверены, что «ibis Иркутск Центр» будет пользоваться популярностью как у бизнес-туристов, так и у отдыхающих», — отметил Максим Девочкин, генеральный директор девелопера и собственника гостиницы ООО «М2». *



Более 2,2 тысячи брендированных гостиничных номеров введено в России, СНГ и близлежащих странах с начала 2017 года

В течение первой половины 2017 года в рассматриваемом регионе было введено более 2,2 тыс. номеров, что приблизительно соответствует показателю аналогичного периода 2016 года. В том числе в России уже появилось около 1,9 тыс. номеров в сравнении с 1,7 тыс. годом ранее.

«ГП о итогам первого полугодия прогноз ввода новых брендированных гостиниц на этот год был пересмотрен. Согласно скорректированному плану гостиничных операторов, в 2017 году может быть введено 8,1 тыс. номеров, что на 15% меньше по сравнению с прогнозом начала года, – отмечает Татьяна Веллер, руководи-

тель департамента гостиничного бизнеса компании JLL. – Ряд проектов были отложены до следующего года (приблизительно 3,2 тыс. номеров), но данное сокращение частично было компенсировано недавно подписанными франчайзинговыми договорами или контрактами на управление отелями с планируемой датой открытия в этом году».

«Если говорить о России отдельно, здесь также изменился прогноз: ввод около 2 тыс. гостиничных номеров отложен на 2018 год, но 431 номер добавился по сравнению с прогнозом начала года. В итоге первоначальный план сократился приблизительно на 1,5 тыс. номеров – до 5,1 тыс. номеров», – добавляет Татьяна Веллер.

Наиболее активным рынком региона по-прежнему являются Москва и Московская область, где уже введена почти половина запла-

нированного на этот год объема – 1,2 тыс. из 2,6 тыс. номеров. В Санкт-Петербурге обе гостиницы, заявленные на этот год, уже принимают гостей (388 номеров). Если все планы по открытиям в Москве будут выполнены, к концу года объем качественного гостиничного предложения в городе достигнет 32,1 тыс. номеров, увеличившись за год почти на 10%.

«Помимо Московского региона, начало года было активным в Казахстане – очевидно, в связи с подготовкой к Expo – 2017: 41% запланированных новых гостиничных номеров уже открыты (464 из более 1,1 тыс.), и все они располагаются в Астане. Такие города, как Минск, Ташкент, Ереван, Сочи, Елабуга, исчезли с карты запланированных на текущий год открытий, при этом добавились Якутск, Бакуриани и Уреки», – говорит Татьяна Веллер. *

8,1
тыс.
номеров в новых
отелях в России
и других странах
СНГ откроются
к концу года

HELIOPARK Group увеличивает присутствие на гостиничном рынке Пензы

HELIOPARK Group 1 июля 2017 года подписала контракт на управление еще одним пензенским отелем, который войдет в сеть под наименованием HELIOPARK Cruise.

Э тот отель увеличит городской сегмент отелей, управляемых оператором, и будет интересен не только гостям, прибывающим в Пензу, но и тем, кто следует по одной из самых крупных российских федеральных трасс «Урал», связывающей Москву и Челябинск.

HELIOPARK Cruise соответствует категории «три звезды», расположен в черте города на его северной границе. Преимущества локации – расположение на крупной транспортной развязке на въезде в город и прямое сообщение с его центром. Первое позволяет путешественникам избежать затрат времени на передвижение по городу, если этого не предполагает их маршрут. А второй фактор обеспечивает при необходимости максимально быстрое попадание в центр города для бизнес-туристов и гостей, желающих посетить Пензу.

Отель находится в 18 км (40 минут езды на автомобиле) от аэропорта, в 16 км (7 минут езды) от железнодорожного вокзала и автовок-



зала. До центра города можно добраться по улице Аустрина за 20 минут на автомобиле, остановка общественного городского транспорта находится в шаговой доступности от отеля.

Отель располагает 61 номером различных категорий от стандарта до двухкомнатного люкса, для семей или групповых заездов могут быть предоставлены трех- и четырехместные номера.

Все помещения оформлены в элегантном стиле, оснащены комфорtableйной мебелью, современными удобствами и техникой: бесплатный высокоскоростной доступ в Интернет, кабельное телевидение, система индивидуального климат-контроля, холодильник. Гостям отеля предоставляется завтрак.

На третьем этаже расположен конференц-зал, оборудованный для проведения деловых мероприятий любой сложности и вмещающий до 35 человек. *

Четыре канала продаж от Hotelbook

Не многие знают, что система бронирования Hotelbook является частью крупного отечественного холдинга UTS Group. Сервис является основным отельным провайдером для всех входящих в него компаний.

Передача данных происходит через собственную платформу HBConnect, интегрированную в каждый интернет-проект холдинга. На данный момент туда загружено более 3 500 отелей в России и СНГ. Предложения от средств размещения транслируются одновременно по четырем каналам сбыта: агентства, корпоративные клиенты, прием иностранцев в нашу страну и частные лица. Самостоятельный путешественники, в свою очередь, приходят с собственного B2C-ресурса, отельного проекта с компанией «Аэрофлот», WarGaming, WEBmoney и многих других известных компаний. Для каждого направления предусмотрены свои контракты и ценообразование, гибкость которого позволяет предложить оптимальную цену и сегментировать ее в зависимости от политики отеля. *



«Cronwell Park Яхонты Ногинск»: 10 лет на радость гостям!

В середине июля отель «Cronwell Park Яхонты Ногинск» отметил 10-летний юбилей. Что особенно приятно, руководство отеля и сети Cronwell Hotels&Resorts решило отпраздновать дату вместе с гостями отеля.

Тем, кто приехал в отель 14 июля, выпало три дня настоящего праздника, на котором чего только не было: и День Нептуна с Карибским шоу и «Пенной» дискотекой, турниры по волейболу как для взрослых, так и для детей, а также дартс, конкурсная спортивная программа для всей семьи «Экватория», различные мастер-классы. Впрочем, постоянные гости отеля знают, что скучать здесь не приходится никогда, ежедневные анимационные программы для детей, прокат квадроциклов, велосипедов, вейк-парк для самых смелых, детский клуб «Яхонтенок», боулинг, бильярд, теннис, пейнтбол – возможностей для развлечений, активных и остроумных, и не перечислишь.

Но праздник – это не только интересные программы отдыха, но и, конечно, застолье! Представляете себе праздничный фуршет, на который приглашены более 1200 гостей отеля, и всем при этом весело, интересно, вкусно, даже очень вкусно!

Глава Ногинского муниципального района Игорь Красавин приехал поздравить коллектив и гостей отеля «Cronwell Park Яхонты Ногинск», от лица руководства сети Cronwell выступил директор по операционной деятель-

ности Cronwell Management Евгений Еременко. Он отметил в своем поздравлении, что позитивные, доброжелательные отзывы гостей об отеле – главное свидетельство того, что команда отеля «взяла правильный вектор».

В ответном слове директор отеля «Cronwell Park Яхонты Ногинск» Дмитрий Малин поблагодарил гостей за выбор именно этого курорта и за лояльность к нему, а также сказал слова благодарности команде отеля «за ту огромную работу, которую она выполняет каждодневно, чтобы отдых гостей был комфортным, безопасным, чтобы всем им все здесь нравилось!»



Праздник завершился розыгрышем подарков от отеля, салютом и шоу-программой. И... продолжился на следующий день новыми программами, аукционом и другими развлечениями.

«Cronwell Park Яхонты Ногинск» находится в 50 км от Москвы, рядом с Ногинском, в живописных окрестностях по берегам озера Коверши. Отель имеет возможность принять до 1250 гостей, предлагая размещение в корпусах и котеджах. К услугам гостей – спа-центр «Аквамарин», масса возможностей для занятий спортом и активного отдыха. В отеле очень комфортно размещаться с детьми, к услугам маленьких гостей – детское меню, контактный зоопарк, анимация, клуб «Яхонтенок».

Отель располагает базой для проведения деловых и развлекательных мероприятий: в его инфраструктуру входит семь конференц-залов, рассчитанных на прием от 250 до 1250 человек, шесть банкетных залов, шатры на территории. *



Сочи: рост доходности в горах, падение на море

Холодное лето и появление доступных туров на любимые россиянами турецкие пляжи, по опасению многих, должны были негативно сказаться на гостиничном рынке Сочи. Однако сомнения скептиков оправдались лишь частично: отели на побережье и в самом деле сдали по сравнению с предыдущим годом (упали и загрузка, и цены, и доходность), в то время как в горах доходность отелей выросла.

В целом текущий год пока является довольно успешным для горного кластера. «Видимо, отельеры в Красной Поляне поставили своей целью работу над объемом проданных номеров, решив пока не гнаться за тарифом, — отмечает Татьяна Веллер, руководитель департамента гостиничного бизнеса компании JLL. — На фоне роста загрузки в первом полугодии 2017 года по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 6 п.п., до 52%, средний тариф (ADR) сократился на 4,6%, до 5,9 тыс. руб. Но благодаря увеличению числа занятых номеров горный кластер продемонстрировал прирост доходности на номер (RevPAR) на 6% — до 3,5 тыс. руб.

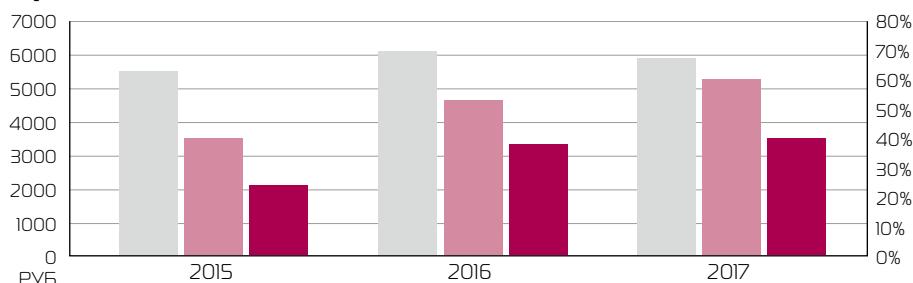
Несмотря на общие тенденции, на фоне высокого спроса в мае и июне (загрузка 47% и 52% соответственно) номера продавались по тарифам, превышающим прошлогодний уровень на 10% и 20%, и ADR достиг 2,9 тыс. руб. в мае и 2,8 тыс. руб. в июне.

«Ситуация в прибрежном кластере немного отличается. В мае и июне в силу нетипично прохладной погоды отели у моря потеряли 5 п.п. и 8 п.п. загрузки соответственно. При этом средний тариф в мае продемонстрировал значительное снижение — на 26% по сравнению с предыдущим годом, до 9 тыс. руб. Мы предполагаем, что некоторая часть спроса в период майских праздников предпочла более экономичные зарубежные направления, а также горную часть Сочи, где чистый воздух, живописная природа и значительно более привлекательные цены», — комментирует Татьяна Веллер.

Динамика первого полугодия в прибрежном кластере Сочи в целом отражает лишь небольшие потери по сравнению с прошлым годом: падение загрузки на 0,5 п.п., до 45%, и ADR на 2%, до 8,4 тыс. руб., обусловили итоговое уменьшение RevPAR на 3%, до 3,7 тыс. руб.

«В последние два года на качественном гостиничном рынке Сочи мы наблюдаем противоречивую тенденцию: второй год летом уровень загрузки в горном кластере увеличивается по сравнению с показателями прошлых лет, хотя данный период является здесь низким сезоном. Это означает, что шаги по продвижению Красной Поляны, предпринимаемые локальным бизнесом, местными и федеральными властями, начали приносить свои плоды, — замечает Татьяна Веллер. — На графиках можно увидеть, как слаживаются пики и падения в загрузке в горах и сокращается период межсезонья. В этом году был отчетливо заметен спад загрузки только в марте и апреле, когда снег уже растаял, но в горах еще недостаточно тепло для комфортного отдыха. В нынешнем году также станет понятно, способствует ли добавление казино в «Горки Город» дальнейшему смягчению сезонности в горном кластере Сочи». *

Операционные показатели отелей горного кластера, верхние сегменты



Операционные показатели отелей прибрежного кластера, верхние сегменты



Москва: загрузка растет, тарифы падают

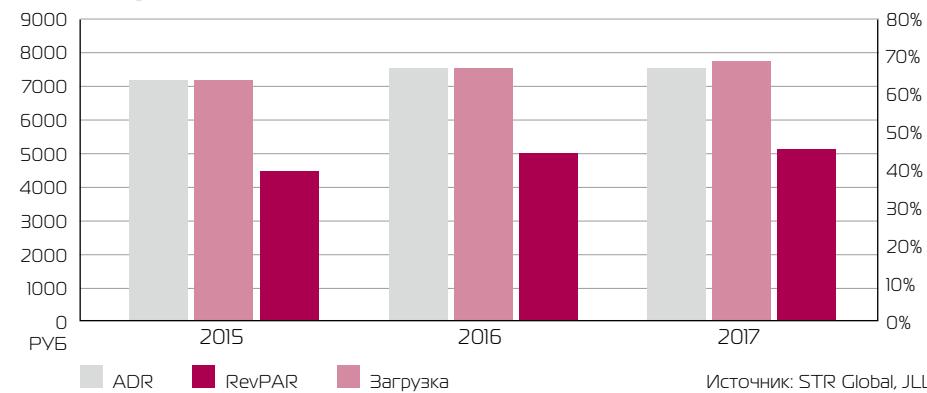
По словам Татьяны Веллер, руководителя департамента гостиничного бизнеса компании JLL, московские качественные отели в первом полугодии 2017 года установили новый пятилетний рекорд: почти 70% номеров было занято в российской столице. Несмотря на увеличение брендированного предложения за первые шесть месяцев на 1,2 тыс. номеров, в среднем загрузка выросла на 2 п.п. При этом тариф (ADR) в среднем по рынку упал на 0,5%.

«Такую динамику цен можно объяснить несколькими основными причинами: увеличением конкуренции на рынке, ростом предложения именно в нижних сегментах, что оказывает давление на среднерыночный показатель, а также типом спроса — спортивными болельщиками и продолжающимся интересом со стороны туристических групп. В результате доходность на номер (RevPAR) продемонстрировала небольшой рост (1,4%) и по-прежнему опережает показатели аналогичных периодов предыдущих пяти лет — 5,1 тыс. руб.», — комментирует Татьяна Веллер.

В июне во всех сегментах качественного гостиничного рынка наблюдался рост тарифа, а большинство сегментов зафиксировали рекордную загрузку. Этот результат неудивителен: наложение Кубка конфедераций на туристический сезон помогло отелям как удерживать ADR на довольно высоком уровне, так и получить значительную загрузку. Основной объем зарубежного спроса, очевидно, тяготел к верхним сегментам гостиничного рынка, поддерживая их операционные показатели, тогда как спрос из российских регионов и более чувствительный к цене иностранный предпочел более бюджетные отели. Например, в верхнем пределе среднего ценового сегмента в июне загрузка поднялась до 90%.

«Мы ожидаем, что 2017 год московские отели закроют приблизительно на уровне операционных показателей предыдущего года. Недолгий всплеск во время Кубка конфедераций позволит нивелировать падение загрузки вследствие оттока наиболее чувствительной к цене части спроса в результате постепенного наращивания цен, которое стали позволять себе московские отельеры

Операционные показатели качественных гостиниц Москвы в 1-м полугодии



Источник: STR Global, JLL

в попытке оптимизации доходности», — заключает Татьяна Веллер.

«Отдельно стоит упомянуть люксовый сегмент, который является исключением из этих правил и сдал по всем операционным показателям по сравнению с прошлым годом: загрузка за полугодие ниже на 1,6 п.п., тариф — на 1,2%, в связи с чем доходность на номер уменьшилась на 3,7% — до 11 тыс. руб. В то же время люксовые отели по-прежнему демонстрируют самый высокий уровень основных операционных показателей за последние 10 лет», — добавляет Татьяна Веллер.

Третий год качественные отели Подмосковья наращивают тарифы и доходность на номер. Загородные отели в Московском регионе в этом году, скорее всего, будут вновь пропригрывать доступным зарубежным направлениям, поэтому отельеры, похоже, сфокусировались на привлечении более платежеспособного спроса. За полгода на фоне небольшого падения загрузки по сравнению с предыдущим годом (на 0,4 п.п. — до 46,7%) и увеличения тарифа на 5,6% (до 5,1 тыс. руб.) доходность на номер в сегменте выросла на 4,7% и составила 2,4 тыс. руб. *

5,1
тыс. рублей

RevPAR
московских
качественных
отелей опережает
показатели
предыдущих лет

Гостиницы Санкт-Петербурга продолжают ставить рекорды

«Качественный гостиничный фонд Санкт-Петербурга в первой половине 2017 года представил самые высокие за последние пять лет среднерыночные показатели среднего тарифа и доходности на номер — рост на 15% и 8,5% соответственно, до 6,4 тыс. и 3,5 тыс. руб. На фоне падающей загрузки (снижение на 1,8 п.п. — до 50,5%) очевидно, что отельеры фокусируются на качестве спроса, наращивая цены и доходность, — комментирует Татьяна Веллер. — В свою очередь, более чувствительный к цене туристический поток покидает качественные отели Санкт-Петербурга в пользу более бюджетных вариантов размещения либо иных направлений для поездок».

Люксовый сегмент петербургского рынка опередил московский люкс по большинству показателей

Июнь был отмечен в Петербурге совмещением двух событий мирового уровня — ПМЭФ и Кубка конфедераций. «Обычные туристы, как правило, временно избегают локаций, где проводятся масштабные мероприятия, опасаясь высоких цен, усиленных мер безопасности, загруженности транспортной и туристической инфраструктуры города. В итоге месяц ознаменовался серьезным увеличением тарифов во всех сегментах гостиничного рынка на фоне заметного сокращения количества занятых номеров, что тем не менее привело к значительному росту доходности на номер», — отмечает Татьяна Веллер.

Лидером по динамичности изменения тарифа и загрузки в июне стал средний сегмент: при увеличении ADR почти на 19%, до 6,2 тыс. руб., загрузка сократилась с 90% в аналогичном периоде прошлого года до 80% в нынешнем. Люксовый сегмент в первый месяц лета достиг небывалого среднего тарифа (почти 45 тыс. руб.) в 2,5 раза выше

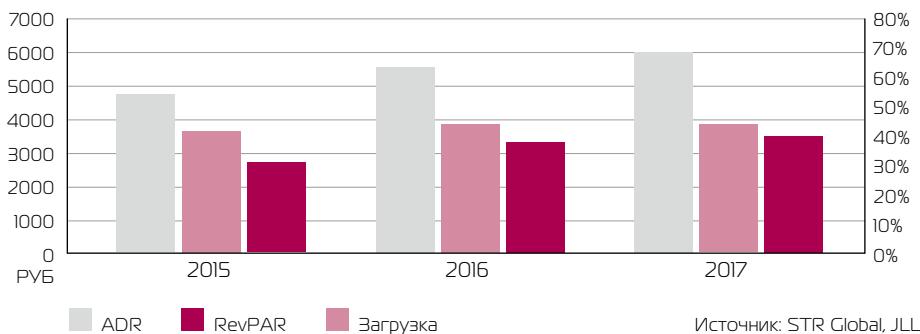
показателя самых дорогих отелей Москвы в июне 2017 года); загрузка при этом хотя и опустилась на 5,5 п.п., но осталась на высоком для сегмента уровне — 74%.

«Стоит отметить рекордные операционные показатели люксовых отелей Петербурга и за первое полугодие в целом. Они опередили московский люкс не только по средней цене за номер (что является типичным для первой половины года), но и по доходности за счет высокого спроса на фоне ПМЭФ и Кубка конфедераций и отсутствия ввода дополнительных номеров, — говорит Татьяна Веллер. — Так, в целом за прошедшее полугодие средний тариф люксовых отелей Петербурга достиг 23,3 тыс. руб. при 17,6 тыс. руб. в Москве, RevPAR — 11,5 тыс. и 11 тыс. руб. соответственно».

Лидером по росту доходности в первые шесть месяцев стал верхний предел среднего ценового сегмента. Он же единственный, где выросла, пусть и ненамного, загрузка, — на 1 п.п., до 65%. За счет активного роста тарифа (на 9% к 2016 году, до 5,5 тыс. руб.) RevPAR здесь увеличился на 11% — до 3,6 тыс. руб.)

«Небольшой ввод качественного гостиничного номерного фонда в первом полугодии при отсутствии открытий до конца года должен сгладить эффект оттока чувствительных к цене размещения локальных туристов. В итоге мы ожидаем, что 2017 год для гостиничного рынка Санкт-Петербурга завершится как минимум на уровне прошлого года или небольшим среднерыночным ростом рублевых операционных показателей», — прогнозирует Татьяна Веллер. *

Операционные показатели качественных гостиниц Санкт-Петербурга в 1-м полугодии



Андрей Абрамов стал региональным директором в AZIMUT Hotels



Mеждународная сеть отелей AZIMUT Hotels усиливает команду и объявляет об учреждении новой позиции в управляющей компании сети – регионального директора с функцией операционной поддержки и развития отелей сети. С 30 июня 2017 года на эту должность назначается Андрей Абрамов.

В зону ответственности Андрея Абрамова будет входить тактическое и стратегическое управление

отелями, географически расположенным в новом регионе: «AZIMUT Отель Кострома», «AZIMUT Отель Нижний Новгород» и «AZIMUT Отель FREESTYLE» и апартаменты «VALSET by AZIMUT». Общий фонд отелей в Костроме, Нижнем Новгороде и Сочи (курорт «Роза Хutor») и комплекса апартаментов «Вальсет», также в «Розе Хutor», составляет более 800 номеров.

Андрей Абрамов займется развитием общесетевых корпоратив-

ных стандартов, совершенствованием принципов гостеприимства сети, повышением эффективности бизнеса. Кроме того, будет оказывать консультационную поддержку департаменту развития сети при реализации новых проектов и в построении региональных команд.

Андрей Абрамов имеет 13-летний профессиональный опыт на руководящих позициях в международных гостиничных сетях The Rezidor Hotel Group, Hyatt, Golden

Tulip Hotels. Он занимался не только текущим управлением действующих проектов, но и открытием новых отелей.

Вальтер Нойманн, генеральный директор сети AZIMUT Hotels: «Уверен, что компетенции нового топ-менеджера позволят увеличить конкурентные преимущества введенных ему отелей, а также в целом всей сети AZIMUT Hotels».

Кэрин Вельдман возглавила управление отелем «Park Inn by Radisson Екатеринбург»



Gенеральным менеджером отеля Park Inn by Radisson в Екатеринбурге назначена Кэрин Вельдман. Со своей командой она планирует дальнейшее укрепление позиций отеля на высококонкурентном рынке Екатеринбурга.

Г-жа Вельдман обладает уникальным многолетним опытом операционной деятельности – до назначения на должность генерального менеджера она отвечала за эффективную работу отделов по приему, раз-

мещению, питанию гостей и уборке номерного фонда в европейских и африканских отелях.

Свою карьеру в сфере гостеприимства Кэрин начала в 2001 году в отеле Radisson SAS Hotel, Galway (Ирландия) в отделе уборки номерного фонда, уже в 2002 году став сервис-менеджером отдела приема и размещения гостей. В 2003 году Кэрин на время покинула The Rezidor Hotel Group и перешла на должность ассистента

менеджера бистро в отеле Kilkenny Ormonde Hotel, Kilkenny (Ирландия). В 2003–2005 годах Кэрин возглавляла отель Mercer Hotel, Dublin City Center (Ирландия). В 2005 году г-жа Вельдман начала свою профессиональную деятельность в Африке, заняв должность сервис-менеджера в отеле InterContinental Palazzo (ЮАР). С 2006 по 2008 год Кэрин работала проект-менеджером в девелоперской компании в ЮАР.

В 2008 году Кэрин вновь присоединилась к The Rezidor Hotel Group в качестве менеджера отдела приема и размещения гостей в новом отеле Radisson Blu, Port Elizabeth (ЮАР). В 2011 году Кэрин вошла в состав команды, готовящей к открытию отель Radisson Blu, Maputo (Мозамбик), где позже заняла позицию исполнительного директора, координирующего работу операционных отделов.

Клауде Булте назначен генеральным менеджером отеля «Radisson Royal Санкт-Петербург»



Kлауде Булте начал свою карьеру в компании Rezidor в 1999 году в качестве менеджера отдела банкетов и конференций отеля Radisson SAS в Пекине, где проработал три года. Затем он переехал в Гамбург и получил повышение до руководителя ресторанной службы. В этом же качестве в 2005 году он перешел в отель Radisson SAS в Берлине. В 2006 году г-н Булте был назначен на должность генерального

менеджера в отеле Radisson SAS Hotel 1919 в Рейкьявике, где проработал до 2008 года. Затем последовали отели в Киеве и Стамбуле, а с 2014 года Клауде продолжил совершенствовать свой профессиональный опыт в качестве регионального директора по Украине и Грузии.

В августе 2017 года Клауде был назначен региональным директором по Северо-Западу России, Грузии и Пекину и генеральным

менеджером отеля «Radisson Royal Санкт-Петербург».

«Я рад возглавить команду флагманского отеля сети The Rezidor Hotel Group в Петербурге, – поделился г-н Булте. – Это уникальный отель с богатым историческим наследием. Моя основная задача – продолжить совершенствование обновленного отеля, чтобы наши гости могли насладиться истинным гостеприимством Radisson Royal».

Клауде получил образование в школе отельного менеджмента в родном городе Маастрихт (Нидерланды). Г-н Булте имеет богатый опыт работы в индустрии гостеприимства, который он получил в разных странах мира: Китае, Исландии, Германии, Турции и др.

Клауде женат, у него трое детей.



«Альфа»: место, где вас всегда ждут

Рабочий день директора гостиничного комплекса «Альфа» Октая Юнисовича Сафар-Заде начинается в 7.30 утра. С коллективом он всегда на связи. В мобильном — системы наблюдения, такие же камеры есть в кабинете. По ту сторону экранов — люди, сотни людей... Словно единый живой организм, они трудятся в одном отеле, который для многих стал вторым домом, подарил путевку в жизнь, объединил семейные династии. Весь этот большой коллектив сплотил один человек — с неподражаемым одесским юмором, сильным характером и большим сердцем. Этот год для него юбилейный — 75 лет, почти половина жизни посвящена отелю. 36 лет он — на страже интересов гостиничного комплекса «Альфа».

Октай Юнисович, каким запомнилось вам детство?

Мое детство прошло в послевоенные годы. Я родился в 1942 году. И отчетливо помню себя лет с семи, когда мы с родителями переехали в Одессу. Это удивительный город, который навсегда остался в моем сердце. Чем славится Одесса по всему миру? Юмором, доброжелательностью, любовью к людям. И это все «впиталось» в мои гены. Я был хулиганом, как многие одесские мальчишки того времени. Мы мечтали покорить море. И после школы я окончил мореходку, ходил на судах и искал себя. Потом была армия. И по возвращении я, не сомневаясь, выбрал экономическую стезю. Меня к этому тянуло. И, кстати, быстро всё стало получаться. Учился в Киевском торгово-экономическом институте, открыл первый в Одессе супермаркет. Тогда это было нечто новое и удивительное! Позже судьба привела меня в Комбинат питания Морского вокзала, где я работал директором. А потом в мою жизнь вошла Москва.

Помните ваш первый рабочий день в гостиничном комплексе «Альфа»?

Конечно, этот день я запомнил на всю жизнь. Это было 27 мая 1982 года, представляете: 36 лет назад! Волнений и сомнений не было. Первые дни знакомился и много общался с людьми, переполнил уйму документов. На первой оперативке прямо обозначил, что мне не нравится и как мы это будем менять. Кстати, и по сей день по средам я провожу такие совещания, где мы разбираем всё, что было сделано за неделю, и обсуждаем планы.

Моя первая должность в отеле — директор ресторана. И первое, с чего я начал — с питания сотрудников и безупречной работы служебного гардероба. Ритм был сумасшедший. Работал с 7 утра и до 2 часов ночи. Огромный комбинат питания на две тысячи ежедневных завтраков, обедов и ужинов. У нас не хватало мест, хотя работали три обеденных зала. Вот было время! Мы завоевали большую популярность. Спустя два года совет трудовых коллективов выбрал меня генеральным директором гостиницы. Так и началась новая страница в истории моей жизни.

Гостиничный комплекс «Альфа» для вас — это работа или уже образ жизни?

Это всё равно, что спросить, а что для вас значит дом. Всё. Каждый день я просыпаюсь, чтобы делать эту важную работу: для многочисленных гостей, которые сюда приезжают, для своих сотрудников, за которых я несу ответ-

ственность. Я всегда говорю, что у меня есть три сына. Старший — Рустам, младший — Руслан и самый старший — «Альфа». И все к такому распределению уже привыкли.

Сыновья пошли по вашим стопам?

Я никогда не навязывал детям своего мнения, давал свободу выбора. Оба сына учились в Америке и приобрели нехарактерную для нашего менталитета самодисциплину. Старший Рустам с отличием окончил три высших заведения: Российскую таможенную академию, Московскую академию предпринимательства и Дипломатическую академию МИД. По специальности экономист, юрист, специалист в области международных отношений и кандидат экономических наук. В 34 года дослужился до звания полковника.

Успешно складывается профессиональная жизнь и у младшего сына Руслана. У него тоже три высших образования, в совершенстве знает английский, испанский и китайский. Помню, как он не хотел учить китайский. Я сумел его

ВАДИМ ВОРОЖЕЙКИН,

метрдотель ресторана гостиничного комплекса «Альфа»

В «Альфе» 39 лет, начинавший официантом.

«Ресторан отеля — это наша марка, наша гордость. Высокую планку мы держим много-много лет. Проверьте, так вкусно не готовят нигде. Мы постоянно совершенствуемся и следим за последними тенденциями. Недавно в дополнение к шведскому, появился европейский шведский стол и VIP-меню. У нас первоклассные повара и официанты. Нашу команду даже приглашали на обслуживание мероприятий в Кремле».



С Рустамом,
сыном и заместителем

РУСТАМ САФАР-ЗАДЕ,

первый заместитель генерального директора гостиничного комплекса «Альфа»

«Я люблю путешествовать по миру и бываю во многих отелях. Лучшие идеи адаптируем и внедряем у себя. Так, на территории нашего комплекса появились зарядка для электромобилей и начала действовать услуга по аренде smart-авто для гостей. Сейчас работаем над новым логотипом. У нас есть свое лицо, и мы объективно отличаемся от других гостиничных комплексов, чем и привлекаем туристов. Продолжаем реновацию всего отеля. Делаем ставку на современные технологии и совершенствуем программное обеспечение. Благодаря системам онлайн-бронирования число новых клиентов постоянно растет. Отец поставил настолько высокую планку как руководитель, что мы, его команда, всегда должны соответствовать, работать эффективно и качественно. А мне приходится делать это с двойной самоотдачей, так как с меня и спрос больше. В «Альфе» я каждый день учусь. И в этом мне помогает профессиональный коллектив. Мы вместе решаем поставленные задачи, всегда выслушиваю мнение других. Считаю, что только так можно прийти к верному решению!»



ЯНИ ПЕТКОВ,

руководитель службы приема и размещения гостиничного комплекса «Альфа»

В «Альфе» 1 месяц.

«Ресепшен – лицо гостиницы, именно здесь рождается настроение и создается атмосфера. Мы начинаем свой день с улыбки и позитива и стараемся подарить их гостям. Много лет проработав в отелях США и ОАЭ, я поначалу с удивлением воспринимал большие группы по 200–250 человек, которые приезжают в «Альфу». Хотя чему удивляться, когда номерной фонд отеля около тысячи номеров! Сервис у нас не уступает европейскому: стандарты и подходы такие же высокие. Буквально сегодня мы получили высокую оценку в международной системе онлайн-бронирования. Наш рейтинг снова вырос».



ДАНИЛА КРАСНОВ,

директор департамента продаж и маркетинга гостиничного комплекса «Альфа»

В «Альфе» 6 месяцев.

«У нас изменился подход к работе с клиентами. Мы уменьшили количество низкобюджетных групп и увеличили онлайн-сегмент, имеем крупные контракты с мировыми компаниями. К нам едет много гостей из Китая, Ирана, Южной Кореи, Индии, Таиланда, испаноговорящих и европейских стран. Продолжаем активно развивать конгресс-услуги. Сейчас в «Альфе» 10 конгресс-залов, и мы планируем и дальше расширять эти возможности. Бизнес-сезон еще не начался, а загрузка последние три месяца – 97%. В чем секрет успеха? Первое – грамотное руководство и сильная команда, второе – формат и качество питания, третье – сервис и еще один плюс – соотношение цены и качества. Мы получаем огромное количество положительных отзывов. И это стимул к дальнейшему развитию!»



ОЛЬГА БАЛАШОВА,

директор гостиницы комплекса «Альфа»

В «Альфе» 23 года, начинала администратором поэтажной службы.

«У нас 945 номеров на любой вкус и запрос самых взыскательных посетителей. За годы моей работы фонд практически полностью изменился, был перестроен, отремонтирован. Сегодня у нас двухэтажные номера, апартаменты, номера-сьюты. Причем все они оформлены в разной стилистике. Хотите морской мотив или восточный, есть номера свадебные, с аквариумом вместо стены, клубный вариант для молодежи. Гости в восторге. Всё это воплощение творческих задумок нашего руководителя, он постоянно экспериментирует. В «Альфе» 19 номеров для людей с инвалидностью. Много технических средств для связи, передвижения и комфортного проживания людей с ограничениями здоровья. Такие номера соединены с комнатой для сопровождающих. Наших постоянных гостей я знаю лицо. Порой загляну в архив, а этот посетитель заезжал 22-й раз. В последнее время много туристов из Китая и Ирана. Для них у нас есть и china friendly и такое направление, как хайяль. Сотрудники знают китайский. А кто не знает – учит, как я. Гостиница – это живой организм, который не стоит на месте и постоянно обновляется».



КИРИЛЛ ФОМИН,

начальник финансового управления гостиничного комплекса «Альфа»

В «Альфе» 15 лет.

«Я пришел в «Альбу» сразу после института, продолжая семейную традицию, вслед за мамой. Что я считаю сильной стороной нашего отеля? Огромный номерной фонд. Вся площадка «Измайлово» принимает детей со всех регионов страны на Кремлевскую елку. Ни один отель Москвы не может предоставить единовременно порядка 5–6 тысяч номеров, чтобы разместить всех детишек. Перед нами стоит важная задача – создать гостям комфорт, как дома. И это наша отличительная черта. Еще одна сильная сторона «Альбы» – ее руководитель. Он обладает невероятной способностью помогать людям, быть там, где радость и горе. Всю жизнь я буду благодарен Октаю Юнисовичу за помощь моей семье. У жены очень сложно складывалась беременность. Благодаря содействию Октая Юнисовича, всё закончилось хорошо. У нас двойня, моим детям по 7 лет. Наш шеф уникальный. Ну, кто еще из отельеров 36 лет проработал в одном месте? Таких просто нет».

переубедить. А теперь он мне очень благодарен. У него бизнес и партнеры в Китае.

• **И тем не менее старший сын стал в «Альфе» вашей правой рукой и сейчас курирует экономические вопросы в должности первого зама, как так вышло?**

В жизни каждого человека есть переломные моменты. Когда вдруг ты по-новому начинаешь смотреть на многие вещи. Так случилось и со мной. Пошатнулось здоровье, годы немолодые. И я понял, что всё не вечно и меня кто-то должен заменить в «Альфе». И я сказал Рустаму – пора. Он же вырос в отеле. И так быстро влился в коллектив и в процесс, как будто всегда здесь работал.

• **5 лет назад отель получил официальный статус четыре звезды? Долго ли вы к этому шли?**

Я всегда рассуждал так. Вопрос загрузки отеля решает «господин рынок». Зачем мне эти звезды? Но был такой случай. Мы познакомились с представителями одной французской туристической компании. Они инкогнито побывали у нас в гостях. Приходят ко мне в кабинет радостные, довольные, нам всё понравилось, давайте сотрудничать. Мы обо всём договорились. А через какое-то время звонят и говорят: «Простите, но наши туристы-пенсионеры не хотят останавливаться в трехзвездочной гостинице». И в этот момент я понял, что пришло время перемен. Мы вложили много сил и средств, когда готовились к новым стандартам. Это дало новый импульс и привлекло новых гостей.

• **Гостиничный бизнес – одна из самых стремительно меняющихся сфер. И каждый день нужно держать руку на пульсе, постоянно быть в курсе современных тенденций, угадывать желания клиентов. Как вам это удается?**

В последние годы я легко иду на реформы, понимаю их необходимость. Сегодня совершенно другая жизнь. За что я люблю молодежь? За свежий взгляд, креативность, совершенно другие «мозги». И у нас в коллективе идет смена поколений. Много молодых ребят приходит. До сих пор не могу припомнить, что у меня больше нет горничных. Теперь это невыгодно, сегодня этим успешно занимаются клининговые компании. Много лет я гордился нашим ателье, где шили постельное белье, шторы, форменную одежду. Сейчас это экономически нецелесообразно. Раньше программным обеспечением в отеле занималось 19 человек, а теперь достаточно пяти. Да что говорить, в советское время штат сотрудников составлял 1400 чело-

век, после перестройки — 720, а сейчас снизился до 354. Технологии требуют новых подходов.

Отель «Альфа» является 100%-ной собственностью Московской Федерации профсоюзов.

Наш руководитель — председатель МФП Антонцев Михаил Иванович, с которым у нас сложились добрые взаимоотношения, полное взаимопонимание и доверие, мы с готовностью исполняем все поставленные перед нами задачи, находим совместные пути решения любых вопросов.

В отличие от других гостиниц, мы в свое время не стали акционироваться. В этой модели, думаю, есть свои плюсы.

★ У «Альфы» — богатая история, наверняка сохраняются традиции, которым много лет?

Очень дорожу нашими традициями. «Альфа» — это одна большая семья. Люди со стороны удивляются, что я знаю всех своих сотрудников по именам. Так многие из них со мной с первого дня. Я помню о каждом, у кого какая семья, у кого сколько детей, какие проблемы. Я ценю и уважаю своих коллег.

Мы часто устраиваем выездные мероприятия для сотрудников. Это очень объединяет. Люди знакомятся, общаются, лучше узнают друг друга. Летом всех наших детей отправляем в детские лагеря, на первое сентября дарим новенькие портфели и школьные принадлежности, а зимой — билеты на Кремлевскую елку. Да, мы еще в «Альфе» проводим свою собственную елку.

Помогаем бывшим сотрудникам на пенсии, в том числе материально. В отеле всегда была и сохраняется крепкая система социальной защиты. На 8 марта обязательно собираю на праздник наших пенсионерок, ласково называю их «девушками». День старшего поколения отмечаем вместе. Мне задают вопрос, а зачем вы это делаете? Отвечаю: ну, я ведь тоже буду стареньkim, и вы меня тоже пригласите. (Смеется.)

В «Альфе» успешно работают люди с инвалидностью. Я делаю, это не для галочки, это потребность сердца. Более того, могу сказать, что это одни из лучших моих сотрудников.

Вообще я все вопросы пропускаю через себя. Рассуждаю так, а если бы твой руководитель так сделал, как бы ты это воспринял?

★ Вы требовательный руководитель, к вам легко зайти в кабинет?

Я требовательный, но объективный. И стараюсь хорошо делать свою работу, вкладывая в нее всю душу. Хвалить себя не привык, не мне судить, какой я руководитель. Зайти в кабинет может каждый. Все это знают.



Но незапланированный приход любого работника по служебному вопросу в мой кабинет — это значит, что кто-то где-то недоработал, раз я должен включиться, а вот по личному вопросу двери открыты в любое время.

Самая важная задача руководителя — четко и грамотно подобрать команду и распределить полномочия, чтобы каждый сотрудник делал свою работу, а моя задача заниматься глобальным развитием комплекса и заботиться о сотрудниках.

★ А что вы больше всего цените в людях?

Порядочность — это самое главное, с этого всё начинается и на этом всё держится.

★ Что для вас самое большое счастье?

Чтобы все были здоровы. Для меня главным человеком в жизни была моя мать со своей огромной любовью и уважением к отцу, к своим детям и близким. Так же я воспитываю и своих сыновей. Самый главный человек в жизни любого — это мама. С моей супругой мы прожили вместе без малого 40 лет. И мы все ее боготворим. Семья для меня как для любого нормального человека — это тыл. Но когда начинаешь задумываться о счастье — это еще и моя «Альфа», это ведь тоже часть семьи.

Мечтаю, чтобы люди, уезжая от нас, искренне говорили «спасибо», хотели вновь вернуться. Чтобы они чувствовали заботу, тепло, уважение, сохранили самые светлые воспоминания о нас. Мы всё должны сделать, чтобы им было комфортно, как дома. Это и есть счастье — хорошо делать свою работу со своими единомышленниками! *

Ключевые сотрудники
ГК «Альфа»: Вадим Ворожейкин,
Ольга Балашова, Кирилл Фомин,
Елена Крыжина, Даниил Краснов,
Ян Петков

ЕЛЕНА КРЫЖИНА,

заместитель
главного бухгалтера
гостиничного
комплекса «Альфа»



В «Альфе» 25 лет,
начинала бухгалтером.

«Когда я пришла в «Альфу» мне было всего 19. Стажировки отеля иначе как «помощница» меня не называли, воспринимали несерьезно: девчонка, первое место работы. Профессионально вырастили мне помог Октай Юнисович. Я окончила институт, развивалась и вот доросла до зама главного бухгалтера. Руководитель «Альфы» сыграл судьбоносную роль в жизни многих сотрудников. И поэтому в коллективе мы называем его между собой не иначе как «папа». В этом отеле — наша вторая семья. И отношение к работе такое же. Поэтому, наверное, несмотря на любые кризисные и сложные периоды, нам всегда удавалось быть на плаву, выходить на хороший финансовый результат».

Кубок конфедераций: учим уроки

В России прошла своего рода репетиция чемпионата мира по футболу 2018 года. Игры Кубка конфедераций принимали четыре города России: Москва, Санкт-Петербург, Казань и Сочи. Насколько успешно был организован турнир, и какие уроки можно извлечь из этого мероприятия, чтобы главный мировой праздник футбола в следующем году ничто не омрачило?

“
В Санкт-Петербурге
классифицировано
34 тысячи номеров, все
они ждут участников
и гостей Чемпионата мира
по футболу 2018 года **”**

В день завершения Кубка конфедераций 2 июля 2017 года состоялась церемония подписания соглашения между руководителями органов власти в сфере туризма Петербурга, Москвы, Казани и краснодарского края.

Во встрече, которая прошла в Доме журналиста в Санкт-Петербурге, приняли участие председатель Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга **Андрей Мушкирев**, министр курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края **Христофор Константины**, заместитель руководителя Департамента спорта и туризма города Москвы **Константин Горянинов** и постоянный представитель Республики Татарстан в Санкт-Петербурге **Ренат Валиуллин**.

Как отметили на торжественной церемонии, города-организаторы матчей Кубка конфедераций получили высокую оценку от президента FIFA **Джанни Инфантино** за успешную работу.

Подписанное соглашение будет способствовать привлечению туристов в города-

участники предстоящего мундиаля и успешно координировать организационную работу на матчах ЧМ–2018.

По словам председателя Комитета по развитию туризма Петербурга Андрея Мушкирева, город может говорить о стопроцентной готовности к предстоящим матчам чемпионата. В ближайшее время стороны готовы подписать дорожную карту в рамках соглашения и взаимно продвигать регионы как на внутренней, так и на внешней арене.

«Нас объединила общая идея проведения Кубка конфедераций. Мы прошли этот путь, столкнулись с определенными сложностями и успешно их решили, — отметил Андрей Мушкирев. — Опыт — это то уникальное наследие, которым мы можем поделиться с остальными городами России. Как отметили в FIFA, Кубок конфедераций в нашей стране был одним из самых хорошо организованных за всю его историю».

Также он отметил, что по требованиям FIFA Петербург должен был аккредитовать 14 тысяч номеров, но при этом город «перевыполнил



АЛЕКСЕЙ МУСАКИН,
генеральный директор Cronwell
Management

Такие спортивные события, как Кубок конфедераций, ЧМ по футболу, Олимпиада, служат повышению туристской привлекательности страны в целом. Реакция на Кубок конфедераций и ЧМ по футболу будет через год-два. Смысл проведения таких спортивных мегасобытий в повышении имиджа города, имиджа страны. Мы получаем инфраструктуру: отели, дороги, спортивные сооружения, которые, в свою очередь, приводят к увеличению числа спортивных соревнований, а те косвенно начинают влиять на туристский и гостиничный бизнес. Появляются новые туристские аттракции в городах, к которым был ограниченный туристический интерес, к таким, например, как Волгоград, Саранск. В Волгограде строятся рядом с футбольным стадионом спортивные сооружения для других видов спорта. И тогда все начинает работать.

Такие мегасобытия очень полезны для дестинаций, их определенно надо проводить. Но к уже названной выше инфраструктуре нужно создавать дополнительно инфраструктуру развлечений: парки типа Диснейленда рядом с кольцевой дорогой, выставочную инфраструктуру (продолжить развитие недавно открытого центра ExpoForum), а также открыть Петербург для бюджетных авиаперевозчиков.

К каким проблемам должны быть готовы отельеры во время проведения чемпионата мира? Количество болельщиков будет зависеть не от календаря игр, а от результатов матчей после завершения игр в подгруппах. Определяющим фактором для болельщиков будет конкретная пара команд, ради которых они поедут на этот матч или нет. Например, если в Петербурге будут играть сборные Германии и России, то здесь будут забиты все гостиницы. Но в случае решающей игры, скажем, двух южноамериканских команд болельщиков будет гораздо меньше, так как им приехать на этот матч будет сложно и дорого. То есть планировать загрузку отелей болельщиками невозможно.



план» и классифицировал 34 тысячи номеров. В ближайшее время в Санкт-Петербурге вводятся в строй еще около двух тысяч номеров.

Для активизации работы по продвижению Кубка конфедераций среди иностранных туристов были созданы офисы Visit Petersburg, подчеркнул Андрей Мушкарев.

«Мы решили пойти своим путем и выступили с инициативой открытия офисов Visit Petersburg за рубежом. Уже открыты офисы во Франции, Индии, Китае, — рассказал председатель Комитета по развитию туризма. — Эти офисы направлены не только на прямого клиента, они работают в форматах b2c и b2b. В них проходят круглые столы, мы продвигаем на этих площадках в том числе и чемпионат мира по футболу».

Как пояснил Андрей Мушкарев, в планах комитета открыть до конца года еще 15 офисов Visit Petersburg в зарубежных странах.

Христофор Константиниди отметил, что потенциал регионов, подписавших это соглашение, очень велик. При объединении всех ресурсов участников позиционирование и России, и ее туристских центров будет намного более значимым. Это и площадка для обмена опытом в рамках сотрудничества и информационного обмена. Он сообщил о готовности задействовать на территории Краснодарского края

и туристические информационные центры, и пресс-центры на территории Сочи и Краснодара, для того чтобы представить потенциал регионов — участников соглашения.

Константин Горянин также подчеркнул, что опыт, который получили четыре города, смогут использовать остальные города, которые будут принимать ЧМ в следующем году. Это еще один шаг в объединении усилий российских городов по приему туристов из-за рубежа и в развитии внутреннего туризма.

Г-н Мушкарев отметил проблемы, которые были на подготовительном этапе. По мнению чиновника, они были вызваны нежеланием отельеров выполнять дополнительные меры безопасности, которые были предписаны спецслужбами. Но разногласия удалось урегулировать до начала Кубка, и все прошло хорошо.

Москва готова к проведению ЧМ на высшем уровне.

Сочи и Казань тоже располагают значительным номерным фондом для размещения участников и болельщиков, а также современными спортивными сооружениями и опытом проведения крупных спортивных международных событий. *

Участники пресс-конференции в Санкт-Петербурге:
Константин Горянин,
Христофор Константиниди,
Андрей Мушкарев,
Ренат Валиуллин

НИКИТА САВОЯРОВ

Как не бояться проверок?

Независимый гостиничный альянс (НГА) совместно с Первым клубом профессионалов гостеприимства организовал 11 июля 2017 года практический семинар «Эффективная работа отеля в условиях меняющегося законодательства» в столичном отеле «Брайтон». Спикерами выступили профессионалы-эксперты индустрии, специализирующиеся на консультировании и решении узкопрофильных проблем отелей.



Если вы считаете, что правы, не нужно с готовностью платить штрафы. Многие отели боятся приостановки деятельности, однако приостановка возможна только по решению суда. Если же не протестовать против неоправданных обвинений и сидеть сложа руки, приостановка может наступить скорее, чем вы думали

ГУРГЕН МКРТЧЯН

Первым выступающим был **Гурген Мкртчян**, генеральный директор ООО «Скайгейт» и директор НГА по взаимодействию с органами законодательной и исполнительной власти. Он дал советы по поводу нюансов оформления паспорта безопасности отеля. Слишком уж много постановлений насчет безопасности выходило в последнее время, особенно в свете будущего чемпионата мира 2018 года.

Спикер пояснил, что на данный момент актуальны три распорядительных документа относительно паспорта безопасности за номерами 2335-РП, 272-ПП (который как раз и есть у многих гостиниц) и вступивший в силу с апреля 2017 года номер 447-ПП. Если у руководства отеля уже есть на руках действующий акт категорирования, то средство размещения обязано пройти процедуру, так сказать, до конца по 272-ПП документу. Во всех остальных случаях необходимо следовать документу 447-ПП.

Эксперт подробно рассказал о процедуре оформления паспорта безопасности, пояснил, в какие конкретно ведомства нужно направлять официальные письма. Можно составить вариант паспорта самостоятельно, а потом черновик документа согласовать с экспертами.

Впрочем, обращение к профессионалам за разработкой паспорта безопасности сэкономит время и силы: процедура оформления всех документов займет, к примеру, не полгода, а три месяца (в среднем). Стоимость разработки — около 40 тысяч рублей, с согласованием — около 70 тысяч. «Если вы выберете вариант составлять паспорт безопасности самим или просто потребуетесь советы по этому поводу — обращайтесь

в НГА: коллеги обязательно вас проконсультируют», — заверил г-н Мкртчян.

Сильно упростило ситуацию то, что теперь из перечня «выносящих вердикт» организаций убрали МВД, у которого традиционно было очень много вопросов по согласованию текста. Согласно документу 447-ПП, в списке остались Росгвардия и ФСБ.

Также г-н Мкртчян обратил внимание собравшихся на два других очень важных документа, хотя не все уделяют им должное внимание: это План антитеррористических мероприятий (готовится и обновляется ежегодно) и План действия в чрезвычайных ситуациях.

Спикер особо отметил, что очень важно не соглашаться с попытками проверяющих органов вас оштрафовать за якобы несоответствие любому из упомянутых документов: «Если вы считаете, что правы, не нужно с готовностью платить штрафы. Многие отели боятся приостановки деятельности, однако приостановка возможна только по решению суда. Если же не протестовать против неоправданных обвинений и сидеть сложа руки, приостановка может наступить скорее, чем вы думали».

Исполнительный директор аудиторской компании «АудитХелп» **Наталья Потехина** согласилась с предыдущим спикером в том, что, к счастью, законодательство понемногу совершенствуется, а отельеры получают все больше консультаций в плане финансовой и другой отчетности. В своем выступлении, рассказывая о ключевых аспектах налоговых проверок и последних изменениях в них, она остановилась на практических советах. А именно: как не попасть в «черный список» компаний

для внеочередного рейда. Кстати, напомним, что с 2017 года налоговый орган отслеживает и страховые взносы тоже.

«Выездных проверок — тех самых, внезапных, по подозрению, что «что-то не так», стало меньше, но штрафы выросли. То есть проверки стали результативнее», — сообщила г-жа Потехина.

Советы отельерам таковы: во-первых, налоговики прежде всего интересуются тремя параметрами — полнотой уплаты налогов, правильностью исчисления и сроками оплаты. За этим нужно следить в первую очередь. Далее: на любое несоответствие при первичной (дистанционной) проверке запрашивается пояснение, и очень важно на запрос быстро отреагировать. В-третьих, помните: решение о начале проверки может подписать только руководитель налоговой инспекции или его заместитель — никто иной! В-четвертых, если в документе проверяющим лицом указан, допустим, Петров, а в отель приезжает Сидоров — не пускайте: ждите Петрова. Так как о замене состава проверяющих должно быть вынесено отдельное решение. Будьте бдительны!

Еще один важный момент: обязательно заведите специальный «журнал проверок», в котором разумно фиксировать абсолютно все, что происходит в отеле в связи с налоговыми проверками. Кто приехал, когда, во сколько прибыл, во сколько попрощался, что запрашивал. Это в какой-то степени дисциплинирует проверяющих.

Внимательно смотрите на решение, которое вам выдали. Часты запросы по статье 93.1: проверка конкретных сделок. Уточнения по ним нужно выдавать как можно раньше.

И, наконец, как повысить свои шансы и попасть в число счастливчиков, к которым налоговая не приезжает никогда, ограничиваясь дистанционными проверками по заранее озвученному графику? Наталья Потехина представила подобие перечня «критериев оценки рисков», на которые налоговая инспекция «делает стойку». Если ваше предприятие не вызывает подозрений ни по одному из этих пунктов, шансы «живь долго и счастливо» стремительно повышаются.

Среди критериев, например, «убыток». То есть компания должна работать с прибылью, иначе зачем она нужна? Закрывайтесь или реорганизуйтесь. Далее: значительные суммы вычетов по НДС, несоответствие роста доходов темпам роста расходов, соответствие зарплатной платы средней по рынку, отклонение уровня рентабельности от среднего, заключе-

ние договоров с подозрительными перекупщиками (firmами-«однодневками» и т.д.) и некоторые другие моменты.

По поводу сделок: налоговая хочет убедиться, что любая ваша трата идет на благо клиента, что она обоснована. Грубо говоря, если собственник отеля дал распоряжение купить яхту или космическую ракету — значит, нужно обязательно уточнить, что на яхте, к примеру, будут ежедневно катать проживающих, а ракете предстоит на ежедневной основе служить игровой площадкой для детей постояльцев.

Подготовила спикер и подобие шпаргалки для участников конференции, дав практические советы, как упростить себе жизнь, если налоговая к вам все-таки приехала.

В их числе:

Проверяйте проверяющих. Без должных обоснований никого не пускайте и никому ничего не показывайте! Как снег на голову свалившихся сотрудников полиции — тем более. Хочет инспектор привести с собой пятерых полицейских — пусть заранее предупредят вас об этом письменно.

Выделите отдельное помещение для общения с представителем налоговой. Его или ее чуткие уши не должны слышать абсолютно ничего, кроме того, что вы считете нужным озвучить. В идеале — договоритесь о том, что со всеми документами сами приедете в инспекцию. Да, таскать килограммы документов непросто, но объяснять случайно попавшееся на глаза проверяющему лицу неподобающее зрелище (а это, по закону Мерфи, обязательно случится) будет сложнее.

Назначьте ответственного за налоговую проверку в своей компании. Человека, умеющего грамотно разговаривать, не нервничать без повода, морально устойчивого. Лучше всего юриста, который уж точно не скажет лишнего.

Проведите инструктаж сотрудников, как именно они должны вести себя в период проведения налоговой проверки.

Сохраняйте абсолютно все письма и запросы, приходящие к вам из налоговой: если не дай бог что, они очень пригодятся вам в суде. Все документы передавайте строго по описи, фиксируйте любые нарушения. Даты отправки/получения любого письма заносите в упомянутый выше «дневник».

Очень часто налоговые инспекторы требуют доступ к бухгалтерским программам на предприятиях. Ни в коем случае его не предоставляйте! Нередко там слишком много пометок «не для посторонних глаз». И помните: прове-



Выездных проверок — тех самых, внезапных, по подозрению, что «что-то не так», стало меньше, но штрафы выросли. То есть проверки стали результативнее //

НАТАЛИЯ ПОТЕХИНА



Семинар вызвал большой интерес отельеров. Те, кто не смог присутствовать лично, присоединились к участникам благодаря онлайн-трансляции

ряющие лица могут запросить все что угодно, вплоть до доступа к PMS. Это не значит, что у них есть на это право (а оно есть действительно не всегда). Не бойтесь их обидеть или разозлить, в лоб отказывать, конечно, не стоит, но можно вежливо запросить письменное обоснование.

«Знайте свои права! — призвала спикер. — Сейчас времена изменились, и мы вышли на цивилизованную дорожку, что очень важно».

Между двумя основными сессиями при участии вице-президента Федерации рестораторов и отельеров **Вадима Прасова** состоялся круглый стол по реализации передачи данных иностранных и российских граждан в разных PMS. В качестве эксперта пригласили руководителя ООО «МРП–Интеллектуальные машины» **Екатерину Райлян**. Екатерина рассказала о возможности регистрировать постояльцев теперь и через ЕПГУ — единый портал госуслуг, система на данный момент тестируется и пока не вполне удобна в использовании. Есть надежда, что найденные ошибки удастся ликвидировать к началу 2018 года, но как будет на самом деле — покажет время.

Президент Первого клуба профессионалов гостеприимства **Татьяна Кибирова** и тренинг-менеджер департамента хаускипинга компании F5 Service **Ольга Зайцева** поделились с собравшимися успешным опытом прохождения проверок Роспотребнадзора в отелях, подсказав, как минимизировать возможные придирики. Напомним, что плановые проверки в средствах размещения проводятся раз в три года, внеплановые же — от случая к случаю.

График плановых проверок Роспотребнадзора висит на сайте организации. По гостиницам за 2016 год число замечаний уменьшилось втрое, даже в результате проверок по заявлениям жалобщиков, и можно сделать радостный вывод, что внеплановых проверок стало значительно меньше.

Однако к ним нужно быть готовым заранее, на всякий случай. Вселабораторные результаты — смывов, анализов воды — хранить в отдельной папке. Где она будет храниться, надлежит решить на собрании менеджеров. Чтобы каждый руководитель департамента знал, где она. Не исключая инженерную службу: да-да, она тоже задействована в этих проверках, как и вся остальная команда управленцев и даже владельцев.

Важная информация, касающаяся Роспотребнадзора: санитарные нормы в данный момент находятся в проекте. Так как прежние устарели, а проект новых несовершенен. На радость гостиничному сообществу, эксперты Первого клуба профессионалов гостеприимства приглашены чиновниками к диалогу, чтобы все эти несоответствия устранить. Ведь доходит до абсурда: отели штрафуют за невыполнение прописанных в законе требований, выполнить которые нереально. Поэтому Татьяна Кибирова, пользуясь случаем, попросила отельеров по возможности поделиться личным опытом прохождения проверок Роспотребнадзора: какие были замечания, как удалось разрешить спорные моменты (например, требования 10-летней давности к отелям). Нужно сказать и о том, что не получилось. Все это поможет сбалансированному законотворчеству.

Также эксперт порекомендовала обратить внимание на семь основных моментов, исходя из опыта прохождения проверки. Это внешний вид персонала, инвентарь, склады/бельевые и подсобные помещения, уборка номера, прачечная, дезинфекция и — напоследок — Договор на оказание услуг вкупе с паспортом безопасности.

По первому пункту — внешний вид — отели получают меньше всего нареканий, но тем не менее придраться к средству размещения могут.

По опыту отелей, которые Роспотребнадзор уже проверил, необходимо держать в отдельной папочке все сертификаты на сопутствующую продукцию: униформу для персонала, средства индивидуальной защиты и инвентарь. Причем если гостиница работает с импортным товаром, то сертификаты эти должны быть обязательно переведены на русский.

По складу: повесьте графики уборок, в том числе генеральных, на виду. Даже если по факту «генералите» реже. Поменяйте настилы в складских помещениях с деревянных на пластиковые: к ним у Роспотребнадзора никогда не возникает претензий (они легко моются и стерилизуются). Подпишите все ящички и коробочки, указав содержимое. Все используемые в работе импортные товары должны иметь перевод этикеток на русский. Это касается даже туалетной бумаги.

Уточним, что вариант «указать генеральную уборку еженедельно, а делать ее раз в три года», увы, не пройдет. Были случаи, когда средства размещения «срезались» на вентиляционных каналах: представитель проверяющих органов открывал вентиляцию и брал оттуда смыв. В одном отеле обнаружили серьезные бациллы. В результате несколько топ-менеджеров лишились своих постов.

Также президент Первого клуба рассказала, зачем отели один за другим отказываются от прачечных и химчисток. К 2019 году должен вступить в силу новый закон с повышенными требованиями по сортировке мусора и управлению отходами, который в контексте работы прачечных способен создать определенные сложности. Если же не хочется отказываться от собственной «прачки» (которая иногда неплохо экономит деньги), Татьяна Кибирова порекомендовала обращаться за советом в Первый клуб профессионалов гостеприимства, где подскажут выход из ситуации.

Что касается уборки, то особое внимание нужно уделить пересечению грязных и чистых «потоков». Особенно это касается предметов детского обихода: кроватки и т.д.

«И помните, что ваши первые помощники в соблюдении всех правил, особенно касающихся дезинфекции, — это поставляющие профессиональную химию компании, — уточнила эксперт. — Работайте только с зарекомендовавшими себя на рынке партнерами! И, конечно, никакой бытовой химии в работе».

Татьяна Кибирова порекомендовала отельерам в случае сложных, нестандартных ситуаций обращаться к представителям Первого клуба профессионалов гостеприимства в любом



По опыту отелей, которые Роспотребнадзор уже проверил, необходимо держать в отдельной папочке все сертификаты на сопутствующую продукцию: униформу для персонала, средства индивидуальной защиты и инвентарь. Причем если гостиница работает с импортным товаром, то сертификаты эти должны быть обязательно переведены на русский.

ТАТЬЯНА КИБИРОВА

О КОМПАНИИ

Ассоциация «Независимый Гостиничный Альянс» (НГА) была создана в декабре 2015 на базе неформального объединения профессионалов индустрии гостеприимства — собственников, директоров, коммерческих директоров, руководителей отделов и департаментов отелей, представителей туристической отрасли и компаний, предоставляющих услуги для индустрии HoReCa, действовавшего с сентября 2014 года в Москве, Санкт-Петербурге и Сочи.

Миссией НГА является повышение качества и эффективности бизнес-процессов в индустрии гостеприимства России.

Цель НГА — увеличение доходности отелей-участников Альянса.

Первоочередными задачами НГА являются:

- формирование единого пространства обмена опытом для отелей-участников Альянса;
- создание эффективных инструментов для работы независимых отелей-участников Альянса;
- совместное продвижение отелей-участников Альянса на корпоративном и туристическом рынках.

В настоящее время представительства Независимого Гостиничного Альянса действуют в Москве, Санкт-Петербурге и Сочи.

Учредителями Независимого Гостиничного Альянса являются Константин Артемьев (директор по развитию НГА) и Андрей Михайлец (исполнительный директор НГА).

регионе, где открыты его филиалы (Санкт-Петербург, Крым, Сочи, Поволжье, Кавказские Минеральные Воды) — его специалисты всегда подскажут и помогут.

Сразу два эксперта выступили на семинаре по наболевшей теме внедрения принципов НАССР в службы питания отелей и ресторанов. Эксперт-аудитор (Единый аудиторский центр России) **Наталья Колганова** рассказала, кто, что и как проверяет в гостиницах. Контролирующим органом и здесь выступает Роспотребнадзор. Проверки предприятий, где осуществляется процесс производства и приготовления пищевых продуктов на кухне, проходят в двух случаях: плановая (дату проверки своей компании можно посмотреть на сайте Роспотребнадзора) и по жалобе конечного клиента. Как сообщила Наталья Колганова, сейчас около 80% проверок — именно «по жалобам». Риски предприятия: налагаемый на юрлицо штраф до одного миллиона рублей или приостановление деятельности сроком до 90 дней.

Как и в случае с паспортом безопасности, разработать принципы НАССР для себя предприятие может самостоятельно. Но можно заключить договор и со сторонней организацией. А вот тут эксперт предостерегла отельеров от мошенников, которых, по ее словам, довольно много: нередки случаи, когда компания продаёт самый что ни на есть «настоящий» сертификат соответствия за 20 тысяч рублей или около того, не утруждаясь выездом на предприятие и проверкой его работы. «В вашем договоре должны быть прописаны три пункта: 1) обучение персонала; 2) аудит производства; 3) разработка и ведение всей необходимой документации, — уточнила спикер. — А «консалтинговые услуги с последующей выдачей сертификата» — это фейк».

По закону, сертификация на принципы НАССР необязательна, и упомянутый сертификат, который кто угодно может вам распечатать на цветном принтере за несколько сотен рублей, никакой силы не имеет, защиты при общении с государственными контролирующими органами не дает. Принципы НАССР затем и создавались, чтобы предприятие могло их разработать, внедрить и поддерживать у себя. Помогая своей же работе. «Так что не покупайте никакие сертификаты, они вам не нужны!» — просит несведущих Наталья Колганова. И проверяет Роспотребнадзор не красивую бумажку в рамочке на стене, а то, как именно действуют принципы НАССР в компании. Насколько с ними знакомы сотрудники, как это все обдумывалось и внедрялось. «НАССР — это не бумажка, а долгая и трудо-

емкая работа!» — еще раз подчеркнула эксперт. Спикер рассказала, кто может войти в рабочую группу по внедрению НАССР, кто несет ответственность за этот процесс. Также очень важно обучить персонал системе «самомониторинга». Чтобы в случае обращения за помощью по разработке НАССР к сторонней компании свои работники самостоятельно могли проверять и контролировать внедрение этих принципов.

А «самопроверки» желательно проводить минимум раз в квартал. Убеждаться, что вся регистрационно-учетная документация в наличии, расспросить персонал, как именно они работают, чтобы не допустить ошибок в производстве продуктов питания, и чего нужно тщательно избегать, чтобы по недосмотру не навредить здоровью клиента. Это все сотрудники должны знать назубок.

Стоимость разработки и внедрения принципов НАССР в Москве для отдельно взятого ресторана — от 60 до 200 тысяч руб. Сумма не так уж мала, так что если будет желание воспользоваться услугами специалистов, нужно обязательно запросить подтверждение, что фирма-партнер компетентна в этом вопросе.

Удачный пример подобного сотрудничества представила шеф-стюард отеля «Балчуг Кемпински Москва» **Ирина Слюсарь**. По ее словам, гостиница «познакомилась» с НАССР полтора года назад: «Мы пригласили специалистов, полгода потратили на внедрение вновь созданных принципов. Собрали рабочую группу, обучили, составили план действий, просмотрели «критические точки» и начали действовать». Опыт этот шеф-стюард считает очень ценным для гостиницы, поскольку в рутинной работе сегмента F&B появился ряд, безусловно, полезных нововведений, от маркировки цветом уборочного инвентаря, которая сводит практически к нулю ошибки в его использовании, до «графиков уборки нового образца», сильно облегчающих работу на кухне и контроль за ней. «Балчуг Кемпински Москва» получил сертификат НАССР год назад.

Также на конференции приглашенные спикеры осветили такие важные темы, как изменения требований к передаче отчетности в ЕГАИС, учет реализации алкогольной продукции в ресторане, особенности применения в отеле закона о персональных данных.

Практику подобных семинаров НГА планирует продолжить. *

ИРИНА КУДИНОВА

ФОТО ДМИТРИЯ ПЛИСОВА

Удача – только по любви

Экспертный совет по редевелопменту при РГУД провел 4 июля 2017 года в экопарке ЯсноПоле (Тульская обл.) выездную практическую конференцию по вопросам реновации и реконцепции ведомственных санаториев, пансионатов, пионерлагерей и тому подобных объектов. Модераторами дискуссии выступили председатель экспертного совета по редевелопменту при РГУД, директор по консалтингу и развитию инвестиционной компании Key Capital **Эвелина Ишметова** и генеральный директор Hospitality Income Consulting **Елена Лысенкова**.

Приглашенные эксперты поделились секретами и практическими кейсами по уже реализованным подмосковным проектам. Присутствовали и представители администрации Тульской области в лице председателя Комитета по туризму **Владимира Аллахвердова** и его ассистента. В преддверии 500-летия Тульского кремля в 2020 году Тульская область активнее занялась продвижением своих возможностей на рынке внутреннего туризма.

Регион сейчас делает упор на так называемый «клUSTERНЫЙ подХОД», планируя развивать целые территории, а не браться за переделку отдельно взятых усадеб, санаториев или пионерлагерей. Сейчас выделено три кластера — Тульский, Окский и Куликовский. Референт Комитета Тульской области по туризму **Елена Алексеева** представила подробные данные по каждому в цифрах

и графиках, пояснив, что совершенно очевидно у региона есть потребность в качественных отелях 4–5* с конференц-зонами и выставочными залами. В Тульском кластере не хватает недорогих средств размещения 2–3*, а вот в Куликовском востребованы кемпинги и мотели. Более чем три сотни усадеб области власти рассматривают не только как объекты для реставрации, но и как будущие гостиничные комплексы. Чтобы как можно больше туристов приезжало в Тулу не на один день, а оставалось с ночевкой. Инвесторам, к слову, обещают неплохие льготы.

ОКОЛО ТРЕТИ САНАТОРИЕВ В РОССИИ — НЕГОСУДАРСТВЕННЫЕ

Елена Лысенкова вкратце обрисовала ситуацию на рынке потенциально интересующих редевелоперов объектов. Санатории — порожденное системой здравоохранения СССР уникальное явле-

ние. Теперь Country Resort — отель all inclusive, когда-то это был заброшенный пионерлагерь





**Согласно
проведенному
в 2016 году
Cushman&Wakefield
исследованию
по востребованности
разных аспектов
медицинского туризма,
вывод следующий:
лечебные санатории
в Московской
области строить
нечелесообразно.
Лучше ориентироваться
на отдых
и оздоровление**

МАРИНА СМИРНОВА

ние — за неполное столетие сильно изменились. И, увы, не в лучшую сторону. А ведь начинание было впечатляющее: советская власть не жалела инвестиций на здравницы «ради сохранения и пополнения трудовых ресурсов страны», и суммы вложений измерялись миллиардами рублей.

В первозданном виде санатории сохранились в Белоруссии, Казахстане, Украине, других странах бывшего СНГ. Если говорить о России, то у большинства санаториев положение сейчас плачевное. Выживать, и уж тем более преуспевать, удается единицам.

Инвестиционная привлекательность курортного дела последнее время активно обсуждается. Отчасти из-за возможностей, предоставляемых государством в целях поддержки этого бизнеса: субсидирование, льготные процентные ставки по кредитам и т.д. Частные инвесторы начали интересоваться санаториями в середине нулевых, тогда же в эти объекты пошли первые частные деньги. Почти 700 санаторно-курортных объектов были приватизированы. Крупные компании вроде Газпрома тоже продолжают удерживать за собой энное число рекреационных комплексов — непрофильных для себя активов — и думают, как сделать их прибыльными.

ОТРАСЛЬ В ЦЕЛОМ ПРИНОСИТ УБЫТКИ

Марина Смирнова, партнер и руководитель отдела гостиничного бизнеса и туризма Cushman & Wakefield, ответила в своем докладе на вопросы: существуют ли в России доходные санатории? Где и как именно они этого добились? Есть ли спрос на санаторно-курортное лечение в радиусе 100–150 км от МКАД?

По ее словам, тенденция последних двух десятков лет к сокращению числа санаториев не преодолена. Новых строятся считаные единицы, да и те, как правило, на месте ранее действовавших объектов.

Из позитивных трендов 2015 и 2016 годов можно отметить рост спроса на санаторное лечение: турпоток по медицинскому туризму за границу сократился, отчасти распределившись между лучшими санаториями России. В результате загрузка по номерам в высокий сезон может доходить до 90% и выше. Что и привлекает инвесторов.

Но пиковая загрузка — это не среднегодовая, которая, напротив, очень невелика. Ни для кого не секрет, что отрасль в целом убыточна. Если на Алтае, в Бурятии, Ставропольском крае дела у санаториев еще ничего, то близ крупных городов — Москвы, Санкт-Петербурга — они вынуж-

дены перепрофилироваться либо влечь жалкое существование. Поскольку в радиусе 50 км жители мегаполисов рассматривают их с прицелом на отдых, а не лечение.

В результате турпотоки смешиваются, и те, кто приезжает поправить здоровье, мешают жаждущим бурного веселья отдохвающим, и наоборот. А когда санатории решают поправить финансовые дела путем проведения мероприятий, банкетов и конференций, то становится еще хуже: недовольны оказываются все группы клиентов.

Согласно проведенному в 2016 году Cushman&Wakefield исследованию по востребованности разных аспектов медицинского туризма, связанных с платными медуслугами, и распределением их по регионам и по бюджету, вывод следующий: лечебные санатории в Московской области строить нецелесообразно. Лучше ориентироваться на отдых и оздоровление.

Хотя тенденция к потреблению платных медуслуг довольно устойчива, особенно среди тех, кто может себе это позволить (люди с доходом от 100 тысяч рублей на человека в семье). Состояние здоровья пресловутого среднестатистического россиянина понемногу ухудшается, «добавляют» свой вклад и стрессы, и плохая экология. Так что спрос на оздоровление потихоньку растет. Однако не следует забывать, что если в советские годы это было социальной программой, и средства на оздоровление выделяло государство, то теперь «спасение утопающих — дело рук самих утопающих». И объем потребления будет напрямую зависеть от платежеспособности населения.

Многое зависит еще и от так называемой общекультурной составляющей, подчеркнула Марина Смирнова: насколько ответственно человек относится к своему здоровью и готов о нем заботиться.

В ряде регионов ситуация получше: например, в Кисловодске среднегодовая загрузка санаториев довольно высока: около 67%, а стоимость проживания в сутки — 6–7 тысяч рублей, без особых колебаний по месяцам. В Московской области такие показатели демонстрируют разве что популярные деловые гостиницы. Но Кавминводы и Краснодарский край — это не вся Россия, в целом рентабельность среднестатистического санаторного объекта (операционная прибыль) — 17% после всех налогов. Эксперт привела в пример один реабилитационный санаторий в Подмосковье, чья основная статья доходов — продажа «пакетов» через ОМС. А значит, и невысокая стоимость койко-дня: порядка

3000 рублей. Почти 50% всех поступлений денежных средств на объекте тратится на персонал, при этом текучка кадров огромна. По факту санаторий способен продержаться, только сохранив штат квалифицированных врачей. Однако этому препятствует низкая доходность.

Рассказала Марина Смирнова и о тенденциях последних лет. Первая — акцент не только на медицинскую составляющую, а еще и на качественную диагностику, профилактику заболеваний и поддержание общего тонуса. Причем все это желательно уместить в период 7–14 дней: дольше в санатории мало кто может оставаться из-за занятости на работе.

Вторая — комфорт: клиент, который готов купить оздоровительную путевку, платит еще и за качественные номера, хорошее питание и достойную развлекательную программу. Поэтому все четче прорисовывается грань между средствами размещения с элементами оздоровления и традиционными санаториями, тяготящими к сугубо медицинскому подходу. Новая тенденция в этой области — загородные отели-клиники типа австрийского «Верба Майер» (Verba Mayr) (центр здоровья в Пушкино, Подмосковье), «Кивач» в Карелии и т.д. Но пока это, если можно так сказать, довольно робкое начинание: в том же «Киваче» при стоимости путевки 300–700 тысяч рублей за человека рентабельность — менее 10%. «Так что этот явно не супердоходный бизнес — на любителя», — посетовала Марина Смирнова. Она порекомендовала энтузиастам, все же рискнувшим взяться за дело, рассмотреть объекты потенциальной емкостью от 100 номеров и выше, общей площадью минимум в несколько тысяч квадратных метров — чтобы разместить на прилегающей территории качественный медицинский блок. Так шансов на успех будет намного больше.

БОЛЬШЕ ЧЕМ З* ИЗ ПИОНЕРЛАГЕРЯ СДЕЛАТЬ НЕВОЗМОЖНО

Главный специалист по подготовке и сопровождению проектов Heliopark Group **Илья Акимов** рассказал о плюсах и минусах реконцепции загородных объектов недвижимости на примере самого первого объекта сети, то есть про опыт переделки заброшенного пионерлагеря в Heliopark Country Resort. В числе плюсов было хорошее местоположение объекта (близ реки) и транспортная доступность, в числе минусов — полное отсутствие инфраструктуры и невозможность сделать нормальный номер: комнаты по 12 кв. м, а санузлы — общие, на этаже.

Сначала решили увеличить потенциальный номерной фонд за счет надстройки здания: тщательное изучение СНиПов подсказало возможную лазейку, как это сделать под соусом «капремонта объекта недвижимости», чтобы избежать многочисленных экспертиз и проверок. Сначала число комнат возросло до 125, позже, когда достроили VIP-комплекс, — до 160.

Затем создали «точку притяжения» — центральную «площадь» с фонтанами и парком для прогулок — и начали развивать инфраструктуру. Заново переложили бассейн, подлатали мозаику...

К сожалению, не удалось изящно решить проблему с отсутствием кондиционирования: ни сплит-систему, ни фанкойл поставить не получилось. Пришлось обходиться обычными кондиционерами, что в эксплуатации очень неудобно, особенно зимой: техника «горит». И другие чисто технические сложности возникали. Тем не менее спустя несколько лет объект уже вышел на неплохой уровень рентабельности — при принадлежности к эконом-сегменту. «Больше З* из пионерлагеря не выжмешь», — считает эксперт.

Выигрышными решениями оказались добавление (уже позже, на средства, полученные из чистой прибыли) физкультурно-оздоровительного комплекса: в Country Resort сделали спа-центр с 12 массажными кабинетами, фитобаром и залом для занятий йогой.

А вот ошибкой, как признался спикер, стало создание номеров с кухнями: «Мы сразу потеряли заработок с ресторана. К тому же готовка в номере быстро портит ремонт». Через три года кухни убрали, оставив лишь VIP-номера с каминаами по цене от 12 до 18 тысяч рублей в сутки. Спустя пять лет после запуска объекта в эксплуатацию Country Resort перешел на all inclusive, с включенными в стоимость напитками до 22.00.

Сейчас это популярный загородный комплекс со спа-центром, баней, развлекательной зоной, настоящим зоопарком. Занимает он огромнейшую и качественно облагороженную территорию, рядом — речка. Есть велопрокат, анимация.

Перестройка объекта (первой очереди) заняла 1,5 года. По другим объектам Heliopark работы тоже занимают лишь порядка двух лет, технология уже «обкатана». И успех сети очевиден.

ДЛЯ ОЧЕНЬ ВЗРОСЛОЙ АУДИТОРИИ ВАЖНА АНИМАЦИЯ

Председатель совета директоров сети домов престарелых «Опека Комфорт» **Алексей Маврин** рассказал об эффективно работаю-



Спустя
несколько лет Heliopark Country уже вышел на неплохой уровень рентабельности — при принадлежности к эконом-сегменту. Больше З* из бывшего пионерлагеря не выжмешь //

Илья Акимов

щих домах для проживания пожилых людей. Как управляющая компания, «Опека» берет объект с нужными техническими характеристиками в аренду, обеспечивая возврат инвестиций собственника за 5 лет. В настоящее время функционируют 7 объектов, компания ищет новые возможности для развития.

Целевая аудитория — пожилые люди со средним возрастом около 82 лет. До того, как взяться за дело, пришлось обехать Европу — Голландию, Германию, Англию — познакомиться с зарубежным опытом ведения дел в подобных заведениях. На редевелопменте же пришлось «набивать шишки» самостоятельно. Так, в 2008 году под гостиницу успешно переоборудовали детсад, построенный в 70-х. Еще одно здание — детский пионерлагерь, также несколько лет простоявший, — приспособили под дом престарелых.

Что касается данного «клиентского сегмента», спикер подчеркнул, что большие территории не нужны: люди в возрасте 70+, особенно с проблемами со здоровьем, мало передвигаются. Зато очень важна организация развлечений (анимация), ведь здесь нередко живут годами. И, разумеется, важна больница в непосредственной близости от заведения: если случится, например, инсульт или потребуется срочная операция.

У пансионата «Опека» доходность порядка 17% годовых. В зависимости от объекта (упомянутый профиль имеем в виду) она может подниматься до 36%, так что срок окупаемости вполне реально сократить до трех лет. Сейчас «Опека Комфорт» взялась за редевелопмент объекта в Санкт-Петербурге, вложив 20% собственных средств и еще 80% получив от государства. «В успехе мы уверены», — заявил спикер.

К слову о «поддержке сверху»: про новую жизнь санаторно-курортного фонда с помощью государственно-частного партнерства поведала публике **Анна Персиянцева**, юрист практики по инфраструктуре и ГЧП адвокатского бюро «Качкин и партнеры». Анна рассказала, в частности, об отличиях концессии и появившегося совсем недавно ГЧП. ГЧП — формат взаимодействия между государственным и частным бизнесом, когда государство решает текущие проблемы путем привлечения частных инвестиций. Соответствующая законодательная база прорабатывалась с 2005 года и вступила в силу чуть больше года назад — в 2015-м. Да и то первый год ушел на то, чтобы были приняты и вступили в силу соответствую-

ющие нормативные акты, регулирующие реализацию этих законов. Фактически ГЧП только сейчас «вышла на рынок» в полном объеме.

Следующие два доклада охватили разные нюансы переделки пансионатов и пионерлагерей. О них говорили исполнительный директор ГК «Фанталис» **Антон Басин**, на примере реконструкции ведомственного пансионата в современный гостинично-развлекательный комплекс «Татинец», и генеральный директор УК «РосИнвестОтель» Кирилл Иртюга, рассказавший о создании успешного средства размещения на базе бывшего пионерлагеря в Московской области.

МЫ — ПРОДАВЦЫ ВПЕЧАТЛЕНИЙ

«Реконструировать что-либо можно в двух случаях: либо это уникальное место (а в советское время места выбирать умели), либо это очень дешево вам обойдется», — делится опытом г-н Басин. «Татинец» — пансионат 1987 года постройки, в 70 км от Нижнего Новгорода. Место было отменным, но пришлось менять абсолютно все коммуникации и что-то придумывать с планировкой комплекса. Ведь главное здание было расположено рядом с парковкой, там же располагался и центральный вход. И это настроившихся на «сменить обстановку» городских жителей вовсе не радовало: вместо желанной пасторали и пасущихся на зеленой траве козочек они наблюдали сплошной бетон вокруг, дизель-генераторы и технические сооружения. Общежитие рядом, где жили бывшие сотрудники пансионата и члены их семей, тоже романтики не добавляло. А развешенное на балконах для просушки белье окончательно портило впечатление.

Пришлось перекрывать неподобающий «вид». В прямом смысле слова: построить ограждение высотой 12 м. Превратив его в развлекательный комплекс, чтобы новоявленное средство размещения не напоминало тюрьму. Теперь «блокпост» — это целый небольшой мир с пунктами проката, помещениями для детских мастер-классов, киосками с мороженым и т.д. Выглядит все это как мини-государство.

Маленький номерной фонд — порядка 120 комнат — дополнили таунхаусами. На обрыве над Волгой построили стильный вечерний ресторан с шикарным видом с террасы. Природник неподалеку организовали «Баня Land»: баня как элемент загородного отдыха у россиян чрезвычайно популярна. Обнаруженный поблизости родник «уговорили» заполнить бассейн при бане. Рядом организован спа-центр.

Реконструировать что-либо можно в двух случаях: либо это уникальное место (а в советское время места выбирать умели), либо это очень дешево вам обойдется.

Неподалеку поставили и очень популярную на объектах «Фанталис» костровую площадку для жаждущих вернуться в пионерское детство. В результате на недостаточную загрузку объект, прямо скажем, не жалуется. При том, что финансовые вложения компания умудрилась минимизировать до предела.

ИЗ ПИОНЕРЛАГЕРЯ — В ЦЕНТР ОБУЧЕНИЯ

Кирилл Иртюга рассказал, как УК «РосИнвестОтель» сотворил обучающий центр с опцией проживания (популярный у крупных компаний, снимающих его для долгосрочных тренингов своих сотрудников) из остатков детсада и пионерлагеря. Базируется новоявленный центр в Ступинском районе. Любопытно, что владелец сам не знал, чего хотел: требовался лишь максимально быстрый возврат инвестиций при минимальных вложениях. На этапе «мозгового штурма» были отброшены девять разных концепций, от базы под спортивные сборы до дома для пожилых людей.

Созданный в итоге центр интенсивного обучения оправдал ожидания: довольно скорая окупаемость — не более 7 лет (по факту УК «РосИнвестОтель» рассчитывает сократить этот срок до 4,5 лет) при минимальных затратах, что и требовалось доказать. Инвестор теперь сам охотно пользуется этим центром, поскольку компании нужно обучать около 500 сотрудников ежемесечно, причем каждый работник живет в этом центре от одного до трех месяцев непрерывно.

Реновация заняла меньше года. Объект запустили в эксплуатацию в марте 2016-го. Сейчас загрузка держится на уровне более 90%. Продолжительность проживания — от трех недель, при стоимости суток от 3100 рублей и выше на человека (трехразовое питание включено).

ЭКОЛОГИЯ И ЗДОРОВЬЕ — ТРЕНАД, КОТОРЫЙ НЕ ТРЕБУЕТ ДОКАЗАТЕЛЬСТВ

Про экопроекты как альтернативные возможности развития загородных территорий рассказал Александр Бабкин, управляющий партнер агентства по продвижению объектов недвижимости «Домодедов и Ко» и основатель проекта «Пространство Экологичной Жизни «ЭкоЛодж».

Напомнив, что люди с доходом чуть выше среднего в большинстве своем неравнодушны к экологии, и 90% из них готовы платить чуть больше за «зеленые» товары и услуги. Банальный запрос «экоотель в России» в Яндексе выдает 62 тысячи результатов — страниц, так или иначе «привязан-

ных» к этой теме. Так что интерес налицо. Достойные средства размещения уже есть: довольно популярные экоотели на Эльбрусе, в Красной Поляне, «Романов лес» в Костроме...

Привлекательности продукту добавят и экофермы поблизости, производящие органические товары и предлагающие экскурсии с дегустацией. Но все-таки экообъекты, особенно средства размещения подобного рода — специфический продукт и весьма долгоиграющий в плане окупаемости, несмотря на всю свою привлекательность. А с учетом стабильного падения уровня жизни населения потенциальная клиентура сокращается. И нужно отчаянно любить экологию, да и в целом подобный образ жизни, и быть лучшими из лучших, чтобы удержаться «на плаву».

Кстати, отличный пример тому — ЯсноПоле в Тульской области: комплекс, где проводилась конференция. Экопарк ЯсноПоле, как указано в анонсе, «место для отдыха, работы и просто жизни на земле в единстве с природой». Это один из немногих реализованных в России частных проектов такого рода. На территории в 500 гектаров планируется развитие направлений, связанных с проживанием на земле: активным отдыхом, здоровым питанием, творчеством, а также исследованием и внедрением самых передовых технологий зеленой архитектуры и строительства. Успех подтверждает плотная «сетка» мероприятий — фестивалей, слетов, семинаров — чуть ли не на два года вперед.

Подводя итоги конференции, собравшиеся — спикеры и слушатели — сошлись на том, что при сложности получения «бонусов» от государства (субсидии, льготы выбиваются с огромным трудом, расход допускается с ограничениями и т.д.) и не слишком быстрой окупаемости подобные проекты редевелопмента заброшенных ведомственных зданий имеют право на существование. Но это не манна небесная: в вопрос нужно вникать, тщательнейшим образом все просчитывать. А главное — вкладывать всю душу. Без расчета на бесспорный успех и даже более-менее быстрый возврат инвестиций.

Нужно, как сейчас принято говорить, «быть в теме», хорошо понимая этот профиль средств размещения: санатории, профилактории и другие средства размещения, ориентированные на помочь среднестатистическому населению. И очень это дело любить, иначе лучше и не начинать. Чтобы избежать сильного разочарования. *

ИРИНА КУДИНОВА



**Созданный
в итоге на месте
бывшего пионерлагеря
центр интенсивного
обучения оправдал
ожидания: довольно
скорая окупаемость —
не более 7 лет.**

**Реновация заняла
меньше года.
Загрузка держится
на уровне более 90%.
Продолжительность
проживания — от трех
недель, при стоимости
суток от 3100 рублей //**

КИРИЛЛ ИРТЮГА

Плата за лояльность



Все отели — городские, загородные, пляжные — дорожат лояльностью гостей и борются за возвращение гостя. Почему постоянный гость столь желанный? По статистике, отель тратит значительно больше средств на привлечение гостя, чем на его удержание: по некоторым данным, увеличение постоянных клиентов даже на 5% может обеспечить возрастание прибыли на 25% и более. Но есть и другие причины: лояльный гость — это всегда друг отеля, который подскажет, что нужно изменить, оценит перемены, напишет в Интернете об отеле хорошо: ведь раз всегда возвращается, значит, любит...

Программа лояльности — важнейший инструмент удержания гостя, которым пользуются и глобальные, и локальные гостиничные сети, и независимые отели.

На сегодняшний день одна из самых масштабных по количеству участников программ лояльности в мире принадлежит глобальному оператору InterContinental Hotels Group. Так, программа под названием Priority Club Rewards стартовала в 1983 году и в настоящее время объединяет более 27 млн человек и более пяти тысяч отелей по всему миру. Участникам проекта предлагаются, в частности, следующие льготы: отсутствие black-outdates (т.е. всегда гарантированное подтверждение брони), бесплатное проживание, интеграция Priority Club Rewards с программами для часто летающих пассажиров 40 крупнейших авиакомпаний и множество других привилегий.

По словам руководителя службы приема и размещения «Холидей Инн Москва Лесная» (входит в IHG) Юлии Шаталовой, все гости — участники программы лояльности — имеют возможность использовать Wi-Fi бесплатно во всех гостиницах оператора, получать повышение категории номеров и пользоваться другими приятными предложениями отелей. Баллы сохраняются неограниченное время при условии совершения бронирований хотя бы один раз в год. «Постоянные гости чрезвы-

чайно важны для нашей гостиницы, — говорит Юлия. — Мы все время работаем над тем, чтобы таких гостей становилось как можно больше. Кстати, именно постоянные гости дают нам возможность оценить качество нашей работы и понять, как те или иные изменения воспринимаются гостями. Лояльные гости охотно идут на контакт, оставляют отзывы и комментарии».

Подобные системы действуют практически во всех отелях, входящих в крупные гостиничные сети. Например, в сети отелей Marriott для постоянных гостей работают программы Marriott Rewards и Preference Plus. По словам представителя JW Marriott Hotel Absheron Baku 5* **Рустама Ис坎дар-заде**, баллы или мили могут накапливаться гостями в более чем шести тысячах отелей цепочки по всему миру. «Зная привычки и предпочтения наших постоянных гостей, мы можем к его приезду сделать приятный сюрприз. Например, в номере будет звучать его любимая музыка, а в баре ему приготовят его любимый кофе. Также он сможет воспользоваться такими преимуществами участников, как регистрация вне очереди и эксклюзивные скидки. В последнее время большинство туристов, останавливающихся в нашем отеле, это гости из арабских стран, Европы, но есть и немалый процент россиян. В основном из Москвы и Санкт-Петербурга. Именно они составляют те 15–20% (в зависимости от сезона) возвратных гостей».

«Продуманная маркетинговая политика, направленная на удержание и привлечение новых гостей, существенно улучшает загрузку отеля, повышает его привлекательность, в том числе для корпоративных клиентов, — добавляет директор по продажам и маркетингу отеля «Pullman Баку» **Гулнара Акперова**. — В нашем пятизвездном отеле 60% клиентов составляют бизнесмены, которые порой останавливаются на неделю, а то и месяц. В нашей работе с постоянными клиентами, а их приблизительно 20–25%, мы рассматривали принципы и стандарты обслуживания VIP-клиентов. Сюда следует отнести индивидуальный трансфер до гостиницы в день приезда и до аэропорта в день отъезда, небольшой презент в номере в виде бутылки вина (шампанского) и корзины фруктов в день. Надо отметить, что мы видим в наших постояльцах прежде всего дорогих гостей, налаживаем с ними дружеские доверительные отношения».

«Наши программы поощрения и мотивации представляют собой системы скидок и бонусов, которые полагаются гостям отеля в зависимости от проведенного в нем времени и потрачен-

ных денег, — говорит генеральный менеджер **Валид Бен Амор** тунисского отеля EdenClub. — Ведь постоянный гость, осведомленный обо всех услугах отеля, в результате тратит намного больше денег как в самом отеле, так и в других компаниях, которые с ним сотрудничают. Наш отель, расположенный в шести километрах от центра города Суса, — семейный, и практически 80% наших постояльцев — русские. Мы очень ценим, когда гости возвращаются вновь, это показатель нашей работы. Мы стараемся год от года делать все, чтобы нашим постояльцам было удобнее и комфортнее: на ресепшен есть люди, хорошо говорящие по-русски, все указатели, меню, — тоже на русском языке. Для нас постоянный гость — это особый гость! Его ждет отдельная встреча. Он имеет скидку на проживание, может бесплатно получить лучший вид на море, а в самом номере его ждет блюдо с фруктами и восточными сладостями».

«Мы, конечно, заинтересованы в постоянных гостях, — продолжает тему генеральный менеджер турецкого отеля Marti Myra 5* в Кемере **Аудин Аутук**. — Понятно, что чем больше процент возвратных гостей, а их у нас 35–40%, тем больше прибыль самого отеля. Показывая свою лояльность к отелю, постояльцы получают подарки, скидки и так называемую «Счастливую карту», дающую приоритет при бронировании номера. Чтобы получить свой первый статус и воспользоваться привилегиями, достаточно просто податься: вступить в наше сообщество. Количество подарков и размер скидок растет в зависимости от статуса. Мы дарим постоянным гостям, например, бесплатный массаж, сувениры с символикой отеля, приглашения на гала-ужин и многое другое. Гости ценят такие проявления внимания. Так, один наш клиент, уже довольно немолодой человек, приезжает к нам вот уже в 29 раз. Тогда как самому отелю — 20 лет! Он сказал мне как-то, что если он не приедет в очередной раз, то значит, он уже на небесах. Ничто другое не может помешать его поездке к нам».

«Следует обращать внимание на постоянных клиентов, поощрять их — это положительно сказывается на экономических показателях гостиницы, — уверена представитель сети азербайджанской группы отелей «Кавказ Hotels&Resorts» **Шарифа Хасanova**. — У нас много возвратных гостей: до 20%, в основном из Ирана. Нам приятны отзывы наших гостей, которые говорят, что приехав к нам однажды, они хотят обязательно вернуться. И родным и знакомым порекомендуют. В самом ближайшем времени мы хотим

Именно постоянные гости дают нам возможность оценить качество нашей работы и понять, как те или иные изменения воспринимаются гостями. Лояльные гости охотно идут на контакт, оставляют отзывы и комментарии

ввести для таких лояльных клиентов специальную накопительную карту бонусов, а пока для дорогих гостей: цветы, фрукты и шампанское при заселении, поздравления с днем рождения и различными праздниками. Такие знаки внимания, кроме всего прочего, создают благоприятный имидж отеля и позволяют гостям почувствовать особое внимание и заботу».

«Гости становятся нашими постоянными клиентами в первую очередь благодаря безупречному сервису, — добавляет управляющий отелем Tallinn Viimsi SPA **Елена Лирисман**. — Специальная программа для клиентов включает скидки на проживание, возможность предоставления номера более высокой категории в качестве бонуса и дополнительные услуги. Скидка может быть предоставлена на услуги ресторанов и баров отеля. Стимулированию лояльности потребителя помогают и контакты между гостиницей и гостем даже тогда, когда гость нет в отеле: адресные рассылки, общение по электронной почте и в соцсетях должны происходить постоянно, начиная с фазы планирования поездки гостя и продолжаться после завершения пребывания клиента в отеле».

«Несомненно, с учетом огромной конкуренции очень важно иметь постоянных гостей, поэтому все крупные отельеры вкладывают в развитие программ лояльности, — говорит директор по маркетингу сети HELIOPARK Hotels&Resorts **Ксения Непомнящих**. — На сегод-

няшний день HELIOPARK Priority Guest насчитывает около 9 тысяч активных участников и процент возвратных гостей ежегодно увеличивается. Программа лояльности является неотъемлемой частью в общей маркетинговой стратегии нашей сети по части продвижения и привлечения гостей. Программа лояльности представляет собой целостный «организм», взаимодействующий с большинством служб отеля, которые имеют непосредственный контакт с гостем. Это прежде всего комплекс мер по взаимодействию, направленных на удержание существующей клиентской базы и создание наиболее стабильных и продуктивных взаимоотношений между отелем и его гостями. Например, дисконтная программа «Клуб Геолиопарк», которая нацелена на постоянных клиентов. Здесь действуют дисконтные карты трех типов: голубая (Junior), не закрепленная за отдельным гостем и предусматривающая 3%-ную скидку на дополнительные услуги отеля; серебряная (Privileged) действует по принципу предыдущей, но уже со скидкой 5%; золотая (Gold) дает право на 10%-ную скидку и является именной. Для того чтобы стать ее обладателем, нужно отдохнуть в любых отелях сети десять раз. Карты действуют в течение трех лет, являются накопительными и могут быть обменены с течением времени. В качестве платформы программы лояльности используется система предоставления скидок или накопление бонусных баллов и представление различных привилегий для каждого статуса лояльного гостя. Став участником программы, гость имеет право пользоваться условиями дисконтной политики для участников, накапливать и списывать баллы на премиальные вознаграждения и привилегии, предусмотренные программой. Главной целью такой программы является увеличение количества постоянных гостей и, как следствие, обеспечение ежемесячной плановой загрузки отеля.

В целом наши эксперты отмечают, что для каждой гостиницы характерны свои программы поощрения и мотивации, но принцип у них приблизительно одинаков: предоставить возможность постоянным клиентам сэкономить время и деньги. С точки зрения маркетинговой политики гостиниц программы поощрения вполне окупают себя, поскольку те средства, которые уходят на их реализацию, значительно меньше тех средств, которые приносят лояльные клиенты. *

ТАТЬЯНА БЕЛОНОЖКИНА

Так приветствуют лояльных гостей
в сети HELIOPARK





Гостиница, которая плывет

Помните знаменитые слова знаменитого отельера о том, что успех отеля определяют три фактора: расположение, расположение и... еще раз расположение. Так вот отели на воде решают эту проблему просто: они появляются в нужное время в нужном месте.

Сегодня плавучие гостиницы приобретают все большую популярность, особенно в городах с преобладанием исторической застройки, где непросто найти удачное место для строительства нового объекта. И именно водная гладь как нельзя лучше подходит для решения вопроса размещения. Официально называемые гостиницами на воде могут средства размещения, расположенные на теплоходах, пришвартованных дебаркадерах (причальных сооружениях) и понтонах.

По прогнозу аналитических агентств, практически во всех городах наблюдается недостаток гостиниц среднего класса. При этом спрос на них резко возрастает во время массовых фестивалей, праздников, спортивных соревнований. Именно плавучие гостиницы, мобильные и не привязанные к месту, могут отчасти решить эту проблему.

Так было на зимних Олимпийских играх 2014 года в Сочи. В сочинском порту были пришвартованы паромы Princessa Maria и Princessa Anastasia, паромной компании ST.PETER LINE. По реше-

нию конкурсной комиссии именно они были задействованы для расселения гостей Олимпиады. С этого года «Принцесса Мария» перебазировалась в Средиземное море, а вот «Принцесса Анастасия» ныне подняла на своем борту итальянский флаг. «Паром — самое комфортное транспортное средство и идеальная «передвижная» гостиница для путешественников, — говорит **Сергей Котенев**, генеральный директор компании ST.PETER LINE. — О популярности данного размещения говорят цифры статистики — так, гостями наших «Принцесс» в разное время стали жители более 168 стран! Сегодня «Анастасия» — это настоящий «итальянский отель на Балтике» с итальянской атмосферой, кухней и развлечениями. На борту парома «Принцесса Анастасия» расположено 830 кают разных классов и ценовых категорий, которые могут вместить более двух тысяч пассажиров. Во всех каютах оборудована удобная система хранения одежды, есть кондиционер и душевая комната».

Председатель комитета по развитию туризма администрации Санкт-Петербурга **Андрей**



В Петербурге уже определились с адресами 10 водных гостиниц категории 3*, которые расположатся в акватории Невы недалеко от центра города и будут принимать болельщиков чемпионата мира по футболу 2018 года //

Мушкирев сообщил, что перед чемпионатом мира по футболу 2018 года город уже определился с адресами 10 водных гостиниц категории 3*, которые расположатся в акватории Невы недалеко от центра города. Отели смогут перемещаться по городу и менять дислокацию в зависимости от городских нужд и возможностей причалов. «В высокий сезон в городе гостиниц не хватает, — говорит Мушкирев. — Подобные отели работают во многих туристических столицах мира, например, в Париже, Амстердаме и других городах, и мы, можно сказать, берем на вооружение мировой опыт. Водные отели помогут дополнить и одновременно разгрузить туристическую инфраструктуру города».

Плавучие отели в Москве — это пока обсуждаемая тема. Многие уверены, что за ними — новый уровень гостиничного бизнеса. Ведь введение в эксплуатацию подобных гостиниц позволит обеспечить гостей города дополнительными местами для проживания. В связи с предполагаемым приездом большого числа иностранных туристов на чемпионат мира по футболу, в Москве неоднократно принималось решение о строительстве временных плавучих отелей на базе речных судов, но этот вопрос до сих пор открыт. Существует мнение, что отели на дебаркадерах будут загрязнять акваторию Москвы-реки, кроме того, они могут сильно испортить внешний вид центра города.

А в Катаре, который готовится вслед за Россией принять ЧМ по футболу в 2022 году, архитектурная компания Sigge Architect предлагает построить сразу несколько плавучих отелей. По оценке экспертов, их общая стоимость будет превышать \$5 млрд: авторы проекта создавали дизайн под заказ шейха с присущей для Катара

восточной роскошью. Они предлагают создать плавающие платформы, которые окружат город Доха. На каждой из них на нескольких уровнях расположатся гостиничные номера и инфраструктура для развлечений и отдыха, чтобы постояльцы проводили там как можно больше времени и отлучались только ради просмотра футбольных матчей. Всего на таких объектах, как ожидается, расположатся 25 тысяч футбольных фанатов. Вся концепция будущих отелей выстроена в «зеленом» ключе. Они будут иметь независимые станции очистки сточных вод, производства солнечной и ветряной электроэнергии и утилизации отходов, чтобы обеспечить полную независимость зданий от наземной инфраструктуры. Уже планируется, что после окончания чемпионата мира по футболу эти плавающие отели не будут транспортированы в другие места, а останутся в местных территориальных водах.

В мире практика работы плавучих отелей уже давно апробирована и оценена постояльцами. Такие отели привлекают гостей на разные приманки. Так, отель Punta Caracol Aqualodge, расположенный в Панаме, представляет собой четырехпалубную баржу с 17 элитными номерами, из окон которых можно полюбоваться на морских львов, горбатых китов и дельфинов. А уникальный плавучий отель River Kwai Jungle Rafts 3*, плавающий по реке Квай в провинции Канчанабури (Таиланд) и построенный в 1976 году, в 2009 году вошел в десятку лучших мест для туризма и отдыха в Азиатско-Тихоокеанском регионе.

Или другая история: военный корабль «Гермес», старейший действующий авианосец в мире, бывший флагманом британской эскадры во время Фолклендской войны с Аргентиной в 1982 году, в скором времени превратится в крупнейший плавучий отель с казино на борту. Индийские инвесторы планируют потратить 85 млн фунтов стерлингов на переоборудование корабля. Планируется, что после ремонтных работ в нем появятся около 500 гостиничных номеров, несколько ресторанов и бассейнов. Но главное — казино. Игорный бизнес запрещен на территории Индии, однако корабль может быть отбуксирован в международные воды. Предполагается, что в таком случае игроки будут добираться до корабля на вертолетах.

Незабываемое путешествие по Амазонке дарит своим гостям роскошный плавучий пятизвездочный отель Aqua Expeditions. Всего на палубе отеля расположено 12 комнат, размером



в 24 кв. м каждая. С борта плавучего отеля можно любоваться панорамным видом на природу Амазонки. Изюминкой отеля на воде «Малибу», открытого в июне 2011 года, стали огромные панорамные окна. Наибольшей популярностью пользуются номера с видом на акваторию. В оформлении номеров сделан акцент на экологичность, например, стены декорированы тростниками обоями. В номерах большая двуспальная кровать, плетеная мебель, столики, сейф, кондиционер и все необходимые душевые принадлежности. Первый этаж отеля — полулюксы, второй и третий — стандарты. А крыша отеля — люкс-пентхаус, роскошный номер с двумя спальнями, с большой гостиной, камином.

капитанский мостик. Еще один итальянский дизайнер-архитектор **Джианлука Сантосуссо** презентовал для индийской судостроительной компании Indian Navy Docks в Мумбаи проект роскошного отеля на воде MORPHotels. Концепция отеля включает в себя развлекательные комплексы и внутренние структуры для жизнеобеспечения туристов. Не отстают от итальянцев и россияне. Так, российский архитектор **Александр Асадов** также предлагает свое видение плавучего отеля будущего — «Аэрогостилицы». Его концепция позволяет отелю разместиться как в открытом море, так и в обычном водном резервуаре. Главный корпус отеля держится на трех опорах и особых креплениях

“ В КАТАРЕ, КОТОРЫЙ ГОТОВИТСЯ ВСЛЕД ЗА РОССИЕЙ ПРИНЯТЬ ЧМ ПО ФУТБОЛУ В 2022 ГОДУ, АРХИТЕКТУРНАЯ КОМПАНИЯ SIGGE ARCHITECT ПРЕДЛАГАЕТ ПОСТРОИТЬ СРАЗУ НЕСКОЛЬКО ПЛАВУЧИХ ОТЕЛЕЙ. ПО ОЦЕНКЕ ЭКСПЕРТОВ, ИХ ОБЩАЯ СТОИМОСТЬ БУДЕТ ПРЕВЫШАТЬ \$5 МЛРД: АВТОРЫ ПРОЕКТА СОЗДАВАЛИ ДИЗАЙН ПОД ЗАКАЗ ШЕЙХА С ПРИСУЩЕЙ ДЛЯ КАТАРА ВОСТОЧНОЙ РОСКОШЬЮ ”

Итальянцы не без основания полагают, что идея плавучих отелей принадлежит именно им. Так, на дне озера Неми в 16 милях к юго-востоку от Рима лежат остовы огромных кораблей — плавучих дворцов, датированных еще 1444 годом. Несмотря на то что никаких письменных упоминаний об этих кораблях в античных писаниях не сохранилось, большинство историков сразу отнесли эти великолепные сооружения к эпохе безумного императора Калигулы, который будто бы использовал их как плавучие дворцы. Одним из современных итальянских проектов «плавучих отелей» является «Солнечный плавучий отель», спроектированный архитектором **Мишелеем Пуццоланте**. На судне есть все, что нужно для комфортного и роскошного отдыха, но главная идея проектировщиков — защитить окружающую среду, поэтому в отеле все будет работать на солнечной энергии. Если погода испортится, начнут работать электрогенераторы. В эксклюзивном отеле будет еще и подводный отсек с прозрачными стеклянными стенами. Оттуда можно будет наблюдать за подводным миром. В подводной части отеля будет располагаться обзорный номер со стеклянными стенами — посмотреть на подводный мир можно будет во всех направлениях. На палубе расположится собственная столовая, бар, кафе и настоящий

наподобие спиц велосипедного колеса. Внутри, помимо гостиничных номеров, расположатся кафе, рестораны и бары. А украшением интерьера послужат висячие сады, разбитые в центральном корпусе. Добраться до отеля можно будет как воде, так и воздуху.

В целом, по расчетам экспертов, строительство гостиниц на воде обходится дешевле по сравнению с сооружением обычных зданий. Тем более что для строительства плавучих сооружений нет необходимости в приобретении такого дорогостоящего актива, как земля. В отдельных случаях сами проектные работы и строительство на воде выгоднее, чем на суше. Архитекторы добавляют, что уже в самом ближайшем будущем станет возможным не только размещаться в гостиницах на воде, но и отдохнуть на роскошных воздушных лайнерах. Развитие гостиничного бизнеса к 2030 году подарит туристам незабываемые путешествия на плавучих и летающих отелях, оборудованных комфорtabельными номерами, барами и ресторанами. Аквагостилицы будут радовать гостей не только постоянно изменяющимся местом расположения, но и экологичностью. Они смогут работать от энергии солнца, ветра и дождя, минимизируют негативное влияние на окружающую среду. ★

ТАТЬЯНА БУГУРЛИНА

ПРОЕКТ Des TiN ATi ONs

Проект Destinations — тематические выпуски издательского дома «Турбизнес» — появился в 2001 г. В наших изданиях подробно рассказывается о туристических возможностях тех или иных стран, городов, курортов, о видах туризма; они служат хорошим подспорьем российским туристическим компаниям в их повседневной работе. В течение года у нас выходит до 40 наименований в печатных и онлайн-версиях. Такие выпуски, как «Путешествие за здоровьем», «Технологии», посвящены туристическим и техническим продуктам российских туроператоров и технологических компаний, работающих в сфере туризма. Мы тесно сотрудничаем с туристическими организациями других стран. В числе наших партнеров — Германия, Израиль, Испания, Маврикий, Мальта и другие страны. Особенно активно мы работаем на немецком направлении.

Ежегодно выходят тематические выпуски, посвященные Баден-Вюртембергу, Берлину, Гамбургу, Кёльну, Саксонии, Франкфурту.

С PDF и Е-версиями наших изданий можно познакомиться на нашем сайте www.tourbus.ru под кнопкой «Архив тематических выпусков».

В последнее время активно развивается такой вид сотрудничества с зарубежными партнерами, как выпуск информационных туристических бюллетеней и рассылка их по нашей базе (около 25 тыс. адресов). В рамках ряда таких проектов мы создаем специальные сайты, где выставляются все новости, ушедшие в рассылку. На очереди работа в этом направлении с российскими партнерами.

Проект представлен и в социальных сетях. На наш «ЖЖ» можно выйти, кликнув соответствующую иконку на первой странице сайта.

Мы готовы к сотрудничеству.

Дополнительная информация: +7 (495) 723-72-72 • reclama@tourbus.ru Ольга Гришина



ТУРИСТИЧЕСКИЙ
ОНЛАЙН-БЮЛЛЕТЕНЬ
ЗЕМЛИ БАДЕН-ВЮРТЕМБЕРГ
Выходит четыре раза в год
Партнер: туристические
организации Баден-Вюртемберга
и Штутгартта



НОВЫЙ ПРОЕКТ
ТУРИСТИЧЕСКИЙ
ОНЛАЙН-БЮЛЛЕТЕНЬ
АЭРОПОРТА МЮНХЕНА
Выходит шесть раз в год
Партнер: аэропорт
города Мюнхена



НОВЫЙ ПРОЕКТ
ТУРИСТИЧЕСКИЙ
ОНЛАЙН-БЮЛЛЕТЕНЬ
БОДЕНСКОГО ОЗЕРА
Выходит четыре раза в год
Партнер: Объединение туриндустрии
региона Бодензее



НОВЫЙ ПРОЕКТ
ТУРИСТИЧЕСКИЙ
ОНЛАЙН-БЮЛЛЕТЕНЬ ОФИСА
ПО ТУРИЗМУ ШВЕЙЦАРИИ
Выходит восемь раз в год
Партнер: Switzerland Tourism

«КОМФОРТ И УЮТ — 2017»: праздник профессионалов

Национальный гостиничный конкурс «Комфорт и уют», который в этом году проходит уже в шестой раз, традиционно собирает самых активных представителей российского гостеприимства.

Яркие соревнования, новые знакомства, возможность узнать тренды гостеприимства сделали конкурс не только площадкой общения отельеров, но и настоящим праздником профессионалов отрасли.



Прием заявок еще продолжается, но мест осталось уже не так много: в соревнованиях участвует не более 16 команд.

Напомним, что к участию в соревнованиях конкурса приглашаются средства размещения любого формата, компании, предоставляющие аутсорсинговые услуги на гостиничном рынке, а также проильные учебные заведения.

В команду, представляющую предприятие на конкурсе, входят:

- горничная,
- супервайзер,
- администратор/портье службы приема и размещения,
- руководитель команды (может быть представителем любой службы).

**Заявки принимаются по электронной почте
hotelsmedia@mail.ru**

К Неделе хаускиперов

Первый клуб профессионалов гостеприимства готовится к Неделе хаускиперов, которая по традиции проводится в сентябре.

С 11 по 15 сентября в Москве пройдут семинары под названием «Новинки от партнеров Клуба». 12 сентября в Санкт-Петербурге, а 14 сентября в Москве Клуб проведет мероприятие совместно с компанией «Кимберли-Кларк». 14 сентября участники Клуба торжественно отметят профессиональный праздник. С 9 по 12 октября эксперты Первого клуба профессионалов гостеприимства примут участие в мероприятиях деловой программы выставки ПИР. *

Матрасы нового поколения

С 2017 г. компания FoamLine запустила в производство новую высокоэластичную пену для наполнения матрасов, производимую по технологии «холодного вспенивания».

Матрасы с такой «наночинкой» уже успели за рекомендовать себя за рубежом: любители путешествий могли оценить в европейских гостиницах комфорт и ортопедическую поддержку подобных товаров для сна.

Процесс получения пены происходит при более низкой температуре внутри блока по сравнению с классической технологией получения высокоэластичных пен. Новая методика позволила не только улучшить показатели комфорта пены, но и снизить себестоимость ее производства. Это послужило широкому распространению «холодных» пен в Европе, а теперь и российский потребитель имеет возможность приобрести более удобный матрас по доступной цене.

Особенный комфорт высокоэластичных пен для наполнения матрасов обусловлен неоднородной структурой ячеек. Товары для сна с таким наполнением одинаково удобны для людей и с маленьким, и с большим весом. Легкий человек не почувствует излишней жесткости, а более крупный не ощутит провалования в «яму».

Открытая структура ячеек позволяет матрасу «дышать», что усиливает циркуляцию воздуха и процесс отведения излишнего тепла от тела спящего.

«Матрасы с наполнением из высокоэластичной «холодной» пены уже давно пользуются большой популярностью в Европе в связи с высокими показателями комфорта, экологической безопасностью и доступной ценой. А с этого года мы в России начали использо-

вать новую сырьевую систему для получения таких пен, из которых производим высококомфортные матрасные заготовки», — комментирует **Наталья Свердлова**, руководитель направления «Матрасные заготовки» компании FoamLine,

разработчика готовых решений для пенных матрасов. — Структура такой пены похожа на блок с миллионом независимых пружин разного диаметра, что позволяет подстраиваться под анатомические особенности каждого человека». *



Аутсорсинг: низы не могут, а верхи не хотят

На рынке аутсорсинга назревает перелом: компании-аутсорсеры уже не могут демпинговать по-старому, а заказчики-отельеры никак не хотят отказаться от полюбившейся в кризис практики безоглядной экономии на оплате привлеченного персонала, делится своим мнением Лазарь Неопуло, руководитель компании «АГОТЕЛЬ сервис».

Последнее время заметно обострились проблемы с линейным персоналом. Многие отели жалуются, что даже договоры с тремя-пятью аутсорсинговыми компаниями не обеспечивают им необходимую численность горничных, хаусменов, официантов, стюардов. Сотрудники часто меняются: не успеваешь научить одних — приходят другие и не всегда адекватно себя ведут.

Причин тому несколько.

1. Компании не могут набрать сотрудников на тех условиях, на которых работали раньше. Рынок труда позволяет гастарбайтерам найти более высокооплачиваемую и легкую работу. Сегодня молодых людей, желающих «соответствовать высоким стандартам гостеприимства» за 130 рублей в час, найти непросто — поколение другое.

2. Государство последовательно увеличивает сборы налогов, перекрывая кислород «черному» бизнесу. Налоговая служба требует роста официальных зарплат, отслеживает цепочки платежей с НДС, миграционная — добивается учета всех работающих, банки блокируют переводы на сомнительные организации. Проблематичным становится открытие счетов, закрытие компаний-однолеток, все идет к тому, что стоимость получения наличных денег скоро сделает нелегальные схемы не просто дорогими, а неэффективными.

«Дешевые» компании попадают в ловушку: с одной стороны, им нужно существенно увеличивать расходы, а с другой — держать низкие цены. Поэтому часть таких компаний уже уходит из бизнеса, другие вынуждены менять схемы и условия работы.

3. Отельеры стремятся сократить расходы на и без того невысокую оплату персонала, считая его «сторонним». На многих тендерах используют единственный критерий оценки — цену. Понятно, что победит при этом не та компания, которая обеспечит лучший сервис.

Отельеры понимают, что скучой платят дважды, но... вера в чудеса неистребима.

Судите сами. В 2007 году компания «АГОТЕЛЬ» предоставляла персонал по «белой» цене 208 руб./час. Затем череда кризисов, демпинг новоявленных компаний не позволяли повышать стоимость услуг. Только к 2017 году ее удалось увеличить «аж» до 223 руб./ч. На 15 рублей за 10 лет! А зарплата за это времяросла с 16 до 25 тысяч. Это не может продолжаться вечно. Индексация зарплат — объективная реальность, увеличение налоговой нагрузки — тоже. Отсюда очевидный вывод: скачок в оплате персонала неизбежен.

Этот неприятный факт не стоит воспринимать как трагедию для бюджета отеля. Цена вопроса — несколько тысяч рублей на горничную. Если сейчас услуги по уборке обходятся порядка 112 руб. на номер, то увеличение может составить 0,4 % от стоимости номера.

Сегодня разброс цен на рынке ненормален: одни предоставляют персонал более чем за 300 руб./час, другие умудряются предложить менее чем за 200 рублей. Представить реальные затраты можно на примере расчета стоимости часа работы горничной частного агентства занятости (ЧАЗ):

	руб./час
Зарплата	150
Резерв на отпуск	13,5
Налог и начисления	81
Накладные расходы	30,5
Прибыль 10%	30,5
Итого стоимость	305,5
НДС 18%	55
Цена человеко-часа	360,5

Выводы делайте сами. Мы не будем навязывать отельерам какое-либо решение. Мы предлагаем сделать выбор осознанно, взвесив риски и экономию, плюсы и минусы каждого варианта.

Итак, у гостиниц есть несколько путей привлечения персонала.



Отельеры
стремятся сократить расходы на и без того невысокую оплату персонала, считая его «сторонним». На многих тендерах используют единственный критерий оценки — цену. Понятно, что победит при этом не та компания, которая обеспечит лучший сервис

ЛАЗАРЬ НЕОПУЛО

1. Заказывать временных сотрудников через ЧАЗ (полное соблюдение законодательства, в том числе о запрете заемного труда).

2. Другой вариант, абсолютно легальный — заключить договор оказания услуг по уборке с опытной компанией, которая возьмет на себя все заботы по обслуживанию отеля силами своего персонала. За рубежом это уже давно сложившаяся практика, аутсорсинг в отельном бизнесе распространен намного шире, чем аутстаффинг (предоставление персонала). У нас в стране тоже есть такой опыт. С 2004 года компания «АГОТЕЛЬ» обслуживает четыре гостиницы сети «Максима Хотелс» — у этих московских отелей нет проблем с персоналом и хаускипингом.

Многие отечественные отельеры еще побаиваются реального аутсорсинга, как боялись когда-то «пускать чужих горничных в свои номера»: вдруг с компанией что-то случится? Опасения руководства отелей понять можно: они «нахлебались» с компаниями, которые только и могут, что приводить в гостиницы дешевый персонал «с улицы». Только бояться следует не аутсорсинга, а некомпетентных партнеров, которые не могут предложить ничего, кроме низкой цены.

3. Тем, кто психологически не готов к аутсорсингу, но понимает, что за качество нужно платить, рекомендуем заказывать сотрудников в «белой» компании, которая обеспечит легальный, подготовленный и стабильный персонал, качество работы и отсутствие существенных рисков.

4. Если отель предпочтет «дешевый» вариант, то безопаснее работать с компаниями, использующими упрощенную систему налогообложения (без НДС), чтобы избежать проблем со встречными проверками. Сейчас налоговая служба и банки отслеживают платежи с НДС, и не исключено, что от отеля могут потребовать возместить налог, неуплаченный недобросовестным контрагентом. В этом варианте не исключены также риски остановки деятельности компании в любой момент, невыплат зарплаты, потери сотрудников и др.

При разработке бюджетов на 2018 год отели и аутсорсинговые компании должны найти взаимоприемлемые решения, чтобы не только обеспечить финансовые показатели, но и гарантировать качество обслуживания гостей.

Надеемся, что совместными усилиями мы сможем решить назревшие проблемы, сформировать цивилизованный рынок аутсорсинговых услуг. *

ПЕРВАЯ ХАУСКИПИНОВАЯ КОМПАНИЯ



Москва, Ленинская слобода, 19
+ 7 495 269 3978, mail@agotel.ru

аг
АГОТЕЛЬ

13
ЛЕТ



Номер с видом на Землю

NASA одобрило проект космического отеля, предложенного студентами Массачусетского технологического института. Ожидается, что волна космического туризма захлестнет мир в самом ближайшем будущем.

Объявив конкурс по разработке пригодных для жизни объектов на околоземной орбите, космическое агентство NASA недавно объявило победителя. Им стал проект космического отеля The Managed, Reconfigurable, In-space Nodal Assembly, разработанный командой Массачусетского технологического института.

Идея космических отелей уже давно бередит умы и души многочисленных исследователей и писателей-фантастов. Сегодня развитие индустрии космического туризма активно набирает обороты, и опыт первых космических туристов тому подтверждение. Всерьез разговор о создании космических гостиниц ведется с начала коммерческих полетов в космос, но до сегодняшнего дня главным и единственным действующим «отелем» являлась российская МКС.

Международный научно-исследовательский центр и космический дом для интернациональной команды космонавтов по совместительству состоит из 15 основных модулей, двух космических кораблей — пилотируемого «Союза» и грузового «Прогресса».

Некоторые страны имеют собственные модули в составе станции, другие имеют возмож-

ность проведения научной работы на арендной основе. По договоренности с Роскосмосом, ведающим всеми космическими туристами, коммерческие путешественники заселяются на российский сегмент МКС. Его жилой центр — модуль «Звезда», один из первых элементов станции, доставленный на орбиту в 2000 году.

Руководитель ракетно-космической корпорации «Энергия», планирующей разместить на орбите рекреационный аналог МКС — коммерческую космическую станцию, **Владимир Солнцев** рассказывает, что идея трансформировать модули, которые находятся на орбите более 20–25 лет, в гостиницы — весьма актуальна.

«Сегодня специалисты нашей корпорации вовсю ведут проектные работы, и ожидается, что пошупать первый модуль «во плоти» можно будет уже через пару лет. Вкратце об отеле: 20 кубометров и 4 номера, единовременное число туристов на борту — семь. Расстояние до Земли — порядка 360 км, период обращения — около 90 минут, — отмечает Солнцев. — Варианты посещения станции: краткосрочные экспедиции от 3 до 14 дней, пребывание средней продолжительности от 1 до 2 месяцев, долгосрочные визиты на 4–6 месяцев и сочетание

пребывания на коммерческой космической станции и МКС. Расстояние между двумя станциями будет около 100 км, высота орбиты ККС пока не уточняется».

Доставлять туристов на станцию планируется уже известными «Союзами», а для технических рейсов будут использоваться «Прогрессы». Кроме этого, стыковаться с ККС смогут и иностранные космические корабли: контингент в отеле ожидается интернациональный.

В данный момент космическое агентство NASA надеется, что новая разработка студентов позволит в будущем заменить МКС и сократить расходы компании за счет притока космических туристов.

По задумке создателей, новый космический отель будет состоять из восьми надувных модулей, расположенных по кругу подобно лепесткам. Их количество можно будет варьировать и сдавать в аренду другим компаниям. Здесь будут номера с первоклассным обслуживанием, бары, рестораны, залы для занятия фитнесом...

Но главным бонусом, как подчеркивают ученые-разработчики, будет, конечно, открывшийся из огромных окон-иллюминаторов волшебный космический вид. Из ожидаемых «развлечений» отеля — опыты с невесомостью и прогулки «по территории», то есть выход в открытый космос.

По предварительным подсчетам, двухнедельное пребывание в таком отеле обойдется посетителю примерно в пять миллионов долларов.

Частная фирма, принадлежащая миллиардеру **Роберту Бигелоу**, также приступила к разработке космической станции-отеля, которую планируется запустить на орбиту к 2020 году. На проходящем в Колорадо-Спрингс «Космическом симпозиуме» миллиардер также заявил о том, что намерен построить в космосе целую сеть отелей. К работе над поставленной им масштабной задачей уже приступили две компании: United Launch Alliance и Bigelow Aerospace.

Главная фишка концепции в «надувательстве»: с Земли модули отправляются в сложенном виде, а заняв свое место на орбите, надуваются — их диаметр увеличивается вдвое. Длина модулей — 14 и 8 м соответственно, диаметр — около 6 м. Первоначально в них смогут разместиться 9 человек.

По замыслу разработчиков, первыми постояльцами новой гостиницы будут космонавты, а затем, после апробации, в нее будут селиться и обычные туристы, которых будут доставлять на орбиту специально созданные для этой цели «такси».

Роберт Бигелоу отметил, что такие машины для доставки туристов на станцию-отель и обратно на Землю будут производиться подразделением Space X, принадлежащим авиаконструкторской компании Boeing (BA).

Бигелоу не смог назвать конкретную сумму, в которую ему обойдется стартап: «Я считаю, что пока рано называть какие-то цифры, говоря о финансовой стороне дела. На данном этапе наши компании прорабатывают инженерные решения, касающиеся будущих космических отелей надувного типа. Но, без сомнения, появление на земной орбите гостиниц откроет для частного сектора и туристических фирм ворота в космос. Наступает время для того, чтобы земляне получили недоступные ранее возможности покорения космических просторов».

Надувной модуль будущего отеля, конструкции которого выполнены из материалов, похожих на кевлар, будет компактно сложен и прикреплен к ракете. Затем, уже в космосе, он будет развернут и наполнен воздухом и таким образом превратится в полноразмерную станцию. Планируется, что уже в 2019 году настоящий, не экспериментальный модуль подготовят и заполнят воздухом за 30 дней. После этого он будет служить отелем на орбите в течение двух лет. На этом развитие проекта не остановится.

В дальнейшем корпорация планирует доставить в околоземное пространство более внушительные модули объемом в фантастические 2100 кубических метров, что вдвое больше, чем общий объем МКС. *

ТАТЬЯНА БЕЛОНОЖКИНА



Дубайская коллекция Jumeirah: ветераны и новички

Дубай — город, где дебютировала гостиничная сеть Jumeirah, откуда началась ее всемирная слава, и по сей день продолжает вдохновлять эту компанию. Здесь появляются новые проекты, реконструируются известные и заслуженные. Каждый новый отель, каждое нововведение, каждый новый элемент инфраструктуры заставляет вспомнить слоган Jumeirah: Stay Different! В разнообразии, безупречном вкусе и подлинной роскоши с отелями группы трудно соперничать.

Чего стоит только парад форматов и архитектурных решений дубайских отелей Jumeirah!

Деловой центр Дубая украшают две 56-этажные башни бизнес-отеля Jumeirah Emirates Towers, безупречно вписавшиеся в постмодернистский ансамбль небоскребов столицы эмирата. Необычайно высокий атриум этого отеля — излюбленное место встреч путешественников, которые приезжают в город по делам. Здесь, впрочем, предлагаются самые разные возможности для бизнес-мероприятий любого масштаба: 16 конференц-залов, большой банкетный зал, площадки под открытым небом... В деловом центре можно с роскошью и комфортом разместиться в резиденциях — World Trade Center Residence. К услугам гостей — еще один городской отель группы Jumeirah — Greekside Hotel.

Не могла сеть обойти своим вниманием и насыпной остров — знаменитую Пальму Джумейра. На ней расположился отель Jumeirah Zabeel Saray. Для него в компании выбрали стиль императорских дворцов османской эпохи, от которого не отступили ни на шаг — даже спа-центр (под брендом Talise) — отдельный дворец. 379 номеров, 26 люков и 38 королевских резиденций смотрят на Персидский залив и... другие отели Jumeirah. В том числе — на первый отель сети Jumeirah Beach Hotel, известный также под названием «Волна»: здание с окнами цвета моря имеет форму волны. В этом году у «ветерана» юбилей — 20 лет. Несмотря на солидный возраст, «Волна» не теряет популярности, на этот отель с прекрасным пляжем всегда есть спрос.

А рядом с «Волной» — рукотворное украшение залива — «Парус», или Burj Al Arab Jumeirah. Сколько легенд связано с этим отелем! Согласно одной из них, шейх эмирата Дубай в свое время «поручил» поставить такую точку на карте, которая притянула бы гостей со всего мира. И это сделали! Согласно второй легенде, главный архите-

тор будущего «Паруса» Том Райт из архитектурного бюро WS Atkins, глядя на место, где должен был разместиться новый отель, увидел только один возможный силуэт — парус над заливом. И строители, и архитекторы стали решать непосильную, казалось бы, задачу. Была выстроена платформа, которую поддерживают 250 опорных свай, уходящих на 40 метров в глубь морского дна, а над ней спустя три года возвысился белый «Парус». Впрочем, вечерами замысловатая подсветка окрашивает его в разные цвета. Внутри отеля тоже преобладали белые оттенки, и, согласно очередной легенде, шейх, когда пришел принимать сооружение, попенял дизайнерам — мол, где арабский шик?! Так и появилось в отделке Burj Al Arab настоящее золото, потребовалось 1965 кв. м 24-каратного золотого листа...

И далее — то, чем тогда удивил «Парус» и не перестает удивлять поныне: уникальные фонтаны, например, в лобби — это каскадный водопад со струйками, похожими на играющих над водой рыбок; вертолетная площадка, откуда гости отправляются на головокружительные экскурсии; парк автомобилей «Роллс-Ройс» для трансфера. И номера — 202 двухуровневых люкса, два из которых — Королевские: в этом отеле не признают более низких категорий! Когда в отель созвали первых гостей на презентацию, то, как гласит опять-таки одна из легенд, кто-то из представителей прессы отметил, что Burj Al Arab Jumeirah не вписывается в пятизвездочную классификацию — это, дескать, семь звезд. До сих пор не раз приходилось слышать, как «Парус» именуют «семизвездочником».

Несмотря на свое 18-летие, Burj Al Arab Jumeirah по-прежнему поражает своей роскошью, по-прежнему остается одним из немногих отелей, куда туристы с удовольствием приезжают просто на экскурсию. И между тем этот отель меняется в стремлении вновь и вновь поразить своих гостей! Пример тому — новая терраса, расположенная над заливом, с двумя огромными бассейнами, один из которых —

Jumeirah Group — международная управляющая компания в сфере гостеприимства и роскоши со штаб-квартирой в Дубае, ОАЭ. Портфель компании включает отели и курорты в Дубае, Абу-Даби, Кувейте, Франкфурте, Стамбуле, Лондоне, Шанхае, на Майорке и Мальдивах. Jumeirah Group также управляет проектом Jumeirah Living по предоставлению в аренду роскошных жилых помещений с безупречным обслуживанием; новым брендом современных lifestyle-отелей Venu; спа-брендом Talise; ресторанным подразделением Jumeirah Restaurant Group Dubai; аквапарком Wild Wadi Waterpark; Академией гостиничного бизнеса The Emirates Academy of Hospitality Management. В будущем планируются к открытию отели Jumeirah в Китае, Индонезии, Иордании, Малайзии, Омане, России и ОАЭ.



1



2



3

1 Курорт Madinat Jumeirah — город в городе

2 Jumeirah Zabeel Saray — отель сети, расположенный на искусственном острове Пальма Джумейра

3 Al Naseem — действительно ассоциируется со свежим ветром. В его интерьерах преобладают спокойные натуральные тона, много света, а из окон открывается вид на соседний Burj Al Arab

4



5



4 Несмотря на свое 18-летие, Burj Al Arab Jumeirah по-прежнему поражает своей роскошью, по-прежнему остается одним из немногих отелей, куда туристы с удовольствием приезжают просто на экскурсию. И между тем этот отель меняется в стремлении вновь и вновь поразить своих гостей!

5 Margaret Pol, отельер с огромным опытом и послужным списком, возглавила управление одним из символов арабской страны

с морской водой, джакузи и пляжными домиками, оснащенными, впрочем, на уровне люксов.

Или обновленный ресторан морских деликатесов Nathan Outlaw at Al Mahara (один из семи, что работают в «Парусе»), где новое меню представил новый шеф-повар британец Натан Аутло, обладатель двух звезд Michelin. В списке обновлений — недавно открывшийся бар Gold On 27. Помимо завораживающих видов, которые открываются отсюда и на Дубай, и на залив, бар удивляет экспериментальными коктейлями и становится новой кузницей легенд: уже рассказывают о приготовленном здесь необыкновенном, самом дорогом в мире коктейле, который заказал, разумеется, русский гость.

Недавно назначенный генеральный менеджер Burj Al Arab Jumeirah — **Маргарет Пол**, шотландка, отельер с огромным опытом и послужным списком. Женщина возглавила управление одним из символов арабской страны — это удивительно лишь на первый взгляд и лишь для тех, кто мало знаком с Дубаем: мультикультурным, толерантным, многоязычным. Сама Маргарет, впрочем, говорит, что в том, что в отеле работают представители множества национальностей, есть некоторая сложность: к каждому сотруднику нужно искать подход, учитывая его ментальность. Зато и гостям, прибывающим в «Парус» из разных стран, есть с кем поговорить на родном языке. В отеле, разумеется, есть и русскоязычный персонал: после того как в ОАЭ отменили визы для россиян, рост туристов из России сразу стал ощущим. По словам Маргарет Пол, в структуре гостей Burj Al Arab Jumeirah россияне занимают второе место, отельер прогнозирует рост потока гостей на 15–20% в течение этого года.

В тройку лидеров по числу гостей входят россияне и в новом отеле группы — Jumeirah Al Naseem. Это последний, завершающий проект курорта Madinat Jumeirah. Этот курорт переносит нас в атмосферу сказок «Тысячи и одной ночи»: система каналов, по которым курсируют лодки, роскошные сады, отели, напоминающие восточные дворцы. Madinat Jumeirah включает в себя два бутик-отеля — Jumeirah Al Qasr и Jumeirah Mina A'Salam, 29 традиционных летних домиков Dar Al Masyaf, а также семь роскошных вилл Malakiya Villas. Это целый город в городе: курорт предлагает просторные помещения для проведения конференций и банкетов, специализированный развлекательный центр Madinat Arena, построенный амфитеатром и вмещающий до 1000 гостей. На территории расположены фитнес- и спа-центры Talise Fitness и Talise Spa, восточный базар Souk Madinat Jumeirah, а также более 50 ресторанов мирового класса. И вот к этому великолепию добавилось еще 430 номеров отеля Jumeirah Al Naseem.

«Морской бриз» — так переводится с арабского Al Naseem — действительно ассоциируется со свежим ветром. В его дизайне нет привычного арабского шика: здесь преобладают спокойные натуральные тона, много света, раздвижные перегородки в номерах позволяют планировать пространство самому гостю. Но этот отель не отличается от других отелей группы тем, что каждый предмет интерьера и декора подобран в нем так, словно он и только он должен быть на этом месте — дизайнеры отелей группы блеснули своим мастерством и вкусом и на этот раз. *

ЭЛЕОНORA АРЕФЬЕВА

Компания Rezidor во II квартале 2017 года подписала контракты на 1600 новых номеров и открыла 1400 номеров

Компания The Rezidor Hotel Group продолжила свой динамичный рост во втором квартале 2017 года, открыв восемь новых отелей и подписав контракты на открытие еще четырех (1397 номеров и 1666 номеров соответственно).

Kомпания добавила в свое портфолио крупнейшие в мире отели под брендами Radisson Blu Hotel и Park Inn by Radisson в Мекке, Саудовская Аравия.

Развитие сети в регионе EMEA продолжилось быстрыми темпами – более 100 отелей и 26000 номеров в сети по всей Европе, Ближнему Востоку и Африке.

«В то время как мы продолжаем уделять основное внимание стратегии управления активами на развивающихся рынках, мы также пересматриваем наши подходы и в ближайшие месяцы начнем реализацию скорректированного плана по расширению нашего присутствия, который будет адаптирован к нынешним бизнес-условиям и инвестиционному циклу», – заявил Эли Юнес, исполнительный вице-президент и директор по развитию бизнеса компании Rezidor.

Бренд Park Inn by Radisson стал лидером по количеству открытых отелей во втором квартале 2017 года. В Европе Rezidor остается крупнейшим оператором отелей сегмента upper upscale, также расширяя свое присутствие в среднем ценовом сегменте при помощи отелей Park Inn by Radisson. «Наш бренд отелей средней ценовой категории продолжает свое стремительное развитие», – заявил г-н Юнес. «Семь из восьми отелей, открытых во втором квартале 2017 года, – это отели Park Inn by Radisson». Африка остается важным развивающимся рынком для компании Rezidor. Во втором квартале 2017 года были открыты новые отели бренда в Найроби (Кения), Кигали (Руанда). Новые отели появились также в Восточной Европе (отель Park Inn by Radisson Izmailovo в Москве) и на Ближнем Востоке – отель на 459 номеров в священном городе Мекка, Саудовская Аравия.

Rezidor продолжает укреплять свое присутствие в Европе, подписывая контракт на открытие нового Park Inn by Radisson в бельгийском Льеже, а также prizeotel вблизи аэропорта Мюнхена в муниципалитете Халльбергермоос, таким образом не сбивая темпов расширения бренда экономкласса путем создания совместной компании между Rezidor и prizeotel. Также группа Rezidor открыла свой второй отель в бельгийском Хасселте – в непосредственной близости от уже существующего Radisson Blu Hotel, дополнив таким образом мартовское открытие Park Inn by Radisson в аэропорту Брюсселя. *



онefinestay занял позицию лидера в сегменте элитного гостеприимства

Группа AccorHotels объявила об объединении Travel Keys, Squarebreak и onefinestay и намерении интегрировать три компании под брендом onefinestay до конца этого года.

Oбъявление знаменует финализацию сделки с основателями Squarebreak по приобретению акционерного капитала компании. В результате сделки, объявленной в феврале 2016 года, AccorHotels получила 49% французской компании – лидера в сфере бронирования вилл. Ожидается, что транзакция завершится в течение нескольких недель. Travel Keys была приобретена AccorHotels ранее в 2017 году, а onefinestay – в 2016.

Объединение трех новаторов индустрии гостеприимства означает, что гости onefinestay смогут выбрать из более чем 10 000 лучших частных домов мира, получив при этом возможность воспользоваться опытом мировых профессионалов индустрии гостеприимства и консьерж-услугами. Сервис onefinestay охватит самые популярные места в мире на шести континентах: от городов-мегаполисов, таких как Нью-Йорк, Лос-Анджелес и Сан-Франциско, до экзотических направлений вроде Сен-Бартелеми и Бали и средиземноморских пляжей во Франции, Италии и Греции.

Управлением портфолио onefinestay займется Хавьер Сэдильо-Эспин, генеральный директор onefinestay, вместе с командой топ-менеджеров он завершит слияние onefinestay, Travel Keys и Squarebreak.

«Благодаря этому шагу onefinestay получил надежную платформу, сочетающую превосходство бренда, дистрибуции. Мы очень рады открывающимся перспективам глобального развития нашей сети. Наши гости всегда заинтересованы в новых локациях с высококлассным сервисом и персональным обслуживанием. Интеграция трех новаторских брендов позволяет удовлетворить их потребности», – отметил Хавьер Сэдильо-Эспин. *

AccorHotels открыла два отеля на Украине

Впервые бренд Mercure представлен на гостиничном рынке Киева: Mercure Kyiv Congress появился на месте гостиницы «Космополит» в результате реконструкции. С подписанием договора франшизы и открытием новой гостиницы количество отелей под управлением Группы в России, Грузии и СНГ достигнет 50.

Четырехзвездный отель Mercure Kyiv Congress расположен в современной деловой части Киева, откуда гости могут легко добраться до основных деловых и выставочных центров города, при этом дорога до международного аэропорта Жуляны займет только 5 минут, а до центрального железнодорожного вокзала и центра города гости смогут доехать всего за 20 минут. Mercure Kyiv Congress находится на территории многофункционального комплекса, благодаря чему гости могут легко организовать свой досуг, отправившись по магазинам, в кинотеатр, боулинг-клуб или посетив роллердром и даже ледовую арену.

Отель на 160 номеров разных категорий предлагает гостям высочайший уровень обслуживания в соответствии с международными стандартами сети Mercure. Современные стильные номера, оформленные по индивидуальному дизайну-проекту Мартина Германсона и Роберта Валдманиса, оснащены всем необходимым для комфорtnого отдыха. Также в инфраструктуру нового отеля вошли ресторан Brasserie, где ежедневно сервируется фирменный завтрак и изысканные блюда французской кухни, и ресторан «Космополит», который объединяет гастроonomicкие традиции разных стран. В распоряжении гостей — открытый 45-метровый бассейн, а также фитнес-зона и тренажерный зал, оснащенный оборудованием ведущего производителя PRECOR. На территории всей гостиницы работает бесплатный Wi-Fi.

В комплекс Mercure Kyiv Congress входит самый большой в Киеве конгресс-центр общей площадью 5000 кв. м, оснащенный самым современным оборудованием. Это идеальное место для проведения любых деловых и частных мероприятий, организовать которые помогут профессиональные менеджеры отеля.

Проект реконструкции отеля готовился на протяжении двух лет силами ведущих специалистов европейского гостиничного бизнеса. Партнером проекта стала многопрофильная группа Wisher Enterprises, которая работает с сетью отелей AccorHotels уже несколько лет во многих странах мира по договору франчайзинга.

«Mercure Kyiv Congress — наш третий отель в городе и, на мой взгляд, прекрасно дополняет коллекцию брендов, представленных на гостиничном рынке Киева сегодня. Качественный четырехзвездный отель, объединенный с крупнейшим в городе конгресс-центром, уверен, станет центром притяжения деловых путешественников со всего мира», — говорит Алексис Деларофф, региональный директор AccorHotels в России, странах СНГ и Грузии.

А в Одессе группа AccorHotels представляет бутик-отель Hotel De Paris — первый отель Группы в Одессе, открытие которого знаменует премьеру бренда MGallery by Sofitel в регионе Россия, страны СНГ и Грузия. Отель расположен в историческом центре Одессы, на Екатерининской площади, в шаговой доступности от основных достопримечательностей: Потемкинской лестницы, Дерибасовской улицы, Приморского бульвара и Театра оперы и балета.

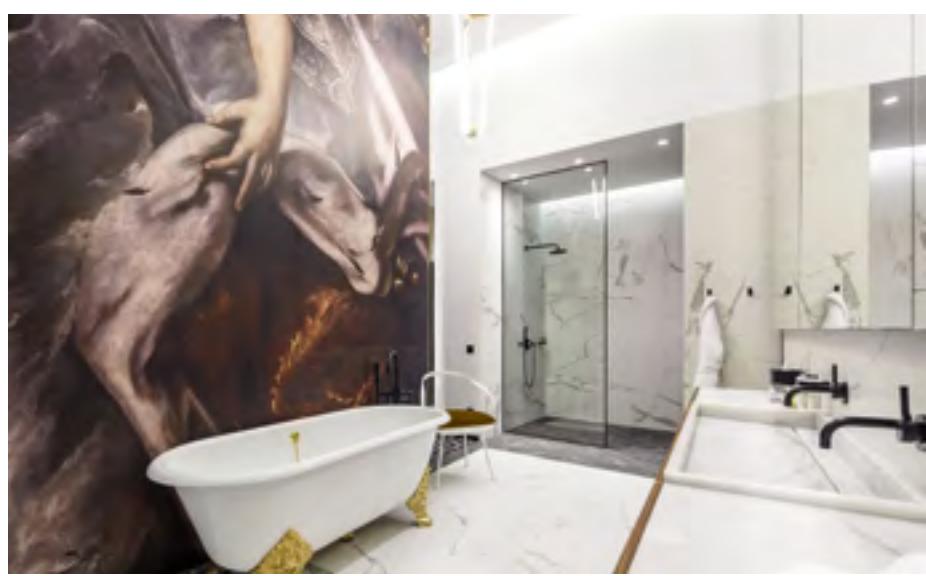
Hotel De Paris MGallery by Sofitel расположился в историческом здании — памятнике архитектуры, построенном в 1849 году по проекту знаменитого архитектора Франца Моранди для одесского банкира и известного эпикурейца Мааса. Из окон здания открывается панорамный вид на Екатерининскую площадь, которая по праву признана одним из самых красивых мест в городе. Отель как будто приглашает гостей совершить путешествие в элегантное прошлое и почувствовать себя на улицах старой Одессы, созданной Дюком де Ришелье с помощью французских архитекторов. Интерьер

50
отелей
AccorHotels
на территории
бывшего СССР



нового отеля, разработанный современным французским дизайнером Аной Мусине, вдохновлен сдержанной роскошью XIX века с современным акцентом и сочетает насыщенную палитру оттенков Черного моря и эклектичные текстуры с уникальной атмосферой элегантного одесского особняка. Hotel De Paris предлагает для размещения 51 роскошный номер, где гости найдут все необходимое для спокойного комфортабельного отдыха и знакомства с городом. Также в инфраструктуру нового отеля вошли гастрономический ресторан и оздоровительный центр.

Инвестором проекта стала компания City Group — один из крупнейших девелоперских холдингов в Украине и ключевой игрок на рынке недвижимости Одессы. Генеральным управляющим отеля назначен Марко Терзини. *



Airbnb: крупнее любой глобальной гостиничной сети

В настоящее время на Airbnb представлена более чем 191 страна, и вариантов размещения больше, чем совокупный номерной фонд пяти крупнейших гостиничных сетей мира.

Из четырех миллионов возможностей размещения более 1,9 млн доступны для мгновенного бронирования. Эта функция позволяет гостям не ждать ответа хозяина. Количество предложений, на которые распространяется опция «Мгновенное бронирование», увеличивается на Airbnb с каждым днем. Ни одна гостиничная сеть не способна предложить такое большое число вариантов размещения с возможностью моментального бронирования.

С момента основания компании в 2008 году более 220 млн гостей по всему миру сняли жилье через Airbnb.

ТОП-10 СТРАН С НАИБОЛЕЕ ВЫСОКИМИ ТЕМПАМИ РОСТА ПРЕДЛОЖЕНИЯ AIRBNB

1. Куба
2. Азербайджан
3. Вьетнам
4. Камбоджа
5. Китай
6. Гана
7. Новая Зеландия
8. Колумбия
9. Непал
10. Чили

За всю историю Airbnb 5 августа 2017 года стал рекордным днем: одновременно более 2,5 млн гостей проживали в домах, арендованных через Airbnb. Каждый день в домах, арендованных через Airbnb, проживает два миллиона человек по всему миру. *

Сеть Autograph Collection Hotels открывает первый отель в Эстонии

Сеть отелей Autograph Collection Hotels, входящая в состав Marriott International, объявила об открытии первого отеля в Эстонии Hotel Telegraaf в историческом центре Таллина.

Расположенный в сердце города на знаменитой старинной улице Вене отель занимает одно из самых грандиозных построений Таллина. В здании, открывшемся в 1878 году, ранее располагался банк, а позднее — центральный почтамт страны и телефонно-телеграфный офис, у которого отель позаимствовал свое название.

Hotel Telegraaf, отличающийся своим дизайном в современном стиле с элементами арт-деко, располагает 83 номерами и сьютами, окна многих из которых выходят на средневековый Старый город, создавая ощущение единнености и домашней атмосферы, что отражает ценности бренда Autograph Collection Hotels, его дизайн и атмосфера.

Шеф-повар ресторана «Чайковский», завсегдатая рейтингов лучших ресторанов Эстонии, Владислав Дьячук умело комбинирует местные ингредиенты с традиционной русской и французской кухней, что позволяет гостям получить яркие и уникальные гастрономические впечатления.

Роскошный спа-центр отеля Telegraaf располагает двумя процедурными кабинетами, бассейном длиной в 10 метров, джакузи, сауной и парной комнатой, предлагая гостям возможность полностью расслабиться и улучшить самочувствие в умиротворенной обстановке после длительных прогулок среди роскошных памятников культуры Таллина.

Лаундж-зона Symphony представляет из себя многофункциональное пространство для проведения бизнес-совещаний и встреч с друзьями. Подходящий как для мини-встреч, так и для более крупных мероприятий зал площадью 61 кв. м с уютной атмосферой свободно вмещает до 45 человек. *





До конца этого года отельная база Шарджи пополнится сразу тремя пятизвездочными курортами — Kalba Kingfisher Lodge в мангровом заповеднике, Mleiha Fossil Rock Lodge в пустыне и Al Bait в центре исторического комплекса «Сердце Шарджи».

Три новых отеля открываются в Шардже до конца этого года

Экспропроект Kalba Kingfisher Lodge представляет собой пятизвездочный отельный комплекс, расположенный в мангровом заповеднике в центре Кальбы. Он состоит из 20 роскошных шатров с индивидуальными бассейнами, спа-центра, нескольких ресторанов, банкетного зала и зон отдыха на открытом воздухе. Из номеров открывается потрясающий вид на побережье Индийского океана и мангровые леса, а оздоровительный центр предлагает широкий выбор тренировочных программ.

Концепция и географическое положение отеля располагают к уединенному и спокойному отдыху — прогулки на каяке по старейшим мангровым лесам ОАЭ, изучение уникальной флоры и фауны и наблюдение за естественной жизнью природы помогут восстановить силы и отдохнуть от городской суеты.

Курорт Mleiha Fossil Rock Lodge, расположенный на территории археологического

и экотуристического комплекса Mleiha, недалеко от знаменитой скалы Фоссиль-Рок, станет еще одним воплощением правительственной стратегии по продвижению экологического туризма в Шардже.

Премиальный отель состоит из трех зданий — жилого комплекса с роскошными номерами, спа-центра с крытым бассейном и ресторана с террасой на открытом воздухе. Гостям гарантируется полное уединение — одновременно здесь смогут остановиться не более 10 человек.

Для тех, кто предпочитает активный отдых, есть экскурсии по пустыне, сафари-туры на джипах и поездки на квадроциклах. Также скоро здесь откроется Национальный парк Млеха — природный заповедник, в котором в естественных условиях будут обитать редкие виды местных животных — орикс, газель, горный олень и другие.

Дизайнерский бутик-отель Al Bait отлично подойдет для тех, кто хочет

погрузиться в историю эмирата и изучить его культурное наследие. Помимо того, что отель расположен в центре исторического комплекса «Сердце Шарджи», снаружи и внутри он напоминает старинные дома местных жителей. Используя натуральные материалы и современное оборудование, дизайнеры из британского архитектурного бюро GAJ создали оригинальный стиль, подчеркивающий аутентичность этого места.

Al Bait станет первым отелем уровня luxury в Шардже и будет состоять из 53 номеров и сьютов. К услугам гостей два ресторана (с международной и традиционной арабской кухней) с открытыми верандами, кафе с большим выбором различных сортов чая, кофе, арабских сладостей и десертов, магазин мороженого, спа-центр с хаммамом, сауной, джакузи и массажными комнатами и бизнес-центр с конференц-залом и переговорными комнатами. *



Atlantis, The Palm начинает реновацию на \$100 млн

Трехлетний проект позволит обновить 1539 номеров и апартаментов, а также рестораны и бары

В соответствии с бизнес-планами региона Дубая по привлечению 20 млн посетителей в год к 2020 году Atlantis объявляет о масштабной программе модернизации отеля, а также о расширении других курортных комплексов бренда — Royal Atlantis Resort & Residences, расположенных на острове Пальма.

Кроме того, Atlantis, The Palm объявил о результатах работы за первые пять месяцев 2017 года, согласно которым уровень загрузки отеля за отчетный период составил 93%, что на 11% выше по сравнению с прошлым годом. Благодаря конкурентоспособным ценам на номера и увеличению числа гостей из России, Китая, Индии и европейских стран, таких как Франция и Германия, Atlantis, The Palm как интегрированное развлекательное направление стал самым быстрорастущим курортом в регионе, превзойдя конкурентов в общем темпе прироста загрузки.

С 4 июля 2017 года знаковый пятизвездочный курортный отель приступил к трехлетней программе реконструкции комплекса на 1539 номеров и апартаментов. В рамках проекта каждые шесть недель отель планирует обновлять по 50 номеров и апартаментов, что сделает реализа-

цию проекта незаметной и максимально комфортной для отдыхающих. Завершение программы намечено на 2019 год — к выставке World EXPO — 2020.

В рамках обновления номерного фонда новый дизайн интерьера стандартных номеров обеспечит студия дизайна WA International.

Каждый номер будет оснащен интегрированной в 49-дюймовые телевизоры технологией, бесконтактными считывающими ключами и многими другими удобными функциями. Реконструкция будет распространяться на балконные площади, а также ванные комнаты, в которых будут установлены греческие бассейны Greak Dydimia и отдельно стоящие низкие ванночки. Также ресторан Kaleidoscope уже находится на реконструкции и будет открыт в сентябре 2017 года. Кроме того, перепроектирования ожидают Ayamna Bar, пляжи Nasimi и Imperial Club.

Проект реконструкции номерного фонда курорта предваряет запуск другого комплекса бренда Atlantis, The Palm стоимостью \$1,4 млрд — Royal Atlantis Resort & Residences, который будет открыт в конце 2019 года. Расположенный на полумесяце Пальмы и рядом со знаменитым Atlantis, The Palm комплекс Royal Atlantis

Resort & Residences предложит гостям 231 резиденцию и 795 номеров и люксов на 10 гектарах земли. С началом продаж The Residencies в январе 2017 года и стоимостью от примерно 7 650 000 дирхамов (около \$ 2 млн /1,7 млн фунтов стерлингов) этот комплекс обещает стать новой достопримечательностью Дубая и первым комплексом уровня суперпрайм на рынке недвижимости города.

Портфолио компании также расширилось до Китая: в 2018 году в городе Хайнане откроется курорт Atlantis Sanya — первый 5-звездочный курортно-развлекательный комплекс морской тематики в заливе Хайтан охватит 300 000 кв. м и предложит своим гостям 1314 стандартных номеров, 154 люкса и пять подводных люксов. На курорте также будет аквапарк Aquaventure площадью 85 000 кв. м, аквариум на 13,5 млн литров, а также огромный бассейн площадью 7500 кв. м и 21 ресторан.

Кроме того, недавно бренд Atlantis объявил о другом проекте стоимостью \$2 млрд на Гавайях — Atlantis Ko Olina Hawaii, который станет четвертым в портфолио Atlantis и самым дорогим проектом бренда. Элитный заповедник будет расположен на 15 акрах земли на острове Oahu. *

8-я ежегодная профессиональная награда в области бизнес-туризма и MICE

RUSSIAN BUSINESS TRAVEL & **MICE** AWARD

2017

15 номинаций

Лучшие компании рынка делового туризма и MICE

www.mice-award.ru

Церемония награждения
5 октября 2017 г.

Дополнительная информация:

Ирина Ильина

тел. (495) 723-72-72 / award@tourbus.ru



РЕКЛАМА

УЧРЕДИТЕЛИ



ОРГАНИЗATOR



ПРИ ПОДДЕРЖКЕ



СТРАХОВЫЙ
ПАРТНЕР



ТРАНСПОРТНЫЙ
ПАРТНЕР



ЗАРУБЕЖНЫЙ
ПАРТНЕР



ЭКСПЕРТ РЫНКА —
ПАРТНЕР ПРЕМИИ



ОФИЦИАЛЬНЫЙ
ПАРТНЕР

