



אקולאב זהר דליה - לעולם נקי יותר

מלונאים

בטאון תעשיית המלונאות בישראל • אדר תשס"ו • מרץ 2006

**הכשרה
מקצועית
בגרמניה**

עמוד
14

**המוסף
הכלכלי**

עמוד
9

**לתיירות
אין
גבולות**

עמוד
8

תעשיית התיירות -

מיאץ מרכזי לצמיחה ולתעסוקה במשק

שנת 2005: שנה של גידול

בכל אזורי הארץ חל ב-2005 גידול בלינות תיירים לעומת 2004. בחיפה, בהרצליה, בבתי הארחה בקיבוצים ובתל אביב נירשמה בשנת 2005 תפוסה גבוהה יותר מאשר בשנת 2000. התאוששות משמעותית חלה בירושלים ובתל אביב. מיספר לינות התיירים הסתכם בשנת 2005 ב-6.8 מיליון, נמוך ב-30% מאשר בשנת 2000, שהייתה שנת שיא בתיירות ניכסת. סך כל הלינות במלונות בשנת 2005 כ-19 מיליון, נמוך ב-2% בלבד בהשוואה לשנת 2000 - הודות לגידול בתיירות פנים במהלך שנות המשבר.

לינות ישראלים

אילת - 5.5 מיליון
ים המלח - 1.7 מיליון
ירושלים - 816 אלף
קיבוצים - 918 אלף
נתניה - 190 אלף
תל אביב - 548 אלף
הרצליה - 80 אלף
טבריה - 1.1 מיליון
חיפה - 285 אלף

לינות תיירים

ירושלים - 2.1 מיליון
תל אביב - 1.6 מיליון
טבריה - 335 אלף
ים המלח - 312 אלף
נתניה - 284 אלף
חיפה - 203 אלף
קיבוצים - 514 אלף
אילת - 766 אלף
הרצליה - 190 אלף

תפוסת החדרים

ים המלח - 70%, הרצליה - 67%, אילת - 65%, תל אביב - 65%, קיבוצים - 59%, חיפה - 54%, ירושלים - 52%, טבריה - 45%, נתניה - 45%.

תיירות אוהדת

אישפוזו של ראש הממשלה אריאל שרון מניע תיירים להגיע לארץ ולהתפלל לשלומם בכותל. לאחרונה הגיעה למלון "עץ הזית" בירושלים קבוצה של 85 צליינים שהצהירו שמטרת בואם היא להתפלל לשלומם של ראש הממשלה. מנכ"ל מלון "עץ הזית" רפי פרבר מעיד שמאז שראש הממשלה חלה, הגיעו למלון פניות רבות של קבוצות מאורגנות.

הפרטי והציבורי, שיעסוק בשיווק תיירות כפי שנהוג בכל מדינות התיירות בעולם. "יש להמשיך את הרפורמה במדיניות התעופה", אומר אבי אלה, "שתיכלול את פתיחת השוק למובילים וליעדים נוספים, במקביל לעיבוי הקווים הקיימים". נשיא ההתאחדות מוסיף כי בשנים האחרונות חלה שחיקה דרמטית במוצר התיירותי הישראלי ועל המדינה לעודד השקעות של יזמים בשיפוץ ובשדרוג מלונות ואטרקציות תיירותיות - על מנת לעמוד בתחרות עם יעדים בין-לאומיים.



החוץ הגיעה ל-50%.

התחזית: 2.4 מיליון

תחזית ההתאחדות לשנת 2006 היא כי יגיעו לארץ 2.4 מיליון תיירים, שיהוו גידול של 25% לעומת 2005. מיספר המועסקים בתעשיית התיירות יגיע ל-100 אלף, גידול של 25%. מיספר העובדים במלונות יגיע ל-31 אלף, אחרי תוספת של 3,000 עובדים. בשנה הנוכחית, על פי התחזיות, יחול גידול של 9% בלינות במלונות, ומיספרן יגיע ל-21 מיליון. בלינות התיירים צפוי גידול של 30%, ומיספרן יגיע לכ-9 מיליון. מיספר לינות הישראלים יגיע ל-12 מיליון. תפוסת החדרים הממוצעת ב-2005 ברחבי הארץ הייתה כ-16%, 55% יותר מאשר בשנת 2004. התפוסה הצפויה ב-2006 תהיה 61% בממוצע.

לדברי נשיא ההתאחדות אבי אלה, השגת יעד של 2.4 מיליון תיירים מותנה בגיבוש תוכנית רב שנתית מתוקצבת לתיירות, במיסגרתה יוקם גוף יישומי משותף לסקטור

במסיבת עיתונאים שנערכה על ידי "התאחדות המלונות בישראל", הוצגה שנת 2005 כשנה חיובית לתיירות ולמלונאות בארץ: כ-18 אלף עובדים חדשים בתיירות, כ-2,300 מהם במלונות וגידול של 12% בלינות במלונות. התחזית ל-2006: 2.4 מיליון תיירים, 20 אלף עובדים נוספים בתיירות, כ-3,000 מהם במלונות וגידול של 9% בלינות במלונות.

בסוף שנת 2005 עמדה מצבת כוח האדם בתעשיית התיירות על כ-80 אלף, לעומת כ-62 אלף בשנת 2004 - גידול של 30%. בתעשיית המלונאות רשומים כ-28 אלף עובדים. נתונים אלה הוכנו בידי המחלקה הכלכלית של "התאחדות המלונות בישראל". מיספר הלינות במלונות גדל בשנת 2005 ב-12% לעומת 2004, והגיע ל-19.1 מיליון. במיספר לינות התיירים חל גידול של 42%, והגיע ל-6.8 מיליון, ובלילות הישראלים היתה יציבות - 12.3 מיליון. תיירות החוץ בשנת 2005 היתה 35% מכלל הלינות, לעומת שנת 2000 שבה תיירות

מלון נאה בישראל יפה

התאחדות המלונות בישראל, משרד התיירות והמועצה לישראל יפה החליטו לקיים תחרות "מלון נאה בישראל יפה", ובכך להגביר את המודעות לטיפוח ולאסטטיקה סביבתית, חזות, שיפור התנאים הפיזיים במלונות ומניעת ליכלוך סביבתי. במיסגרת התחרות ייבדקו גינון וחזות המלון, שירותים, משק ורווחה, איכות חיים וסביבה שילוט ותרומה לקהילה. בתחרות ישתתפו מלונות בכל הארץ הרשומים במישרד התיירות.

כוכבים

עמוד
2



פנינה אלעזר

ממלא מקום השף במלון "מג'יק נירוונה קלאב" בים המלח. היא סגן שף במלון. **מארק ספיבק** – מנהל אחזקה במלון "גולדן טולפי" בים המלח. היה מנהל אחזקה בבית החולים "סורוקה" בבאר שבע. **גאיה לוי אדם** – מנהלת קבוצות במלון "גולדן טולפי" בים המלח. היתה מזכירת המנכ"ל ומנהלת יחסי ציבור במלון "עינבר" בערד. **מיקי אבני מונה** לתפקיד מנכ"ל מלון "נהר הירדן" בטבריה. היה מנכ"ל מלון "הולדיי אין" בטבריה, סיים לימודי מלונאות באוניברסיטת חיפה.



יאיר אריאל

שאולי דור לתפקיד מנהל שיווק ומכירות במלונות "שלום פלאזה" בטבריה באילת, בנוה אילן ובאסינדה. בעל תואר בניהול מלונות. היה מנהל מזון ומשקאות במלון "דן תל אביב", מנכ"ל מלון "נהר הירדן" בטבריה ומלון "גולדן טולפי" בים המלח.



פיטר הייל

יאיר אריאל (40) מונה לתפקיד מנכ"ל מלון "חוף התמרים" בעכו, הכולל מלון, קאנטרי קלאב ומרכז כנסים ואירועים. בעל ותק של 16 שנה במלונאות. למד מלונאות משולבת ומינהל מלונאי בכיר. מוסמך מטעם משרד התיירות לניהול מלונות. ניהל את מלון "מג'יק פאלאס" באילת, היה מנכ"ל מלונות "קיסר" ו"מרינה קלאב" באילת ומילא תפקידים בכירים במלונות "הויאל ביץ'", "המלך שלמה" ו"ספורט" באילת, ומלון "קראון פלאזה" בתל אביב.

היה מנהל מלון "חופית" שבשי ציון ומנכ"ל בית ההארח "נס עמים". בעל תואר ראשון בלוגיסטיקה מאוניברסיטת בר אילן ותואר שני במינהל עסקים, MBA במלונאות ושיווק מאוניברסיטת משיגן. **רוני פל** (54) מונה שנית לתפקיד מנכ"ל מלון "המלך שלמה" בטבריה. ניהל בעבר את המלון הסקוטי בטבריה, מלון "כנען ספא" בצפת, מלון "מגדל חיפה" ומלון "אמריקה" באילת.

פנינה אלעזר שלו מונתה לתפקיד אחראית על יחסי הציבור של "התאחדות המלונות בישראל". היא בעלת משרד ליחסי ציבור "שלו תקשורת" וטיפלה בעבר במשך 6 שנים ביחסי הציבור של ההתאחדות. בעלת תואר שני בתקשורת מהאוניברסיטה העברית בירושלים וחברה שני ספרי ילדים. בשנים האחרונות ליוותה פוליטיקאים ולקוחות כלכליים וצרכניים ממיגזרים שונים. היא החליפה את גלית אינברט שסיימה את התקשורת עם התאחדות המלונות לצורך לימודים.

טל אלוני (48) מונה לתפקיד מנכ"ל "חמי טבריה", בעלות "מלונות אפריקה ישראל". בעל תואר שני במדעי המדינה ובמדיניות ציבורית מאוניברסיטת חיפה.

אירית גזית מונתה לתפקיד מנכ"ל מלון "הר ציון" בירושלים. בעלת תואר במלונאות מהטכניון ומאוניברסיטת חיפה ותואר בתקשורת ויחסי ציבור מאוניברסיטת UCLA בלוס אנג'לס. היתה מנהלת יחסי ציבור במלונות "פלאזה" בטבריה ו"לרום" בירושלים, ניהלה את מחלקת התרומות ויחסי ציבור בבית חולים "שערי צדק" בירושלים והיתה סמנכ"ל מלון "המלך דוד" בירושלים.

טלי גינוט (29) מונתה לתפקיד מנהלת מכירות ואירועים במלון "דיוויד אינטרקונטיננטל" בתל אביב. עובדת במלון משנת 1999. היתה מזכירת מכירות ואירועים ונציגת מכירות אירועים.

דוד אור מונה לתפקיד מנכ"ל מלון "כנרת ספא" בטבריה.

חשבון, בוגר החוג לחשבונאות במיכללה למינהל.

שלומי קורן (37) מונה לתפקיד מנכ"ל מלון "קיסר" בטבריה. בוגר אוניברסיטת "קורנל" בארצות הברית. היה סמנכ"ל ומנהל מזון ומשקאות במלון "הנסיכה" באילת במשך 9 שנים.

פיטר הייל מונה לתפקיד המנהל התיפעולי של מלון "דיוויד אינטרקונטיננטל" בתל אביב. בוגר בית הספר למלונאות "לרוש" בשווייץ. ב-12 השנים האחרונות מילא תפקידים ניהוליים שונים במלונות באילת: מנהל מזון ומשקאות במלון "הרוזס", מנכ"ל מלון "קיסר", מנכ"ל מלון "אמבסדור", ובשנים האחרונות היה מנכ"ל מלון "רויאל ביץ" באילת.

דונן ניסנבאום, המנכ"ל לשעבר של מלון "דיוויד אינטרקונטיננטל" בתל אביב, מונה לתפקיד המנהל האזורי בדרום מרכז ארצות הברית של רשת מלונות "אינטרקונטיננטל" בארצות הברית. הוא יהיה אחראי על מלונות הרשת באוסטין, בדאלאס, בניו-אורלינס וביוסטון, נוסף על תפקידו כמנכ"ל "אינטרקונטיננטל" באטלנטה.

מנויים ברשת "מלונות פתאל": **נימרוד אבוטבול** – מנהל אחזקה במלון "קלאב מד קוראל ביץ" באילת, נוסף על תפקידו כמנהל אחזקה במלון "מרדיאן" באילת. **דרור אמר** –



ינוש דמון

ינוש דמון, מנכ"ל איגוד מנהלי בתי מלון בישראל זה 18 שנים, מונה לתפקיד נוסף – מנכ"ל איגודת ידידי "תדמור" המונה כ-60 חברים. היה מנכ"ל IRH – "מלונות נופש ישראל" של חברת "הכשרת הישוב" ומנהל משרד עצמאי ליעוץ ושיווק מלונות.



דוד אור

מור זילברט (30) מונתה לתפקיד מנהלת מזון ומשקאות במלון "חוף התמרים" בעכו. בוגרת בית הספר למלונאות "דביר" במגמת מלונאות, בוגרת אוניברסיטת חיפה במינהל עסקים ובעלת הסמכה במינהל מלונאי בכיר. עבדה במחלקת האירועים של מלון "דן כרמל" בחיפה, היתה מנהלת אגף מזון ומשקאות במלון "דניאל" בהרליה ויועצת קולנירית בניו יורק. בעבר מילאה תפקידים אחדים במלון "חוף התמרים".

מינויים ברשת "קלאב הוטל": **עודד אסטרונונו** (37) – שף ראשי במלון "קלאב הוטל" באילת. היה שף תיפעולי במלון "רויאל ביץ" באילת. **עופרה סלע** (47) – סגנית מנהל רכש רשת. היתה מנהלת מכירות אזור אילת וים המלח של "יקבי ברקן". **שירה כהן** (28) – סגנית מנהלת כוח אדם במלונות "קלאב הוטל" ו"קלאב אין" באילת. מילאה תפקיד בניהול ובהקמה של מלון הספא בחמת גדר. **מאיר אליהו** (29) – סגן מנהל הכספים במלונות "קלאב הוטל" ו"קלאב אין" באילת. רואה

עם מונטפורט העניין סגור

מערכת הנעילה החכמה - SAFE LOCK SYSTEMS - SLS, היא שיא הקידמה הטכנולוגית ופתרון מושלם לכל מלון: איכות גבוהה, חיסכון בתיפעול, מיבחר אפשרויות, מחיר נוח.



כרטיס נעילה מגנטי



מנעול טביעת אצבע

הפעלה ידנית, מכנית או חשמלית (התאמה לשומרי שבת) • בריחי נחושת ולשוניות פלדה • תצורת שינוע גמישה • מערכת קידוד מותאמת להנפקה מהירה ופשוטה של כרטיסים חכמים.

התקשר לתאום פגישת הדגמה במשרדך - ללא כל התחייבות.



טלפון: 04-9571405 • פקס: 04-9570434
דואל: info@mqsn.net • אתר: www.mqsn.net.com

מלונאים

בטאון תעשיית המלונאות בישראל
ISSN 0793-6052

עורך ומפיק: יורם ברנע ■ עורכת מישנה: רומי גורדיסקי

המערכת:

ח.ד. 2154, נוה מונסון 60190 ■ barneay1@013.net
טלפון: 5-333333-5 [03] ■ פקס: 533-9154 [03]

Sheraton

Hilton

Ritz

Hyatt

Le Meridien

Holiday Inn

Concord

Carlton

Marriott

Renaissance



מזרני סילי וסימונס.

הבחירה של בתי המלון המובילים בעולם!

רוצה לגלות את הסוד הגדול של המלונות המובילים? את הסיבה הפשוטה שבגללה האורחים יוצאים מרוצים ותמיד חוזרים? שינה טובה על מזרנים איכותיים ומפנקים. רשתות בתי המלון המובילות בעולם - שרתון, הילטון, ריץ, קרלטון, היאט ועוד רשתות רבות נוספות ערכו השוואות, בדקו ובחרו כולם במזרנים הטובים בעולם - סימונס וסילי.

חברת מערכות שינה בינלאומיות בע"מ היא הזכינית הבלעדית לייצור ושוק של שני מותגי המזרנים הנבחרים - סימונס וסילי - בארץ. המפעל המתקדם של החברה, ישמח לייצר עבורכם מזרנים בהזמנה אישית, המותאמים לצרכיכם. החברה מקיימת קשר רציף עם מרכזי הפיתוח של חברות SIMMONS ו-SEALY בארה"ב, וכך מבטיחה שרמת המוצרים ממשיכה להתפתח ולהשתפר בהתאם להתפתחויות העדכניות בארה"ב. לכן הבחירה בחברת מערכות שינה בינלאומיות בע"מ, מבטיחה לכם את המזרנים האיכותיים, המתקדמים והנוחים ביותר בעולם.



סימונס. המזון הטוב ביותר בעולם!



מערכות שינה בינלאומיות בע"מ ת.ד. 248 כפר סבא 44102 טל: 09-7646363 | קלאסי גן, משווק מורשה בתי מלון 03-9610522

שמואל [סמו] פדרמן ז"ל. דברים לזיכרו

לאחר שנים רבות של הכרות עם סמו פדרמן ז"ל, שנים שבהן סייעתי לו כמיטב יכולתי בתוקף עשייתו המלונאית ובתוקף תפקידי בהתאחדות המלונות, אני מבקשת להביע את צערי העמוק על לכתו מאיתנו ולהקדיש לזכרו את העמוד הזה.

רומי גורודיסקי



רואה את הנולד

ביולי 1981, בראיון בעיתון "המלון", השכיל סמו פדרמן לגעת בנקודות המרכזיות של תעשיית המלונאות. הינה משפטים אחדים מדבריו:

- "ישראל עוד תהווה מוקד משיכה למיליוני תיירים בשנה, כמו יוון או ספרד..."
- "אין לנו עדיין מעמד זהה לתעשיות יצוא אחרות..."
- "אנחנו צריכים להאבק על כל דבר, וצריך לחנך את ההנהגה שלנו לשנות את התייחסותה למלונאות..."
- "הרושם הראשון שנוצר אצל התייר בהגיעו אלינו משפיע על גישתו אלינו בעתיד..."
- "המלונאות היא תעשייה עם משמעות ציונית במיוחד..."

באפריל 1976, כשכיהן כנשיא "התאחדות המלונות בישראל", פנה סמו פדרמן בקריאה לשר התיירות בעיקבות ביטול התמריצים למלונאות, תמריצים שקיימים בתעשיות יצוא. המחלוקת בין שר האוצר והתיירות שמנעה את המשך הסיבסוד, קוממה אותו והוא כתב לשר:

- "לא יתכן כי ענף שלם יהיה קורבן לחוסר יכולתם של שני משרדי ממשלה להגיע להסכמה בדבר מימוש זכויותיה של תעשיית המלונאות... זהו חוסר הבנה לערכו הכלכלי וחשיבותו של הענף למשק המדינה, ענף שמכניס מטבע זר בערך המוסף הגבוה ביותר..."

חילוקי הדעות בין "אל על" לבין התאחדות המלונות לא התחילו עכשיו עם בעיית השמיים הפתוחים. בגיליון דצמבר 1978 של בטאון "תעשיית התיירות", קבע שמואל פדרמן:

- "חברת "אל על" מונעת במודע את פרסום מחירי טיסות הקיץ מארצות הברית לישראל כדי לפגוע בפעילותם של מארגני טיסות השכר וכדי להכות כל מערך אפשרי של טיסות מוזלות..."
- "ניראה כי "אל על" מעדיפה את האינטרסים הצרים של החברה על פני האינטרס הלאומי של עידוד תיירות לישראל..."

בעיתון "תיירות ונופש" מנובמבר 1981, קבע סמו פדרמן:

- "אין סיכוי להפוך לספרד או ליוון שניה, אלא במיסגרת תוכנית ארוכת שנים..."
- "התיירות לארץ תצטרך להפוך לתיירות אקטיבית. נצטרך לתת לתייר חבילת נופש פעילה, ולא להסתפק בחדר, שלוש ארוחות ושמש..."

בפתיחת הוועידה הארצית של התאחדות המלונות בשנת 1964, אמר:

- "לנו, המלונאים, נועד תפקיד מיוחד במינו. אנחנו עוסקים באלמנט האנושי..."
- "היסוד של המלונאות הישראלית הוא שתחילתה ניראה כפנטזיה ובסופו של דבר הוכיח את עצמו..."

ביוני 1980, קבע סמו פדרמן בעיתון "תיירות ונופש":

- "ענף התיירות ניחן בכל הנתונים כדי להפוך לענף הכלכלי מיספר אחת של ישראל..."

הבנתו העמוקה בענף התיירות, רמתו המקצועית וקסמו האישי, הביאו לבחירתו לתפקיד נשיא התאחדות המלונות הבין-לאומית בקונגרס ה-26 שהתקיים בניו דלהי באוקטובר 1988. זו הייתה הפעם הראשונה והיחידה שמלונאי ישראלי ניבחר לתפקיד חשוב זה.

דרך גשר אלנבי, את חברי מועצת התאחדות המלונות הבין-לאומית, ובכך תרם תרומה מכרעת להסכם שהגיע לידי מימוש שנים לאחר מכן. במהלך ארבעים שנות פעילותו הנימרות והמוגנות בענף, כיהן סמו פדרמן כיושב ראש הנהלת "התאחדות המלונות בישראל", כנשיא ההתאחדות ואף כנשיא "התאחדות המלונות הבין-לאומית". לכל תפקידיו הביא עימו מצד אחד את התרבות המערב-אירופית ממנה ינקו שורשי, ומצד שני את הנוף הישראלי שלו. מעולם לא רדף כבוד ומנעמים של שלטון. הוא התנזר מן הפוליטיקה ולא נשא עיניו לכיבודים, יחד עם זאת, לא היה כמוהו להכניע, ברוב חן, חסד והומור, גם את הקשוחים שבפוליטיקאים ולנתב את יחמותיו, באמצעותם, לכיוון של עשייה לשמה, ללא עסקנות מיותרת תוך נקיין מובהק של דעת וכפיים.

עיבוד המלונאות

בשנת 1984 הוענק לסמו פדרמן "עיטור המלונאות" מטעם "התאחדות המלונות בישראל". הדברים שניכתבו עליו וניקראו במעמד הענקת העיטור, מעידים על האיש:

סמו פדרמן קבע את דפוסי ההתנהגות המקצועיים בתעשיית התיירות, יצק תוכן יהודי-אנושי בסיגנון האירוח וסלל נתיבים למהלכה של התיירות. בעל קסם אישי וכמיהה לעשייה, מוביל את תרבות האירוח, חלוץ המאבק למען הכרה בתיירות כתופעה בעלת ייחוד כלכלי ולאומי. הוא קבע את הטון וגם את המנגינה.

שניחן באורך רוח, בעקשנות, בכריזמה, ביוזמה, באמונה ובחוש הומור, רק הוא היה יכול להציב את התיירות בשלב הגבוה ביותר של סדר העדיפויות הלאומי. ראשי ממשלות, שרי אוצר, שרי תיירות ושאר נגידים, שרים ושועים - הלכו ובאו במהלך עשרות שנות פעילותו, ואילו הוא, ניצב כצוק איתן, משמש חלוץ מתמיד במאבק הבלתי נלאה להכרה בתיירות כתופעה בעלת חשיבות כלכלית ולאומית ממדרגה ראשונה. סמו פדרמן השכיל להבין כי תעשיית התיירות היא גורם ראשוני ובסיסי בכלכלה בריאה של כל מדינה נאורה, על אחת כמה וכמה בכלכלתה של מדינה בהתהוות, השואפת לעצמאות כלכלית. הוא ידע כי ההכנסות מן התיירות עשויות לשפר, באופן מיידי ובטוחים קצרים, את מאזן התשלומים של המשק הישראלי. הוא חזה כי התיירות הנבונה תוכל ליישב אזורים נידחים בארץ, לספק מקומות עבודה לאלפי בני אדם, לסייע לקשר החיוני עם יהדות התפוצות ולקדם, הלכה למעשה, את ההסברה ויחסי הציבור של ישראל היפה, זו המאירה את פניה לתייר.

אבל יותר מכל הבריקה עשייתו של סמו פדרמן, בשיאה, בחיבור שהשכיל לעשות בין ענף התיירות לבין קידום השלום באזורנו. סמו הבין את הפוטנציאל האדיר הטמון בעידוד ובטיפוח התיירות ההדדית בינינו לבין שכנינו והפך בפועל לגשר לשלום. הוא היה הסנדק של הסכם התיירות עם מצרים לאחר חתימת הסכם השלום עימה ואף הקדים את זמנו בכך שכבר ב-1982, עוד הרבה בטרם נחתם הסכם השלום עם ירדן, טרח והביא לכאן,

כל אדם ההולך מעימנו, מותיר אחריו תמיד חלל ריק בעולמם ובלבבותיהם של בני משפחתו, אהביו ואהוביו. סמו פדרמן השאיר אחריו מצד אחד מקום שהרבה פחות נעים לחיות בו - משום שהוא עצמו אינו נימצא בו עוד, אבל בעת ובעונה אחת הותיר לנו עולם טוב, מתקדם ונכון יותר. הוא הותיר אחריו שובל של חוכמה ותנופת עשייה שהניבו פירות רבים, אישיים ולאומיים גם יחד. תולדותיו של סמו פדרמן רצופים פעילות ציבורית - כבר כנער, בתנועות הנוער החלוציות ובאירגוני העלייה הבלתי ליגלית לישראל עוד בטרם קום המדינה. הוא הגיע ארצה בשנת 1944, על מנת לפתוח כאן פרק נוסף של חיים חדשים. המשפחה פונה לענף המלונאות ומקימה בתל אביב הקטנה מלון ששימש מקום מופש לאנשי רוח, לפקידיו שלטון, למנהיגי המדינה שבדרך ולאורחים מארצות חוץ. עד מהרה, ברוב חזון, כישרון ומעשה, מניחה משפחת פדרמן בלב העיר העברית הראשונה אבן פינה לא רק לרשת מלונות מפוארת אלא לתרבות שלמה של מלונאות, תיירות ואירוח. סמו פדרמן הפך במהלך הקמתה ושנות קיומה של המדינה, לנושא נס התיירות בישראל. הוא קבע את דפוסי ההתנהגות המקצועיים של תעשיית התיירות, יצק תוכן יהודי וישראלי אל סיגנון האירוח שהצמיחה התעשייה הזאת וסלל נתיבים אל פסגות של מצוינות, שמתחרה כיום, בכבוד רב, עם מיטב התיירות העולמית. במשק כלכלי מתהווה, סוער ומתלבט, חסר כל מסורת ותבניות של עשייה, מיסחר ופעילות תיירותית ממוסדת, רק איש כמו סמו פדרמן,

שירו הנוגע ללב של המשורר אברהם חלפי, מתאים מאין כמוהו לתאור תחושת האובדן:

ציירתי לי מלכות שמיים - בירוק
לזכר כל מת

והם שומעים אותי קורא בשמם
ומשיבים לי בחיוך פנים.

עצוב בלעדיהם בחדרים
שבם השאירו את הדי קולם.

אני נותן להם חיים -
לכל מת

והם חיים אותם שנית
וגם לנצח.

אבל עצוב בלעדיהם בחדרים.

נשיא ההתאחדות: ברכותיי על הגדלת ההיצע בקו ישראל - גרמניה



במיכתב אל ראש מינהל התעופה אודי זוהר, עם העתקים לשר התיירות ולשר התחבורה, מביע נשיא "התאחדות המלונות בישראל" אבי אלה את שביעות רצונו על הגדלת ההיצע בקו הטיסות ישראל - גרמניה, אשר תיעל את הקשר התיירותי בין המדינות.

"התאחדות המלונות מאמינה כי מדיניות תעופה תחרותית וליברלית תוביל לעליה ניכרת בביקושים לישראל כיעד תיירותי, ובמקרה זה לעלייה בביקושים מגרמניה, שהינה ארץ יעד תיירותית מהחשובות בעולם", כותב אבי אלה.

לפני שנות המשבר בתיירות היוותה גרמניה את המקור השני בגודלו בעולם לתיירות ניכנסת עם 300,000 תיירים בשנה. בעיקבות שנות המשבר ירדה מאוד תנועת התיירות מגרמניה לישראל ובשנה החולפת הגיעה ל- 60,000 תיירים בלבד. הנחת העבודה של ההתאחדות היא שהגדלת ההיצע בטיסות תוביל לגידול מיידי בהיקף

של 25% בתנועת התיירות הקבוצתית מגרמניה, אשר מהווה כמחצית מתנועת התיירות לישראל מארץ זאת, ובטווח הרחוק יותר לגידול כלל תנועת התיירות מגרמניה.

"כולנו תקווה", מסיים אבי אלה את מיכתבו, "כי זהו צעד ראשון לקראת הרחבת ההסכמים עם כל מדינות אירופה לתועלת תעשיית התיירות, המשק הישראלי וכלל אזרחי המדינה.

יש לך חומר למדור כוכבים?

אתם מוזמנים להצטרף לבתי המלון המובילים בארץ ולהעניק לאורחים שלכם שינה של 5 כוכבים. אצלנו תמצאו פתרונות כוללים לחדרי השינה וללובי: מגוון מזרחי בריאות, מיטות מתכווננות ומערכות ריהוט עם המרכז הבריאותי של עמינה.

חזאל
ספה חלה משגבת משוגבת עם סגנון קב-על איחודי גמי מסרני קפיצים אינטגרליים והאפסנת בקלות. למינה זמינת הנחת להפרידה.

KING KOIL-Celebrity
בסיס מינה קפיצי מודרני מסודרת King Koil הכולל מערכת קפיצי פרויקט איכותיים לחיבה משלמות מתוח בשיעור מופתי ענין להלשאות.

HEAVY DUTY
מיקה מתקפלת בעלת מודן קפיצים משולב, נוחה במיוחד כואדם שלישי בחדר.

סיישל חד מושבי
ספידר נופלת נענוק ספדת אפסנת בעלת משטח שנה קפיצי אורגניקי ומשטח בקלות לניטה אסמורת לנאוב דלת מוצפת אקו.

עמינה
המזון היחיד עם המרכז הבריאותי

King Koil. Serta

המחלקה הבריאותי ונאנשי המכשור המיומנים של עמינה ייצרו עבורך מצרים איכותיים לפי המפרט שאותה תיקבע. לתאום פגישה: מל מוסדות ובתי מלון עמינה נל צבי: טל' 9274760, 9274777, 9274821. פקס' 9274760

שר התיירות החליט על מתן סיוע למלונאי נתניה

שר התיירות אברהם הירשזון החליט על מתן סיוע למלונאים בנתניה. ההחלטה התקבלה בהמשך לפגישה שהתקיימה בין מנכ"ל משרד התיירות אלי כהן ונציגי משרד התיירות, לבין נציגי המלונאים בנתניה, שנועדה לבחון אפשרויות סיוע למלונאי העיר. בהתאם להחלטת השר, יסייע משרד התיירות למלונאים בנתניה במספר דרכים: קידום החלטת ממשלה שתכיר בנתניה כאזור מיוחד לצורך שיופץ מלונות, סיוע מיוחד של 50,000 שקל לצורך הכשרת מאבטחים למלונות בעיר, הפרדת נתניה כמרחב תיירותי החל משנת 2006, שיווק נתניה לתיירות ניכנסת בקרב הקהל הרוסי והגרמני וכן שיווק העיר לתיירות פנים בשיתוף עם עיריית נתניה ועמותות התיירות. בנוסף, משרד התיירות יהיה מוכן לממן מחצית מחלקם של המלונאים בפעולות השיווק בתנאי שהמחצית השנייה תמומן על ידי העירייה.

משרד התיירות השקיע כ-5 מיליון שקל בשנת 2005 בפיתוח תשתיות בנתניה, לרבות מעלית חוף וטיילת חוף ניצה, וצפוי להשקיע 6 מיליון שקל נוספים בשנת 2006. המשרד גם מסייע להפיכת מיתחם השוק העירוני למיתחם תיירות. מנתוני משרד התיירות עולה, כי בשנת 2005 נירשמה עליה של 10% במיספר הלינות בנתניה לעומת 2004. סך כל הלינות ב-2005 יסתכם בכ-500 אלף.

התאחדות המלונות בישראל אבלה על מותו של סמו פדרמן ז"ל

מחלוצי המלונאות במדינת ישראל ומהתורמים לביסוס מעמדה בעולם. המייסד והנשיא הראשון של התאחדות המלונות בישראל ונשיא התאחדות המלונות הבין-לאומית.

ומשתתפת בצער המשפחה

התאחדות המלונות בישראל אבלה ומרכינה ראש על כפירתו בשיבה טובה של סלו שרף ז"ל

אשר תרם במשך שנים רבות לקידום התיירות והמלונאות בישראל. מייסד ויו"ר טראבקס.

תנחומינו למשפחה

המלונות הטובים ביותר בחרו במזרנים הטובים ביותר!

רשת מלונות ישרוטל * רשת מלונות דן * רשת מלונות אפריקה ישראל * רשת מלונות רמזנים * רשת מלונות פתאל * דיוויד אינטר קונטיננטל * ברמל * רשת קלאב הוטל * רשת מלונות קיסר * רשת שרתון מוריה * רשת אטלס * רשת מלונות פרמה * רשת אקור כלל * רשת מריט * הילטון ת"א * מלון הנסיכה אילת * רשת מלונות אילת אק * הילטון מלכת שבא אילת * גנים * דניאל שימאן - הרצליה * לטג, דוד, ניווינה ים המלח * כנען ספא * רנסנס - יחשלים, ת"א * קרלטן - נהריה, ת"א * נובטל, חזאל - ים המלח * קלאב הוטל - לוטרקיון * פוחם, גלרט, מבוטל - בורפישט * בתי הארחה ומלונות בקיבוצים * מלון ורלן - פתח * מלון אופרה רומניה * מלון מוקסה רומניה * מלון ונציה רומניה * מלון סנטרל רומניה

מלון חוף התמרים בעכו החל בשיפוץ נרחבים



קומפלקס "חוף התמרים" בעכו עורך בחודשים אלה שיפוץ נרחב בחלקים השונים של המלון, ביניהם הקאנטרי קלאב ואולמות הכנסים והאירועים של המלון. ההשקעה הכוללת בפרוייקטים היא כ-2.5 מיליון דולר.

"במיתחם הקאנטרי זהו השלב הראשון לקראת בנייה של חדר כושר מהמובילים בארץ, שיוקם במהלך שנת 2006 על גג הקאנטרי וישקיף לים", מסר מנכ"ל מלון חוף התמרים יאיר אריאל. "עד סוף שנת 2006 יפעל חדר הכושר המוביל והמתקדם ביותר באזור הצפון ובין המובילים בארץ. אורחינו יוכלו להנות מהנוף הגלילי ומעכו העתיקה תוך שימוש במיתקנים מתקדמים במלון".

בנוסף שופצה קפיטריית הקאנטרי שאורחיה יוכלו להנות מנוף חוף הים הפרטי של המלון ומהשמש גם בימי החורף, וחדרי העיסויים שיעוצבו מחדש יהפכו לספא מתקדם.

עוד מתכוונים בקאנטרי "חוף התמרים" לשפץ ולעצב מחדש את אולם ההתעמלות הענקי, ולהתקין בו את ריצפת הספורט הטובה בעולם המשמשת את הסטודיאום המובילים. אולם ההתעמלות משמש את מנויי הקאנטרי במיגוון רחב של חוגים. במקביל יחלו במלון בשיפוץ אולמות האירועים והכנסים ובניית תוספת של עשרה חדרי חדשים וסוויטות בקומה השביעית, כולל מעלית אורחים פנורמית חדשה הצופה אל הים. לאחרונה נימכר חלקה של משפחת שרף למשפחת אולשביצקי, אחרי 34 שנים של בעלות וניהול משותפים.

עמוד 15
אל תסתכל בקוקן

הפחתת מיסוי מוניציפאלי ומקרקעין
טלפון: 03-5376644 פקס: 03-5373617
המסגר 38, תל אביב 67211
www.arnona-nihul.co.il

ספא יוקרתי במלון קלאב הוטל טבריה



רשת מלונות "קלאב הוטל" מתחילה בשיפוץ כולל של מלון "קלאב הוטל" טבריה. במסגרת השיפוץ ישודרגו חדרי המלון והשטחים הציבוריים ויושק ספא יוקרתי חדש בהשקעה כוללת של כ-3.5 מיליון שקל.

מנכ"ל רשת "קלאב הוטל" רוני פיבקו, מוסר כי מידי שנה הרשת מקצה משאבים לשיפוץ ולשידורג החדרים והשטחים הציבוריים במלונותיה. בשנה שחלפה שופץ מלון "קלאב הוטל" אילת והשנה מתבצע השיפוץ בטבריה. השיפוץ יכלול החלפה ושידורג של הריהוט והציוד בשטחים הפנימיים והחיצוניים במלון ויושק גם ספא יוקרתי חדש אשר עד כה לא היה במלון. הספא החדש יעמוד בסטנדרטים גבוהים מאוד הן ברמת הטיפול והן ברמת המטפלים, על מנת להעניק לאורחים חבילת נופש ופינוק מושלמת. השיפוץ במלון "קלאב הוטל" טבריה יכלול החלפה ושידורג של הריהוט הפנימי והחיצוני של המלון, החלפת שטיחים בחדרי המלון ובשטחים הציבוריים, צביעת החדרים והחלפת מיטות השיזוף באזורי

פנים חדשות בסקול

מועדון "סקול בין-לאומי תל אביב" ערך בחירות לוועד, בעקבותיהן השתנתה כל הנהלת המועדון. לתפקיד נשיא המועדון ניבחר שמעון דנאי, הבעלים של חברת "אופרן", ובין חברי הוועד – מנכ"ל "התאחדות המלונות בישראל" אבי רוזנטל.

מועדון "סקול" הוא מועדון חברים לבכירים בענף התיירות, וייעודו להפגיש בין מנהלים בענף, לקיים מיפגשים מקצועיים ולפתח קשרי עסקים בין החברים.

עמוד 13
אסיפת האיגוד

החברה המובילה בישראל למחשוב בתי מלון, כפרי נופש ואתרי אירוח מותאמת במיוחד לשוק הישראלי כולל תמיכה מלאה בעברית

טובה פינטו מונתה למנכ"לית התאחדות המלונות בישראל



טובה פינטו, אשר שימשה עד לאחרונה ראש המשלחת למרכז אירופה מטעם הסוכנות היהודית, מונתה למנכ"לית התאחדות המלונות בישראל, במקום אבי רוזנטל שעוזב את התפקיד אחרי 13 שנה.

כמנכ"לית התאחדות המלונות בישראל, המאגדת כ-350 מלונות בארץ, תהיה פינטו אחראית על פעילות לקידום, לפיתוח ולהרחבה של תעשיית התיירות והמלונאות בישראל. התאחדות המלונות גם עוסקת בהעלאת הרמה המקצועית של המלונות, בסיוע למלונות בענייני מס, אשראי, מכס, חקיקה, ייעוץ כלכלי וסיוע ממשלתי, בהסדרת ענייני עבודה במלונות, בהכשרת כח אדם, בחינוך מקצועי, בקשר עם האקדמיה וכיו"ב. על כל אלה תהיה פינטו אחראית במסגרת תפקידה החדש.

לטובה פינטו תואר ראשון בכלכלה מאוניברסיטת בן גוריון, תואר שני במנהל עסקים מהאוניברסיטה העברית, ובנוסף היא מחזיקה תואר במשפטים מהמרכז הבינתחומי

בהרצליה. מאז 1997 מילאה תפקידים שונים בסוכנות היהודית, האחרון שבהם, כאמור, ניהול המשלחת למרכז אירופה. לפני כן שימשה מנכ"ל תכנון ותקצוב של הסוכנות היהודית וההסתדרות הציונית העולמית. בעבר עבדה באגף התקציבים באוצר ושימשה רכות צוות חקלאות וכן באגף מטבע החוץ באוצר.

200 אלף דולר - יש "לה רג'אנס" חדשה



מסעדת הגריל החדשה "לה רג'אנס" במלון "דן תל אביב", נפתחה מחדש אחרי ששופצה בעלות של 200 אלף דולר. מנכ"ל המלון יעקב סודרי מסביר כי בעיקבות ההתאוששות במצב הביטחוני והכלכלי שבאה לידי ביטוי גם בענף התיירות, הוחלט במלון "דן תל אביב" לבצע במסעדה ובמיטבח שיפוץ יסודי ולהציע אותה כמסעדת גורמה גם לשומרי כשרות. במסעדה 100 מקומות ישיבה, אזור נפרד ל-16 אורחים והיא משקיפה לחוף הים.

השף הראשי של המסעדה עובד אלפיה שילב בעבודה את השפית הצעירה אלינור לוי, והם יוצרים

תפריט גריל שמדגיש את המיטבח העכשווי הישראלי עם השפעת המיטבח הים תיכוני. לאורחי המיסעדה מוגשות טעימות של שתי מנות ראשונות, והתפריט כולל מרקים, סלטים, מנות בשר ומנות דג. המנות העיקריות מורכבות מבשרים מיושנים ודגי ים טריים, חזה עוף בציפוי קרוטוני לחם וחרדל, המבורגר עם חזה אווז פריך, סטייק אנטריקוט, ניו יורק סירליון, פילה בקר, צלע עגל חלב, ספריס טלה, שיפודי קרב טלה, טונה אדומה ומנת דג היום. בנוסף – המיסעדה מגישה גם מנות צמחוניות ותוספות מגוונות.



קבוצת מלם, **לנצח**

קבוצת מלם מובילה את מערכות השכר החדישות בענף המלונאות

פתרון אינטגרטיבי מלא למערכת השכר הארגונית

לחטיבת מערכות שכר ומשאבי אנוש בקבוצת מלם 55 שנות ניסיון בהפקת תלושי שכר. מידי חודש מנהלת החטיבה מעל ל-500,000 תיקי שכר. כחלק מדרכה של קבוצת מלם, חטיבת מערכות שכר ומשאבי אנוש מובילה קו אסטרטגי של ניהול משאבי אנוש באמצעות מערכת מידע אינטגרטיביות בחזית הטכנולוגיה. שילוב בין טכנולוגיה לאינטגרציה שמאפשר לארגון ולעובד לבצע ולנהל פעילות מקיפה בנושא המשאב האנושי באמצעות ה-WEB. למלם פתרון ייחודי ומובנה לשעון הנוכחות ולעבודה במשמרות בבתי מלון.

בין לקוחותינו: רשת מלונות פתאל, רשת מלונות קלאב הוטל, הסקטור העסקי, כלל משרדי הממשלה, רשויות מקומיות, חברות ממשלתיות, הסקטור העסקי ומוסדות בריאות.



קבוצת מלם

חטיבת מערכות שכר ומשאבי אנוש

לפרטים:
חטיבת שיווק ומכירות
טל. 03-5312111
פקס. 03-5312366
www.malam.com

לת"יירות אין גבולות

ראיון עם סגן נשיא ההתאחדות אלי גונן

ההתאוששות בתעשיית התיירות, התאוששות שהמלונאים ציפו לה זמן רב, מפנה את הזרקור אל המלונאים, המלונות ומה שביניהם. אלי גונן שם את האצבע על הבעיות, המאווים, הפתרונות וההשלכות.



אנחנו פשוט צריכים כאן יותר תיירים, ואם הממשלה תעשה בעניין זה את מה שמוטל עליה – יהיו כאן הרבה יותר מועסקים. אנחנו מחפשים מיגוון רחב של מקצועות – מנהלים, אנשי שיווק, אנשי מכירות וגם מלצרים, טבחים, שוטפי כלים וחדרניות. יש לנו תשובה לכל המקצועות, ועל הממשלה לקבל את ההחלטות המתבקשות ולעשות מה שצריך.

רשות השיווק תשפיע על הממשלה?

רשות השיווק היא כלי. הממשלה צריכה לקבל החלטה באופן מודע שהיא שמה את התיירות במקום הראוי. כיום – הענף כולו, ובמיוחד התאחדות המלונות, עושה מאמצים גדולים להעביר בכל פורום אפשרי את עקרונות המודל האירי. אנשי ההתאחדות עוברים ממיפלה למיפלה כדי להציג את המודל, כדי שהמיפלה תיתן ביטוי לנושא התיירות. כך גם ניפגשים ברמה הציבורית עם קובעי מדיניות ומנסים להשפיע.

השמיים הפתוחים ניכללים בטיפול?

חלק מהמודל האירי הוא מודל שלוקח בחשבון את כל המיכלול של עולם התיירות, והנושא של מדיניות התעופה היא חלק ממנו. אצלנו התעופה היא מרכיב דומיננטי לצד פיתוח של שיווק תיירות, כי אנחנו נקודת קצה. רוב התיירים מגיעים אלינו בדרך האוויר, ולכן פתרונות תעופה נכונים הם קריטיים לקידום התיירות לישראל. המדינה שלנו הולכת קצת ברטור, כי כבר ב-1995 ממלכת ישראל קיבלה החלטות ברורות על מדיניות תעופה הרבה יותר גמישה. למעשה, אין בעולם מדיניות של שמיים פתוחים, גם לא בארצות הברית. יש כללי מישחק ולא כל מי שרוצה טס. אבל אין בעולם מקרה שחברת תעופה אחת מכתובה את הכללים. אין לי שום טענה כלפי "אל על" – היא עושה את המילחמה שלה כמו שכל אחד אחר במקומה היה

עושה. הטענות שלי הן כלפי הממשלה שלא מקבלת החלטות שיאפשרו שמיים גמישים, כך שיותר חברות יוכלו לטוס כאן. אני מתכוון למדיניות עקרונית הרבה יותר גמישה, שנותנת אפשרויות אחרות למדיניות התעופה. אני מקווה שהממשלה תקבל בהקדם את ההחלטות הנכונות.

אתה רואה תועלת בהרחבת קווי טיסה?

השוק האמריקני הוא הגדול ביותר מבין השווקים שמגיעים לישראל. אם אין קווי תעופה טובים – פשוט לא יגיעו תיירים. אם אין מקומות במטוסים, לא יגיעו תיירים – וזה קורה. מדיניות תעופה נכונה תאפשר ליותר חברות להגיע הנה וכך כל מי שמעוניין להגיע לישראל יוכל לעשות זאת. לא המחיר הוא המניע כאן, אלא אפשרות ההגעה. אני לא נילחם על מדיניות תעופה כדי להוריד מחירים אלא כדי לאפשר ליותר חברות להגיע הנה, כדי שכל מי שרוצה – ייכנס. המחיר לא משנה כאן כי אנחנו פועלים בכלכלה חופשית. אותי מטרידה בעיית החסמים. אנשים רוצים לבוא לישראל לאוו-דווקא לנופש שבו מחפשים את המחיר הזול ביותר, אלא לבקר לפחות פעם בחיים ולראות את מה שיש לנו להציע מבחינה דתית והיסטורית, נוסף על יתר היתרונות שיש כאן – אקלים, נופים ואתרי תיירות. את זה אף אחד לא יקח לנו. בשום סקר לא עלה שלא באים לכאן בגלל המחיר – לא באים בגלל בעיות ביטחון ובגלל מצב פוליטי לא יציב. אבל כשהמצב משתפר, כמו עכשיו, אסור לתת לחסמים למנוע את ההגעה.

מה התחזית שלך ל-2006?

הסימנים טובים מאוד. מצד אחד, תיירים רוצים לחזור הנה אבל זה לוקח קצת זמן – כי רוצים לראות שחל כאן שינוי משמעותי ושהאווירה אחרת. מצד שני – העולם התרגל לאירועי טרור והם משפיעים פחות על התיירות והתגובות הולכות ומתקצרות. עד שהתיירות העולמית חזרה לתפקד אחרי מילחמת המפרץ חלפו שנתיים, אחרי הפגיעה במגדלי התאומים התיירות חזרה כעבור שנה, אחרי הפיגוע בלונדון חלפו רק חודשיים עד שהמצב חזר לקדמותו – אנשים מתרגלים. יש לנו עכשיו תגובות חיוביות: הסוכנים מגיעים ויש יותר מכירות, אבל אני לוקח הכל במשורה. עדיין מחכים לראות מה יקרה פה. קאסם פה וקאסם שם לא ישפיעו אל התיירות אבל להתחממות בגבול הצפון יכולה להיות השפעה שלילית.

האם תוצאות הבחירות ברשות הפלשתינאית יכולות להשפיע?

אם החמאס יזכה בבחירות* ולא יהיה ברור אם יתקיימו או לא יתקיימו שיחות ואם יחזרו הפיגועים – זה יכול להשפיע. כל החברות, כולל חברות הצ'רט, רוצות להגיע הנה, אבל זה לוקח זמן להתאים מחדש את תנועת התיירות. שר התיירות מדבר על

אתה רואה סיכוי לחבילות תיירות משותפות עם מצרים, ירדן והפלשתינים?

כן, כי לתיירות אין גבולות – התיירות היא הגשר לשלום. אני לא בטוח שאפשר לארגן חבילות משותפות עם כולם – אבל יש כבר חבילות משותפות לישראל ולירדן, לישראל ולמצרים. חבילה משותפת לישראל, לירדן ולפלשתינאים תהיה מאד, כי גם בית לחם היא יעד חשוב. אני חושב שהתיירות נותנת את התשובה הטובה ביותר לכל המדינות. יש כאלה שמבקרים את החשיבה של אחדים ממקבלי ההחלטות לארגן חבילות משותפות, שמא זה יהיה על חשבוננו. אבל יש מסר חשוב מאוד לחבילות תיירות משותפות שלנו עם מצרים, עם ירדן ועם הרשות הפלשתינית. הכל תלוי בגישה של הממשלה. הממשלה צריכה להחליט שהתיירות היא נושא מרכזי ולהביא אותה להתייחסות כמו שהייתה בימי של עוזי ברעם כשר תיירות מעורבות הממשלה בתיירות צריכה להיות בתמיכת משרד האוצר, ואני חושב שהנפשות הפועלות היום הן בדרך הנכונה. כדאי, כי יש דברים נהדרים בעוצמה הכלכלית של התיירות מבחינת כלכלה, תעסוקה והכנסה למשק. צריך לזכור גם שמקום שיוצר אוטונומי לא יכול להיות יעד תיירות – כפי שקרה בתקופת האפרטהייד בדרום אפריקה למרות היותה ארץ תיירות. אחרי ההתנתקות עברנו את שלב הגינוי, יש לנו מה להציע ואנחנו ניראים בעולם הרבה יותר טוב. חזרת התיירות מתבטאת במנוחים של כלכלה, הכנסה לנפש ותעסוקה, ועם כל הכבוד להי-טק ולתעשיות אחרות, אין אף תעשייה שיכולה לתת תשובות כל כך מהירות וטובות וכל כך חזקות. אני מקווה שהמיפלות יאמצו את הגישה שתתיירות היא נושא מוביל, ומיפלה שתרכיב את הממשלה גם תממש זאת.

* הראיון התקיים חודש לפני הבחירות ברשות הפלשתינאית.

איך אפשר למנף את ההתאוששות בתיירות?

לא צריך להמציא שום דבר. מאז שעמדתי על דעתי התיירותית, לפני עשר שנים, וראיתי מה קורה בעולם – אני בטוח שצריך להקים רשות שיווק לאומית לתיירות, כי זוהי הדרך הנכונה לשווק את מדינת ישראל. בכל העולם יש רשות משותפת לסקטור הפרטי והממשלתי, שתפקידה לשווק את התיירות למדינה. זה קיים באנגליה ובקנדה, באוסטרליה ובצרפת, באירלנד ובתורכיה. הגיע הזמן שגם פה תפעל רשות שיווק כזאת אשר ביכולתה לחולל שינוי משמעותי. המדינה צריכה לסלול את הפלטפורמה שעל גבה יפעל הסקטור הפרטי והשילוב בין השניים הוא מתכון להצלחה. נקודת התורפה היא שאם השר לא מרגיש שרשות השיווק היא חלק אינטגרלי ממשרדו – עשויה להיפתח מילחמת תקציבים.

אני מציע שתתקבל החלטת ממשלה שתקציב שיווק התיירות יהיה אחוז מסוים ממחזור ההכנסות מהתיירות, ואז התקציב שייקבע יהיה קבוע ולא נתון לתנודות. בראש הרשות צריכים לעמוד גורמים מקצועיים, דווקא עכשיו – כשהנהגת משרד התיירות חזקה ועושה עבודה טובה, יש להקים את רשות השיווק הלאומית לתיירות.

מי צריך לעמוד בראש ועדה כזאת?

שר התיירות צריך למנות את ראש הרשות וזה יכול להיות השר עצמו או המנכ"ל. החלוקה בין הסקטור הפרטי לציבורי בוועדה צריכה להיות כזאת שהשר ממנה את היו"ר ואנשי הסקטור הפרטי ממליצים על המסגרות. זאת צריכה להיות רשות שלא עובדת לפי אמות מידה ממשלתיות, אלא תפעל באופן עצמאי תוך הבנה שבראשה עומד שר, והוועד המנהל קובע את המדיניות. כשלוועד המנהל יש גב ממשלתי ושיתוף פעולה עם הסקטור הפרטי – סביר להניח שרשות כזאת תגיע להישגים. צריך לזכור שמן הסקטור הפרטי יהיו נציגים של כל העוסקים בתחום – מלונאים, סיטונאים ואחרים.

אך זה יפעל באופן מעשי?

בעצם, כמו שזה פועל היום: לקבוע את ארצות היעד, לקבוע את הסגמנטים שצריך להגיע אליהם, לקבוע את שיטות השיווק ואת דרכי הפרסום. צריך להגיע לביצוע יותר סינכרוני בין הסקטור הפרטי לסקטור הציבורי, ולהבטיח שיתוף פעולה בין כולם. השילוב הוא החלק המשמעותי ולכן חייבים לעבוד ביחד. למשל, אין טעם שהסקטור הממשלתי יפעל בסין כשהסקטור הפרטי לא מגיע לשם. לכל צד יש צרכים ומינוחים. שכשאנשי משרד התיירות פותחים שווקים חדשים כחלק מתחומי האחריות שלהם זה בסדר, אבל אז הם צריכים לוודא שהסקטור הפרטי – סוכנים, סיטונאים או מלונאים – יגיעו לאותם שווקים. על הממשלה לקבוע את המדינה כמדינת תיירות בתודעת הציבור, אבל היא איננה מוכרת.

אתה צופה הצלחה לרעיון?

אם אני מסתמך על העולם – אז כן. לא צריכה להיות בזה שום בעייה – אפשר לעשות ולהצליח. אם אירלנד הצליחה אין סיבה שגם אנחנו לא נצליח. חיפשנו מודל שאפשר להסתמך עליו, ואירלנד היא מודל מתאים. האווירה, הפיגועים, סדר הגודל דומה, תיירות הפנים מאנגליה שדומה לתיירות הפנים שלנו, הכל מזכיר את מדינת ישראל. שם נפלה החלטה שהתיירות היא משאב לאומי וצריך לשים אותה בראש סדר העדיפויות עם אמונה שיש לעשות עם התיירות משהו אחר. תורכיה, למשל, עלתה תוך חמש-עשרה שנה ממיליון וחצי תיירים ל-21.5 מיליון. זהו גידול עצום שמוכיח שאם מדינה מחליטה לשים דגש על תיירות – זה מביא לתוצאות. אני מקווה שהממשלה שלנו לא תפספס את השקט היחסי שיש באזור ואת המגמות החיוביות, כדי להביא את התיירות לשיאים חדשים. כל המיפלות, במיוחד לקראת הבחירות, מדברות על תעסוקה ומתעלמות מן העובדה שתעשיית התיירות יכולה לתת את התשובה הכי מהירה לבעייה, עם פתרונות תעסוקה פרוסים בכל הארץ.

עולם מישתנה

שיווק ישיר וערוצי הפצה ברשת האינטרנט

מלונות בארה"ב קיבלו בשנת 2005 כ-30% מהזמנות החדרים דרך רשת האינטרנט. האם סוכני נסיעות מקוונים משתלטים על שוק הזמנות הבודדים?

- מהנדרה ס' רת'ור -

ולמרות זאת יצטרכו סיוטונאים למצוא דרכים לשמור על עסקיהם. הם יצטרכו להתרכז יותר במכירת חבילות דינאמיות הכוללות: חדר, כרטיס טיסה והשכרת רכב, שיספקו לא רק את הסוכנים אלא גם את הספקים. הסוכנים יתרכזו יותר בנוחות ונגישות של התוכן המקוון של אתרי הבית שלהם ובמציאת מידע על העיסקות והזמנות.

אתרים כמו "Hotwire, trip.com, travelocity, expedia" מציעים עכשיו נוחות רבה יותר ותשלומים דרך כרטיס אשראי. האתרים הרבה יותר ידידותיים למשתמש, קלים יותר לניווט, להזמנת חדרים ולמציאת שירותים מעולים בעיסקות חבילה. יותר חברות מתרכזות בחוויה, בחופשות משפחתיות, בתמריצים עסקיים ובנוחות ברכישת כל הדרוש לחופשה.

דעיכה הדרגתית במודל ההפצה המסורתית:

המגמה הגוברת של הזמנות דרך האינטרנט מהווה בעיה לסוכנים אשר מקבלים פחות הזמנות ופחות עמלות. עד עכשיו, סוכנים קיבלו כ-10% עמלה, אך בעתיד סכום זה יפחת משמעותית. סוכני נסיעות ימשיכו לארגן קבוצות ולקוחות אקראיים, אולם חלקם יפחת וכך גם עמלתם. התחזיות מצביעות על כך שעד שנת 2010 תצטמצם עמלת התיווך של סוכני נסיעות מ-10% ל-5%.

מודל מכירות:

הנחות סוחרים וסיוטונאים גבוהות פי 2-3 מהמקובל. המשך המגמה יצמצם את ההנחות האלה בהשוואה לרמות הנוכחיות,

מגמות משתנות:

זו כבר עובדה ידועה שפרסום באינטרנט הוא השיטה הזולה והנגישה ביותר לציבור בסביבה המורכבת והתחרותית כיום. בנוסף זהו כלי חיוני להפיץ את השירותים והמוצרים שמלונות מציעים. בעידן שבו תחרות קשה ועניין גובר במנועי החיפוש באינטרנט, צריכים בעלי מלונות כלים חדשים ואסטרטגיות שיווק מחדשות כדי למקם את מוצריהם בעלות נמוכה וחסירה נירחבת מחזירת רווחים.

מחקרים שנעשו לאחרונה גילו כי משתמשי אינטרנט בארה"ב, משתמשים יותר ויותר באתרי מכירות למציאת מקומות לינה לחופשה או לעסקים. עיסקות שמקורן באינטרנט גדלו ממקום שלישי למקום ראשון, מה שאומר צמיחה של 65% בעסקים באינטרנט ב-2005 בלבד. 69% מהזמנות החופשות ברשת מתבצעות באתרי החברה. מצד שני חברות צד שלישי וסוכנויות נסיעות מתקשות לעמוד בהוזלות הכרוכות בכך במונחים של הוזלת שכר הטרחה. המלונות זוכים ליותר שליטה על החבילות שהם מציעים באתרים הפרטיים שלהם ובכך מגדילים הכנסות ואת פלח השוק שלהם במידה ניכרת בזמנים קשים אלה.

מלונאים יכולים וצריכים לנצל את הצמיחה בשוק הצריכה המקוונת על ידי יצירת שותפויות עסקיות עם מפיצי עיסקות טיולים גדולים חיצוניים. בנוסף, הם צריכים להבין את התנהגותם של הצרכנים המקוונים ואת תפקידם של מפיצי עיסקות צד שלישי באינטרנט ולהציא טקטיקות ואסטרטגיות למערכות שיווק חדשות תוך שהם מגדירים מחדש את יחסיהם עם מתווכים באינטרנט.

חברת "Marriott International" מקבלת מעל 2 מיליארד הזמנות דרך אתר ההזמנות שלהם "Marriott.com". בדומה לכך קבוצת "הילטון", לאחר שהבטיחה את המחירים הנמוכים ביותר דרך האינטרנט, הגדילה את חלקם בהזמנות מקוונות ב-85% בכל המלונות שפורסמו ברשת.

מגמות אלה מראות בברור שמלונאים לוקחים יותר שליטה בדרך של שיווק ישיר ושל בניית ערוצי הפצה מקוונים. הילטון התרכזת בשירותים מקוונים, שירותים טלפונים השתנו ומעשיו מתרכזים יותר בתוכן מקוון ובבחירה בין הזמנות מקוונות או טלפונית. הקבוצה כיוונה את מירב ההזמנות לכיוון ההזמנות דרך ערוצי התקשורת המקוונת.



מלונאים

המוסף הכלכלי

ליקט יו"ר ועדת הכלכלה רוני פינקו

תיירות עולמית: תוצאות, תהליכים ומגמות

נירשמו 35.6 מיליון הגעות, גידול של 20.5% לעומת השנה הקודמת. באמריקה (צפון הדרום כאחד) גדלה תנועת התיירות הבינלאומית בשנת 2004, לראשונה מזה שלוש שנים רצופות, והסתכמה ב-125.7 מיליון הגעות, עלייה של 11.1% לעומת השנה הקודמת. מגמות הצמיחה העולמיות המשיכו בחודשים הראשונים של שנת 2005, מלבד באזורים שניפגעו באסון הצונאמי בדצמבר 2004. תנועת הנוסעים העולמית בשנת 2004 הוסיפה לגדול בכל האזורים ובמיוחד בדרום אמריקה ובמזרח התיכון. אירגון התעופה הבין-לאומי יאט"א (IATA), המודד תנועת נוסעים אווירית במונחי הכנסה מנוסעים לקילומטר (המדד המקובל בתעופה - rev.PAX/Km) דיווח על גידול של 8.7% במחצית הראשונה של שנת 2005, לעומת התקופה המקבילה בשנה הקודמת. במזרח התיכון ובדרום אמריקה נירשמו הצמיחות המרשימות ביותר, לפי נתוני יאט"א, בתקופה ינואר-יוני 2005: 13.6% ו-13.7%, בהתאמה.

אירגון התובלה האווירית האמריקני (ATAA) דיווח על גידול של 12.3% בתנועת הנוסעים האווירית הבין-לאומית בארה"ב, במחצית הראשונה של שנת 2005, לעומת התקופה המקבילה בשנה הקודמת, במונחי הכנסה מנוסעים למייל (rev.PAX/Miles).

בשנת 2004 זינקה תנועת התיירות העולמית ב-10.7% לעומת שנת 2003, שבה נירשמה ירידה של 1.2% בהשוואה לשנת 2002. אירגון התיירות העולמי (WTO) שמושב במדריד, מדווח על 763 מיליון הגעות בין-לאומיות של תיירים בשנת 2004, 74 מיליון הגעות יותר מאשר בשנת 2003. ההכנסות העולמיות מתיירות הגיעו בשנת 2004 לשיא של כל הזמנים: 622 מיליון דולר, לעומת 525 מיליון דולר בשנת 2003, עלייה של 18.5%. יש לציין כי כמחצית העלייה הזאת נבעה מן הפיחות בשער של הדולר האמריקני, שבעטיו הומרו ההכנסות מתיירות במטבעות אחרים לסכומים גבוהים יותר. אירופה שוב הניבה את תנועת התיירים הבין-לאומית הגדולה ביותר:

415.2 מיליון הגעות תיירים, המהווים 54.4% מן הסך הכל העולמי בשנת 2004. זהו גידול של 4.9% לעומת שנת 2003. לאחר צניחה של 9.3% בשנת 2003, תנועת התיירות הבין-לאומית באסיה ובאוקיאניה תרמה את החלק השני בגודלו, 20.1%, לסך הכל העולמי בשנת 2004 עם 152.9 מיליון הגעות תיירים, עלייה של 27.8% לעומת שנת 2003. באפריקה הסתכמה תנועת התיירות בשנת 2004 ב-33.2 מיליון הגעות בין-לאומיות, עלייה של 2% לעומת שנת 2003, ובמזרח התיכון

הכנסות העולם מתיירות לאורך השנים: [כמעט] עליות בלבד

פחות מחמש עשרה שנים, מ-264 ביליון דולר בשנת 1990 ל-525 ביליון דולר בשנת 2003. בשנת 2004 היו ההכנסות 622 ביליון דולר, עלייה של כמעט 136% (!) לעומת שנת 1990.

הגדדה: הכנסות או תקבולי מדינה מתיירות מורכבים מסך כל ההוצאות שהוציאו המבקרים ישירות, או אחרים בעבורם, לקראת ובמהלך הטיול והשהייה.

למרות משברים בין-לאומיים, מלחמות אזוריות שהשלכותיהן גלובאליות ופיגועי טרור המוניים, הכנסות העולם מתיירות עולות מידי שנה, בקביעות, מלבד נסיגה זמנית במחצית השנייה של שנת 2001 ובתחילת שנת 2002, בעקבות התקפות הטרור בארה"ב. מנתוני אירגון התיירות העולמי (WTO) מתברר כי תקבולי העולם מתיירות הוכפלו, למעשה, בתוך

נתוני ההכנסות השנתיות להלן מעוגלים בביליוני דולרים

שנה	הכנסה מתיירות (ביליונים)	שנה	הכנסה מתיירות (ביליונים)	שנה	הכנסה מתיירות (ביליונים)
1990	\$ 264	1995	\$ 405	2000	\$ 475
1991	\$ 278	1996	\$ 439	2001	\$ 459
1992	\$ 317	1997	\$ 443	2002	\$ 474
1993	\$ 323	1998	\$ 445	2003	\$ 525
1994	\$ 356	1999	\$ 455	2004	\$ 622

ישראל 2005: מיבוק תיירות

* לינות במלונות: 19.1 מיליון - גידול של 13% לעומת שנת 2004.

* תיירים: 1.92 מיליון - עלייה של 28% לעומת שנת 2004.

* תחזית תיירים לשנת 2006: 2.4 מיליון.

* תנועת הנוסעים בנתב"ג: 8.5 מיליון.

רווחיות החדרים - נקודות למחשבה

עם עובדות לא מתוכחים

...עצמה

"הילטון הוטלס" האמריקנית (Hilton Hotels U.S.A.), הרשת השלישית בגודלה בארה"ב, רוכשת את מלונות "הילטון גרופ" (Hilton Group) האירופית, חטיבת המלונות של קבוצת המלונאות וההימורים הבריטית, תמורת 5.7 מיליארד דולר. הרשת שפוצלה בשנת 1964 תתמוגז מחדש, ול-2,300 מלונות "הילטון הוטלס" ייתוספו 400 מלונות "הילטון גרופ". הרכישה מצביעה על התרחבות ראשונה של החברה האמריקנית אל מחוץ לגבולות ארה"ב.

...עצמה

בשנת 2005 חל שיפור בתונוי התיירות הניכנסת ישירות לאילת. כ-60,000 תיירים הגיעו בטיסות שכר לעיר, בעיקר מבריטניה ומצרפת.

בשנת 2006 צפויים לנחות באילת כ-80,000 תיירי שכר, לא רק מבריטניה ומצרפת - שהיו בחמש השנים האחרונות (בין שנת 2000 לשנת 2005) ארצות המוצא היחידות לטיסות השכר - אלא גם מסקנדינביה, (שבדיה ודנמרק), מהולנד ומרוסיה. כבר בחורף הנוכחי מופעלות סדרות של כ-12 טיסות שכר בשבוע. לגבי מספרם הכולל של לינות התיירים באילת, התחזיות האופטימיות צופות חזרה, בתוך שנתיים שלוש, לשיאי שנת 2000, כאשר התקווה היא ל-1.7 מיליון לינות תיירים כבר בשנת 2007 ול-200,000 תיירי שכר ישירים בשנת 2008.

...עצמה

בשנת 2005 הגיע מספר לינות הישראלים באילת ל-5.5 מיליון. זהו גידול של כמיליון לינות בתוך חמש שנים, לעומת כ-4.5 מיליון לינות ישראלים בשנת 2000. לפי נתוני השנים האחרונות, בין 45% ל-50% מכלל לינות הישראלים במלונות בישראל, נירשמות מידי שנה באילת.

...עצמה

60% מן הישראלים מתכוונים לצאת לנופש בשנת 2006. כך עולה מנתוני סקר של מכון "שילוב" למחקרי שוק ולתיכנון אסטרטגי, שנערך לקראת יריד התיירות השנתי I.M.T.M. שנערך בתל אביב בתחילת חודש פברואר. כ-60% מן הנישאלים במידגם דיווחו על כוונתם לנופש השנה, כאשר 20% מתכננים לצאת לנופש בישראל בלבד; כ-20% בחו"ל בלבד וכ-13% בישראל ובחו"ל גם יחד. המסקנה העולה מן הסקר היא כי כוונת 33% מן המשתתפים במידגם, כלומר הישראלים, לצאת לחו"ל לפחות פעם אחת בשנת 2006.

...עצמה

בשנת 2005 עברו במל התעופה בן גוריון 8,482,200 נוסעים, בשני הכיוונים, ב-52,755 טיסות. זהו גידול של 11% לעומת שנת 2004, בה הסתכמה תנועת הנוסעים במל ב-7,646,730 ב-50,948 טיסות. כ-60% מן הנוסעים היו ישראלים. כ-99% מן הטיסים לישראל וממנה טסו דרך נתב"ג; 1% דרך שני שדות התעופה של אילת: עובדה ואילת. מספר זניח טס דרך שדה התעופה של חיפה.

...עצמה

בשנת 2005 פעלו בנתב"ג 39 חברות סדירות ("אל על" בכלל זה) ו-55 חברות שכר ("ארקיע", "ישראיר" ו"סאן דור" בכלל זה). בסך הכול המריאו ונחתו בנתב"ג בשנה זו כ-53,000 טיסות, גידול 4% של לעומת שנת 2004. שלוש החברות הישראליות, "ארקיע", "ישראיר" ו"סאן דור", המפעילות טיסות שכר בין-לאומיות, הטיסו בשנת 2005 כ-862,000 נוסעים. למרות ש"ארקיע" ו"ישראיר" מקיימות גם טיסות סדירות שטסו בהן בשנת 2005 כ-30,000 נוסעים, הן מוגדרות כחברות שכר לפי חוקי הארגון העולמי לתעופה אזרחית (I.C.A.O.), ולפיכך בסטטיסטיקה של רשות שדות התעופה גם נוסעי הטיסות הסדירות של חברות אלה ניכללו בין נוסעי טיסות השכר.

...עצמה

במהלך שנת 2005 הופעלו טיסות נוסעים ישירות מנתב"ג לכ-100 יעדים. כול קבוצות הנתיבים נירשם גידול בתנועת הנוסעים בשנה זו בהשוואה לשנת 2004: בתנועת הנוסעים המיצרפית בקווים הטרנס אטלנטיים - עלייה של 12%, כ-16% מכלל התנועה; בתנועה המיצרפית למערב אירופה - עלייה של 9%, כ-46% מכלל התנועה. עליות נירשמו גם בתנועה למיזרח אירופה, למדינות חבר העמים ולמיזרח הרחוק.

משתנים שונים תורמים לשורה התחתונה ברווחיות המלונות, אולם מאחר ועיקר הכנסות המלון נישענות על הכנסות החדרים, הצביעה חברת הייעוץ HVS INTERNATIONAL, במהלך כנס שנערך באוסטרליה באוגוסט האחרון, על מספר עיקרים שרצוי להתייחס אליהם על מנת להשיג רווחיות חדרים גבוהה ככל האפשר.

רוב צוותי ניהול ההכנסות מופתעים ללמוד מהיכן מגיעות העיסקות שלהם. הסוכנים וערוצי המכירה הרווחיים ביותר, משתנים ממלון למלון. כשתריץ את המספרים ויהיו לך תשובות עבור המלון שלך, תוכל לראות היכן למקם את משאבי המכירה שלך כדי להגיע לפוטנציאל גבוה במכירה.

3. קבע מדיניות מחירים נכונה

ברגע שהבנת כיצד מתפקד מלונך ואתה יודע כיצד מתומחרים מתחריו, תוכל להשתמש במידע זה לתימחור נכון של פרטים. בכדי לעשות זאת אתה צריך לדעת באיזה ערוצי הזמנות משתמשים לקוחותיך. עם מידע זה תוכל להעמיד הצעות מחיר בחוכמה, לכל ערוץ מכירה, כגון מרכז הזמנות טלפוני או סוכני נסיעות, אפילו W/I, בכדי למקסם את אפשרויות ההכנסה. מאחר וחלקים שונים במלונך משתמשים בערוצי מכירה שונים להזמנות, הערך את המחיר שלך עם זה הערוצי, בכדי לתת את המחיר הכי טוב לכל אחד.

5. דרוש צפי ולא רק של תפוסה

מעל לכל, יהיה מומחה בדרישה לצפי ולא רק של תפוסה. כשאתה יודע את הדרישות שלך, תוכל לפעול בהתאם כדי לשמר את המחירים שלך ולהישאר בשליטה. דרישות צפי מאפשרות לך לאזן בין מה שמתחריו עושים למען דרישות לקוחותיך לבין דרישות השוק.

לדוגמה: תפוסה של 101% בתאריך עתידי, לא תהיה מספיקה בהתחשב ב N/S, עזיבות מוקדמות וביטולים. אבל, דרישת צפי של 130%-110 תפוסה, אומרת שיש לך הזדמנות לתת לא רק מחיר גבוה, אלא גם המשכיות. לכן אתה חייב להישאר בשליטה משמעותית ולהעלות מחירים.

מטרתך, כמובן, להגיע תמיד למחיר הגבוה ועדיין למכור את המלון.

4. קבע איזה אורחים הם החשובים לך ביותר

הערך את שותפיך העסקיים לפי חשיבותם. האם הסוכנים שעובדים איתך מוכרים יותר חדרים במחיר הגבוה ממחירי הבלות הנופש שלך? האם אתה יודע מהיכן מתבצעות ההזמנות? עשרים ומשהו אורחים עסקיים לא מתקשרים ל-800-1 שלך, כמו חבריהם העונתיים. יותר הגיוני שהם יתקשרו ויזמינו דרך ערוץ מכירה שונה.

1. בנה צוות ניהול הכנסות

ניהול הכנסות זוהי משמעת. זהו תהליך עסקי בסיסי. תן אחריות בידיהם של מנהליך הטובים ביותר וצור צוות ניהול הכנסות שמעורב אישית בהצבת יעדים ומטרות, קבלת החלטות וניהול תימחור. תן להם את הכלים הדרושים להם, להעמיד שיטות עבודה נכונות, במקומן. שיטות העבודה חשובות, על מנת לעזור בהצלבת מידע על אורחים וסוכנים, כדי להעלות רווחים.

2. הכר את עצמך ואת מתחריך

דע איזה מלון אתה מפעיל ובדוק אם אתה עושה הכל בכדי לענות על דרישות וצורכי אורחך. אם מלונות מהרמה שלך מציעים חדרים בהם יש תקשורת אינטרנט חינם, עשה כמותם וצור בידול כבסיס להעלאת מחירים. זה מוביל אותנו לצעד הבא:

השוואה עם תיפקוד מתחריך, כדי לדעת מה הם גובים על כל בידול בשוק. השווה את ההכנסות שלהם ואת התפוסות שלהם. זה ייתן לך אפשרות למדוד את ההצלחה השייווקית שלך. זכור שהמיספרים האלה משתנים שבועית. לכן, מנה אחד מצוות ניהול הכנסות שלך שיבנה אינדקס להשוואת תיפקוד

■ עבור על הדרישות וצפה דרישות חדשות על מנת לספק את לקוחותיך. ■ עבור על הסביבה המקרו-אקונומית. ■ דרוש תמיד צפי להתפתחויות. ■ ערבב היצע וביקוש ודרוש להגיע לצפי תפוסה עתידית. ■ עבור על תגובות השוק מהעבר כתגובה לשינויים בתפוסה וצפה שינויי מחירים בהתאם. ■ הכן תוכנית שיווק ואסטרטגיית תימחור.

יעדי התיירות הפופולאריים ביותר בעולם: עשרת הגדולים

אירגון התיירות העולמי (WTO) מפרסם את רשימת עשרת יעדי התיירות הבין-לאומיים הפופולאריים ביותר בשנת 2004. המספרים שלהלן מציינים מיליוני הגעות, בניכוי ביקורים חד יומיים, כלומר הגעה ועזיבה במעבר גבול כלשהו, באותו יום.

דירוג	מדינה	מספר תיירים (מיליונים)
1	צרפת	75.1
2	ספרד	53.6
3	ארה"ב	46.1
4	סין	41.8
5	איטליה	37.1
6	בריטניה	27.7
7	הונג-קונג	21.8
8	מקסיקו	20.6
9	גרמניה	20.1
10	אוסטריה	19.4

הדבר הגדול הבא

השקע בצוות וגרוף רווחים

היישומים הטכנולוגיים המעצבים את עתיד האירוח והמלונאות

בשלושים השנים האחרונות דבר לא שיפר את המקצועיות והיעילות של הניהול בענפי הארחה והמלונאות, כמו יישומי טכנולוגיית המידע (IT). להלן סקירה של טכנולוגיות העבר, מה הן הבטיחו ומה הן קיימו, ובעיקר – מבט מביטיח לעתיד.

ניקיון וחדרנות, ניהול שולחנות, כניסת הזמנות, פריון שירותי מזון ועוד. הדבר הגדול הבא: שלושת יישומי העתיד בטכנולוגיית-האירוח סביר להניח שבעתיד ישלטו שלושה סוגי יישומים: wireless, wearable ו- web hosted (אלחוט, לבוש, ומבוסס-אינטרנט). כוח המשיכה של יישומים אלה פשוט: הם מספקים גמישות, ניידות, קלות תנועה ויכולת. הניהול בענפי האירוח והמלונאות יגלה עד מהרה את היתרונות שבהעברת שירותי המשרד הקדמי והאחורי ממחשבים אישיים וממסופי נקודות-מכירה (POS) ניידים, למכשירים זעירים וניידים המותקנים על הגוף. יש הרואים באימוץ הנוכחי של יישומי wireless אופנה חולפת, אבל רשתות אלחוטיות צפויות להיות הפלטפורמה המועדפת בעתיד. הטכנולוגיות העתידיות במלונאות יכללו: קיסוקים לשירות עצמי, מסופי POS בגודל כף-יד, מדבקות RFID (זיהוי בתדר רדיו), צורות הרשאות ביזמטריות, M-commerce בטלפונים סלולריים ומיסחר אוטומטי בלתי מאויש בטכנולוגיית עילית - (V-commerce). כל היישומים הללו יאפשרו לעובדים במלון להקדיש זמן רב יותר לאורחים ולהרחיב את היצע השירות הנוכחי.

המאגדות מידע ממקורות שונים בזמן אמיתי. ההבטחות של טכנולוגיית המידע במלונאות ומידת מימושם במציאות

1. פחות עמל (מידת השינוי במספר עובדים מוטלת בספק)
2. פחות ניירת (אין מעבר מוחלט לסביבה נטולת נייר)
3. פחות טיפול בנתונים (מיזעור מסוים של שלבי עיבוד)

מבט לעתיד הטכנולוגיה המלונאית

אף שחברות מלונאיות רבות עברו למערכת כבלים בסביבת רשת, התקדמות טכנולוגיית ה-wireless (אלחוט) וה-wearable (לביש) – על נוחותן, ניידותן וקלות הפעלתן – תומנת בחובה פוטנציאל אדיר לענף המלונאות. חלק מן העובדים כבר החל ליהנות מיתרונותיהם של מסופים ניידים, מחשבי כף יד, מכשירים סלולריים וציוד ניידים. בעתיד הקרוב יתפתחו מערכות לזיהוי דיבור אוטומטי, בקרות ביזמטריות וחיישני קירבה, אשר ישפיעו השפעה ניכרת על נוף הטכנולוגיה המלונאית. מחשבים לבישים, לא רק שבבי אישור, יהיו הבסיס למערך החדש של יישומי התקשורת והדיווח. טכנולוגיית הנילבת על הגוף מציעה יישומים רבי עוצמה המסוגלים לשנות את פני התיפעול בשטח בתחומים כמו

בשלושים השנים האחרונות דבר לא שיפר את המקצועיות והיעילות של ניהול המלונאות כמו טכנולוגיית המידע (IT) החדשות. השאלה האם טכנולוגיית המידע ימלאו אי פעם במלואן את הבטחותיהן המוקדמות באשר להפחתה בכוח העבודה, בניירת ובטיפול בנתונים – באמצעות תפוקת מיחשוב משופרת, מימשקים ודיווח יעיל יותר – נותרת עדיין פתוחה.

מה קרה עד כה?

במערכות המידע המלונאיות – יישומי המשרד הקדמי והאחורי – חלה בחמש-עשרה השנים האחרונות התקדמות רבה מאוד והופסק לחלוטין השימוש בטכניקות-עבר שאבד עליהן הכלח, כמו ניהול הזמנות, חשבונאות אורחים, ניהול חדרים, חשבונאות אורחים, משאבי אנוש, ניהול פיננס, מעקב מלאי, נקודות מכירה ועלות תפריטים. תיבת הכלים הפרימיטיבית של טכנולוגיית האירוח שהכילה בעבר לוחות צפיפות הזמנות, מכונות דיוור מכניות, ROOM RACKS מתכתיים, דליי תיקיות שקועים, רושמות פשוטות, הוחלפה במערכות תוכנה משולבות

סיכום ההתפתחות של יישומים טכנולוגיים ניבחרים במלונאות

מוקד טלפוני מרכזי	משרד הזמנות מרכזי	מנוע הזמנות אינטרנטי
קישוריות GDS	קישוריות IDS	קישוריות אקסטרנה-נט
צ'ק אין בדלפק	צ'ק אין עצמי	צ'ק אין מרחוק
מכונת דיוור	תיקיות אלקטרוניות	מסופי POS ניידים
מפתח מכני	מערכות נעילה אלקטרוניות	מנעולים בלי מפתח
קווי PBX/trunk	מערכות חשבונאות שיחות	טלפוניה באינטרנט (Voice Over IP)
טיפול במזומנים	מיפתוח פופולאריות פריט	הנדסת תפריט
מלאי par stock	Mini-max inventory	E-procurement
תחנות טלוויזיה	תוכניות סינכרוניות	תוכניות לפי דרישה
בלימת עלויות	מימשק PMS	מערכות חכמות

1. נושאת פרסים בין העובדים שבצעו את עבודתם ללא דופי.
2. הכן כרטיסי ביקור מודפסים לכל עובד.
3. שאל את עובדיך באופן קבוע מה יעזור לעשות עבודה טובה.
4. כלול דיון בהתפתחות קריירה עם כל סקר ביצועים.
5. דאג שהמנהל יבלה לפחות שעה עם כל עובד חדש.
6. הכי חשוב – דרוש תעודה מקצועית.

בחברה האמריקנית לניהול ואירוח מבקשים תעודה מקצועית בתוך 120 ימי עבודה מכל העובדים וראשי הצוות. ממנהלי מחלקות ומנכ"לים דורשים זאת בזמן הנתון. "אל תזלזל בכוחה של ההשקעה בצוותך", מייעץ פיין. "השקעה בצוות בדרכים רבות – במיוחד בחיזוקים בכל רמה – תורמת רבות להחזקת העובד ופתרון בעיה זאת יתרום רבות לבעיית שכירת עובדים חדשים". פיין ממליץ על חיזוקים מכיוון שהם יוצרים את הבסיס שכל מארח מקצועי צריך על ידי הגדרה מדויקת של הנידרש ממנו על מנת להצליח בתפקידו הספציפי. "חיזוקים יוצרים רמה נדרשת של מקצועיות", אומר פיין, "במיוחד כאשר חברה מפעילה מלונות מסוגים שונים, היא מייצרת התחלה חדשה של התפתחות מקצועית ומנהיגותית". "אם אדם רציני בענף האירוח ומסור לקריירה בענף, תעודה מקצועית וחיזוקים הם חובה".

למרות שרוב המנהלים מבינים כי שירות לקוחות מעולה מתחיל בפיסגה, לא כולם יודעים ליישם את תורתם. כאן ניכנס קירבי ד' פיין. הוא נותן דוגמה מעולה שניתן ליישם בכל העולם. פיין הוא נשיא החברה האמריקנית לניהול ואירוח, חברת השקעות, ניהול ויעוץ מלונאי. הוא מספק למנהלים מיבחר עצות שיוצרות עובדים מאושרים שבתורם מייצרים אורחים מאושרים.

"אנשים צריכים תחושת שייכות, אישור והכרה", אומר פיין. הפעולות העיקריות שצריך לנקוט בכדי לייצר תחושות אלה הן: לתקשר, לתקשר, לתקשר, להכיר, להכיר, להודות, להודות, להודות ולהודות. בנוסף, מציע פיין תוכנית שבועית או חודשית שתשאיר את עובדיך מחוברים אלך רגשית: צור ריגושים והפוך את מקום עבודתם למיוחד בהשוואה למתחרים. פיין מציע עשרה רעיונות לגריפת רווחים משביעות הרצון של העובדים:

1. שבח את עובדיך בציבור.
2. כשעובד נאלץ לעבוד שעות נוספות רבות, שלח כסף, שוקולדים או כרטיס הגרלה לבן בת זוגו.
3. כשאחד מעובדיך מתלונן (בצדק), שים שקל בצנצנת המיועדת לפעילויות חוויה.
4. פרסם פעם בשנה עמוד שלם בעיתון המדה לעובדיך אישית.
5. ערוך פעם בחודש הגרלה

נמלי התעופה העסוקים ביותר בעולם: עשרת הגדולים

בשני המקומות הראשונים: נמל התעופה הארטספילד באטלנטה, ג'ורג'יה ונמל התעופה א'הר בשיקגו, אילינוי. נמל התעופה קנדי בני" מפתיע בהעדרו מרשימת עשרת הגדולים בעולם. בדירוג האמריקני הוא שמיני (!) בלבד, עם כ-37.5 מיליון נוסעים בשנה. היתרו לונדון, נמל התעופה העסוק ביותר בעולם מחוץ לגבולות ארה"ב, דורג שלישי, ומלבדו בעשרת הגדולים עוד שלושה נמלי תעופה באירופה, חמישה בארה"ב ואחד במזרח הרחוק.

המועצה הבין-לאומית של נמלי התעופה (International Airports Council), מפרסמת את רשימת נמלי התעופה העסוקים ביותר בעולם, מחוץ לארה"ב, לפי תנועת הנוסעים בהמראות ובנחיתות, בטיסות פנים ובטיסות בין-לאומיות כאחד.

מועצת נמלי התעופה האמריקנית (Airports Council of America), מפרסמת דרוג דומה לנמלי התעופה בארה"ב. מעיון בשתי הרשימות מתברר כי כצפוי, האמריקנים מובילים את הרשימה המשותפת

תנועת הנוסעים בנמלי התעופה העסוקים בעולם לשנת 2004

דירוג	נמל התעופה	המראות ונחיתות נוסעים
1	הארטספילד אטלנטה, ג'ורג'יה - ארה"ב	83,606,583
2	א'הר שיקגו, אילינוי - ארה"ב	75,533,822
3	הית'רו לונדון, בריטניה	67,344,054
4	הנדה טוקיו, יפן	62,291,405
5	לוס אנג'לס, ארה"ב	60,688,609
6	דאלאס פורט-וורת', טקסס - ארה"ב	59,412,217
7	שארל דה גול, פאריז - צרפת	51,260,363
8	פרנקפורט, גרמניה	51,098,271
9	סכיפהול אמסטרדם, הולנד	42,541,180
10	דנבר קולורדו, ארה"ב	42,393,766

לקריאה נוספת: "Bottom Line", ביטאון אירגון החשבים הבין-לאומי במלונות ובבתי-הארחה, Hospitality Financial & Technology Professionals, (HFTP), גיליון אוקטובר / נובמבר 2005.

יעדי התירות של ישראל בשנת 2006

משרד התיירות פרסם מספר יעדי תירות לישראל בשנת 2006, ומיניהם:

- ניצול "חלון ההזדמנויות" שניפתח לשם השקעה בפרויקטים תיירותיים.
- הקמת אטרקציות חדשות ושיפוץ הקיימות. לצורך כך דורש משרד התיירות ממשד האוצר הקצאה של 500 מיליון שקל (למעלה מ-100 מיליון דולר) להשקעה בתשתיות תירות בשנת 2006.
- תחילת הקמתו של המרכז האוונגליסטי לחופי הכנרת.
- אימוץ המלצותיו של "כוח המשימה התיירותי" וניתוח הנתונים והמסקנות של מחקר השווקים הבין-לאומי שיזם המשרד, במגמה ליישם את המלצותיו.
- הפעלת אתר אינטרנט לאומי לתירות, בשפות שונות ולפליח שוק שונים.
- התחלת בנייתה של "רצועת הקזינו" באילת.
- פיתוח העיר העתיקה בירושלים.
- פיתוח התיירות ברמת הגולן.
- פיתוח תקנים וסטנדרטים בתיירות.
- עידוד תמיכה בטיסות שכר ו-Low Cost לישראל.
- פיתוח השיווק והמכירות בתיירות באמצעות האינטרנט.
- פישוט והגמשה של תהליכי אישור הוויזות לתיירים הניכנסים לישראל.

המלונאות בישראל - בשנת 2005 - מה אומרים המיספרים?

מנתוני הלישכה המרכזית לסטטיסטיקה ומשרד התיירות עולה כי מיספר הלינות במלונות בישראל הסתכם בשנת 2005 ב-19.1 מיליון. מיספר זה קרוב לשיא של שנת 2000, בה נרשמו כ-19.5 מיליון לינות, והוא מבטא עלייה של 13% לעומת מיספר הלינות בשנת 2004. החשש מפני ירידה במיספר לינות ישראלים בשנת 2005 - במקביל לעלייה הצפויה בלינות תיירים - התבדה; 12.3 מיליון לינות ישראלים (גידול של 1% לעומת שנת 2004) נרשמו בשנת 2005, ונוספו עליהם 6.8 מיליון לינות תיירים (גידול של 42% לעומת שנת 2004). בשנת 2005 גדל מיספר לינות התיירים בכל אזורי הארץ כמעט, לעומת שנת 2004.

אומדן של גדול התוצר הנובע מהשיפור בתירות בשנת 2005*

השיפור בתיירות החוץ ב-2004 ובמחצית הראשונה של 2005 תרם בראש ובראשונה לעוסקים ישירים כבתי המלון והספקים של שירותי הארחה ואוכל, שירותי התחבורה והשכרת הרכב, שירותי ההובלה האווירית וכיוצא באלה. ואולם, כאשר בוחנים, לפי לוחות תשומה-תפוקה, את ההתפלגות הענפית של יצוא שירותי תירות, מתברר שגם העוסקים העקיפים - בייחוד בתעשייה, בחקלאות ובמסחר - נהנו מהשיפור בתיירות החוץ. לשיפור בענף התיירות יש אפוא השפעות כלל-משקיות. בלוח 12 מוצג התוצר של התיירות הנכנסת בענפים המרכזיים. עיקר ההשפעה על התוצר הוא בענפים האופייניים לתיירות.

חלק גדול מהמועסקים בענף התיירות מועסקים בבתי מלון, במסעדות ובשירותי מוניות ותחבורה ציבורית - שהשכר החדשי לשכיר בהם נמוך מהממוצע במשק. מצאנו (לוח 12) שבשנת 2004 עבדו כמעט 48 אלף מועסקים¹⁰ כדי לספק את הביקוש לשירותי תירות נכנסת.

8 תודה לשמחה בר-אליעזר, ללאה ריבקיין וללנה אוסטרובקי מהלשכה המרכזית לסטטיסטיקה על הערות ועצות.
9 הערכה זו מבוססת על הנתון שגידול התיירות במחצית הראשונה של 2005 לעומת המחצית הראשונה אשתקד הוא 27 אחוזים, ואנו מניחים שיהיה זה יישאר בעינו גם במחצית השנייה של השנה.

10 חלקם במישרה חלקים

לוח 11: ייצוא שירותי התיירות כאחוז מהתמ"ג

שם המדינה	2002	2001	2000
קפריסין	18.4	21.7	21.5
יוון	7.3	8.1	8.2
מדגסקר	6	7.5	6.1
ספרד	5.1	5.6	5.6
פורטוגל	4.9	5	5
סודקיה	4.9	5.1	3.8
איטליה	2.3	2.4	2.6
צרפת	2.3	2.3	2.4
ישראל	1.2	1.4	2.9
העולם כולו (תמוצע)	1.5	1.5	1.5
בריפניה	1.2	1.2	1.2
מדינות OECD העשירות (תמוצע)	1.1	1.1	1.3

המקור: World Bank, World Development Indicator

אנו אומדים את גידול התוצר הנובע מהשיפור בתיירות הנכנסת ב-2004 וב-2005 לעומת שנת 2003. ב-2003 נכנסו לישראל 1.06 מיליון תיירים, ב-2004 נכנסו 1.5 מיליון תיירים, וב-2005 ייכנסו, להערכתנו, כ-1.9 מיליונים⁹. שיפור זה יתבטא, בין השאר, בעלייה של 320 מיליון ש"ח בתוצר בתי המלון ושירותי האירוח בשנת 2005 לעומת 2003 ובעלייה של 380 מיליון ש"ח בתוצר שירותי האוכל. סיכומו של דבר - השיפור בתיירות הנכנסת יחסית ל-2003 תרם גידול של 0.3 אחוז בתמ"ג ב-2004 וצפוי לתרום גידול של כ-0.2 אחוז ב-2005.

ענף התיירות רגיש מאוד למצב הביטחוני הן בישראל והן ברחבי העולם, והוא הראשון שנפגע מהרעה בו. הרעה במצב הביטחוני מביאה לנסיגה חדה ומהירה בהיקף התיירות הנכנסת, ותהליך ההתאוששות איטי. מייד עם פרוץ האינתיפאדה, בסוף ספטמבר 2000, ירד מספר התיירים שהגיעו לארץ ירידה תלולה, ומספרם הוסיף והצטמצם עם התמשכות האירועים הביטחוניים. בשנת 2003 השתפר המצב הביטחוני בישראל, שיפור שנמשך גם ב-2004 ועד סוף התקופה הנסקרת - יוני 2005. יצוא שירותי התיירות לפי החשבונאות הלאומית ירד מ-12.8 מיליארדי ש"ח בשנת 2000 ל-3.8 מיליארדים ב-2002. בשנת 2004 עלה יצוא שירותי התיירות ל-5.5 מיליארדי ש"ח. התיירות הנכנסת לישראל מושפעת גם מגורמים עולמיים; בסוף שנת 2001 ועד 2003 הושפעה התיירות מאירועי ה-11 בספטמבר 2001, מגל הטרור העולמי, וכן מהמיתון בעולם. בשנת 2003 ירדה מעט התיירות העולמית, ואילו בשנת 2004 ועד תום התקופה הנסקרת ב-2005 היה שיפור במצב הכלכלי בעולם, שהגדיל מאוד את התיירות. התיירות בעולם גדלה ביותר מ-10 אחוזים ב-2004, וצפויה לגדול בכ-7.7 אחוזים ב-2005.

גודלו היחסי של ענף התיירות הנכנסת בישראל דומה לגודלו בעולם (לוח 11). בשנת 2002 היווה יצוא שירותי התיירות כ-1.5 אחוזים מהתמ"ג העולמי, ובישראל הוא היווה 1.2 אחוזים בלבד. בשנת 2004 עלה יצוא שירותי התיירות בישראל ל-1.8 אחוזי תמ"ג. הערך המוסף של התיירות היווה בשנת 2004 קצת פחות מאחוז מהתמ"ג, ובשנת 2005 הוא צפוי לעלות לכ-1.1 אחוזי תמ"ג (לוח 12).

לוח 12: תוצר התיירות הנכנסת במחירי בסיס שווים¹⁻²

מחירים שווים	1995	2003	2004	2005	2004
	(מיליון שקלים)				מחירים שווים הממוצעים את התיירות הנכנסת ³ (אלפים)
א. מוצרים ושירותים המיוצאים לתיירות	4,295	2,695	3,680	4,628	39
בתי מלון ושירותי אירוח	1,319	766	1,064	1,340	8.4
מסעדות ושירותי אוכל	539	313	435	548	14.2
שירותי תחבורה	1,008	787	1,030	1,288	7
סחם: שירותי מוניות	259	150	208	265	2
הובלה אווירית	449	463	580	720	2.4
שירותים קשורים ברוב סוגים ⁴	263	153	212	268	2.3
סוכנויות נסיעות ותיירות	216	125	174	219	2.2
שירותי תיבות וספונס	305	107	149	188	1.6
שונות: הובלת דירות	764	443	616	776	2.8
ב. מוצרים ושירותים המיוצאים לתיירות ⁵	717	416	578	729	5.5
ג. שאר המוצרים והשירותים	415	241	334	421	3.6
סך הכול	5,427	3,353	4,693	5,778	47.8
תחיר	249,017	460,723	466,022		

¹ מחירי בסיס של מחירי עלות של רוצה. מחירים אלה כוללים תשלום, כגון תשלום לשימוש ורכישת כרטיס תשלום המיוצא לתיירות. מחירים כוללים תשלום שירות, הובלה ושכר.
² תוצר של שירותי התיירות הנכנסת יחד עם המוצרים המיוצאים לתיירות הנכנסת יחד עם המוצרים המיוצאים לתיירות. מחירי בסיס של שירותי התיירות הנכנסת יחד עם המוצרים המיוצאים לתיירות.
³ מחירי בסיס של שירותי התיירות הנכנסת יחד עם המוצרים המיוצאים לתיירות.
⁴ כולל מוצרים, שירותים ושירותים (כולל כרטיסי תשלום). מחירי בסיס של שירותי התיירות הנכנסת יחד עם המוצרים המיוצאים לתיירות.
⁵ כולל מוצרים ושירותים המיוצאים לתיירות.

איגוד מנהלי בתי מלון

האסיפה השנתית ה-34, מלון שרתון מוריה תל אביב, 17.1.06



משמאל לימין: אהרון שחם, דני פלטי, מוטי מורל, קובי ציטר, ד"ר עוזר כרמי

שנישאה למיליונר. צריך לבנות אטרקטיביות, יוקרה ותדמית כדי למשוך צעירים לענף.

בסיום האסיפה השנתית אמר שר התיירות אברהם הירשזון שבכונת משרדו להפוך את התיירות לתעשייה. הוא ציין את שיתוף הפעולה וההבנה עם נשיא "התאחדות המלונות בישראל" אבי אלה לתועלת הענף. "אחד הדברים החשובים שעומדים בפנינו הוא פתיחת השמיים, שתאפשר לתיירים להגיע לארץ בלי קשיים", אמר השר. לדבריו, ענף התיירות הוא מוקד צמיחה הודות לפוטנציאל הטמון בו, פוטנציאל שלא מוצה בחמישים שנות קיום המדינה. השר פירט את הפעולות שמשרד התיירות נוקט בהן לעידוד הבאת תיירים לארץ, פעולות שכבר עכשו מוכיחות הצלחה. הוא מצדד בשיתוף פעולה עם שרי תיירות בעולם וגם בזה יש, לדבריו, תרומה להצלחת התיירות. הוא קרא לשר האוצר להקים קרן של 500 מיליון שקל על מנת לסייע למי שמעוניין להשקיע בענף.

מלגות

במהלך האסיפה השנתית הוכרו על הענקת שתי מלגות על שם לוטה אייזנברג, לסטודנטים למינהל מלונאות. את המילגה, כל אחת בסכום של 4,000 שקל, קיבלו עדה גילקרום וגבריאל מילמן.

מה קורה באיגוד

ב"איגוד מנהלי בתי מלון בישראל" יש 111 חברים פעילים, 28 חברים בדור ההמשך, 9 בפורום משאבי אנוש, 24 בפורום שיווק. בשנת 2005 השתתפו 447 חברים ב-21 השתלמויות בנושאים מגוונים. בנוסף - התקיימו 7 מיפגשים, הרצאות, ימי עיון וסמינרים.

המשך בעמוד 14

ביום כמו במלונאות. המגמה - להגיע לאוכלוסיה החרדית, גם לנשים חרדיות, להעביר קורס של תישעה חודשים, לאתר בעלי פוטנציאל ולקדם אותם. הצעירים לא מגלים נאמנות - הם מחפשים תנאים טובים. צריך להבין את הצרכים שלהם ולמלא אותם. מיון עובדים יאפשר לשמר אותם בחברה לאורך זמן.

ד"ר עוזר כרמי, מרצה להתמחות אירגונית: מערכת יחסים

יש סימנים שמצביעים על תמונה לא מעודדת בתחום יחסי העבודה, כי כ-60% מן העובדים משתכרים פחות או יותר שכר מינימום, זוהי בעייה חברתית. קיים העדר ביטחון תעסוקתי שמושפע מעונותיות וממצב הביטחון. המלונאות לא מבטיחה ביטחון, וגם מיקור חוץ מערער את הביטחון. הפתרון מצוי בצד הניהולי והישועה תבוא לאו-דווקא מן הצעירים - אוכלוסיות שהגיעו לכאן מחו"ל עם הכשרה. כיוון של התמחות מסמן מגמה לפיתוח קריירה, ואז הכשרה והדרכה יעזרו למשיכת עובדים. צריך לתת דגש לשיפור היכולות הניהוליות ולנסח מעין חוזה שיבטא את מערכת היחסים במלונאות.

מוטי מורל, יועץ אסטרטגי: אטרקטיביות, יוקרה ותדמית

אי אפשר לבנות גאווה יחידה של העובדים מול מיקור חוץ של חברות כוח אדם. ההתייחסות רק לשכר ולתנאים לא תעזור אם אין תדמית מושכת. צריך למכור לעובדים חלום - לעבוד בענף שהוא בין-לאומי, עם אווירה של נופש, בין אנשים יפים, חשובים ומפורסמים. לרופאים, למשל, יש שכר נמוך - אבל זהו מקצוע עם יוקרה ואופק לעתיד. צריך להחזיר סיפורים על עובדים במלונות שזכו להצלחה בלתי צפויה, כמו חדרנית

להחליט איפה הוא נימצא ולא ללכת בין הטיפות. שיפור תנאים יביא צעירים לעבודה, למשל - סיבסוד לימודים אקדמיים. תהליך חשוב הוא מיפוי עובדים - לאתר עובדים מבטיחים ולבנות להם מסלול קידום. בנוסף - לגרום לעובדים, גם בדריגים הנמוכים, להיות מעורבים. גם תיכנון עבודה בשבתות, כך שמדי פעם העובדים הצעירים לא יעבדו בשבת ויוכלו לבלות - יקשור אותם למלון. על מנהל להגיע למחר - צריך לשנות תנאים היום.

קובי ציטר, יו"ר לשעבר של איגוד מנהלי משאבי אנוש, סמנכ"ל מלם: מיון לשימור עובדים

כל הקשיים קיימים בכל סוגי העבודות. ב"פרטנר", למשל, יש 2000 תומכי שרות צעירים שהכשרתם עלתה כסף רב והם נישארים בחברה רק כשנה. כל המאמץ מתרכז באפשרות להחזיק בהם שנתיים, כדי לחסוך מהוצאות הלימוד. אבל, אם מזהים את המתאימים - נותנים להם תנאים מיוחדים ומעבירים אותך למסלול קריירה. שוק ההיי-טק ניכנס לעידן של פריחה והוא נהפך לשוק של עובדים, וגם בו עובדים שעו"ת רבות



מימין לשמאל: אלי כהן, קובי ברנע, אברהם הירשזון, ינוש דמון

חשיבותה של תעשיית התיירות ופועלים בהתאם. הוא דרש מהממשלה הבאה להקים בכנסת ועדת תיירות, אשר תעסוק בנושאי תיירות פנים ותיירות ניכנסת, בהשקעות ובתוכניות לפיתוח ארוך טווח. מנכ"ל האיגוד הסביר את חשיבות הפרוייקט שיתבצע בשיתוף "התאחדות המלונות בישראל" ומוסדות להשכלה גבוהה - מנכ"ל חונך. מטרת הפרוייקט - לעודד בוגרי מוסדות לימודיים - אקדמיים במגמת מלונאות ולהקל את קליטתם בענף, בעזרת מנכ"לי המלונות שיטפחו בוגרים כמתמחים לניהול במלונות. הרצאה מרתקת, מקצועית ומאירת עיניים, נשא פרופסור פיטר אוקונור, דיקן אוניברסיטת IMH (לשעבר קורנל אירופה). הנושא - יחסי המלונאים עם סוכני הנסיעות הוותיקים לאור חדרת האינטרנט לתחום המכירות וההזמנות.

איך להחזיר את ההילה לעבודה במלון?

זה היה נושא הפאנל המקצועי, שאותו הניחה יו"ר ועדת העבודה וההכשרה המקצועית בהתאחדות המלונות והמישנה למנכ"ל "מלונות דן" למשאבי אנוש אהרון שחם. ארבעה מומחים הביעו את דעתם בנושא, אחרי הפתיחה של אהרון שחם:

ענף המלונאות בבעיה של כוח אדם. זאת בעייה שהבאנו על עצמנו משנת 2000, כשנאלצנו לפטר עובדים כדי לשרוד בתפוסות נמוכות. מיספר העובדים בענף ירד לשליש ומ-2005 התחלנו לחפש עובדים. כיום יש מקצועות שאי אפשר למצוא עבורם עובדים, גם אלה שזכאים על פי חוק עבודה מועדפת. גם אילת וים המלח לא מושכים עובדים לענף.

דני פלטי, מנכ"ל "הרץ ישראל": הצפת אפשרויות

מקצועות המלונאות הם Low-Tech, כאשר הצעירים מחפשים Hi-Tech. הענף לא מושך צעירים בגלל השכר הנמוך, העבודה בשבתות ובחגים, העדר טיפים והעבודה במשמרות. תואר אקדמי הוא צעד בכיוון הנכון למשוך צעירים, והענף צריך

בנוכחות כ-160 משתתפים התקיימה האסיפה ה-34 של "איגוד מנהלי בתי מלון בישראל" במלון "שרתון מוריה" בתל אביב. את האסיפה פתח מנכ"ל משרד התיירות אלי כהן בסקירה ממצה ומרתקת על תעשיית התיירות בישראל. לדבריו, ההתייחסות לתיירות היא כאל ענף כלכלי לכל דבר, ענף שהולך ונעשה מוכר כמאיץ צמיחה במשק. "מושגי" התירות נעשו נחלת הכלל, אמר המנכ"ל, "כמו המושג שמיים פתוחים". לדבריו, שנת 2005 היתה אמורה להסתיים על פי התחזיות עם מיליון ושבוע מאות אלף תיירים, אחרי מיליון וחמש מאות אלף בשנת 2004. למעשה - הסתיימה 2005 עם מיליון ותשע מאות ועשרים אלף, הישג שיצר בנוסף גם 8,000 מקומות עבודה. תחזית השר, שהיתה 2 מיליון תיירים, כמעט הושגה והתחזית ל-2006 היא 3 מיליון. משרד התיירות מבצע טיפול אינטנסיבי בהגדלת נפח הטיסות לישראל - באמצעות מסעות פרסום בארצות יעד, סיבסוד מקומות טיסה לסוכני נסיעות ונסיון להקל בקבלת ויזות. "אין ספק", אמר המנכ"ל, שתשתית תעופתית נכונה תגביר באופן משמעותי את מיספר התיירים המגיעים לארץ. אחת הדוגמות לכך היא עליה בשיעור של 40% בטיסות הישירות לאילת, גידול שהניב 60,000 תיירים מעל לציפיות, עובדה שמוכיחה שצוואר הבקבוק לתיירות ניכנסת הוא החסמים בתעופה. "אם רוצים תיירים - צריך לפתוח את השמיים ולשנות את חוק התעופה שלא השתנה במשך ארבעים שנה". לדבריו, יש שיפור בעבודת הרשויות המקומיות שמתייחסות יותר ברצינות לאחזקה ולתשתיות. אלי כהן ציין גם את היעילות והולכת וגוברת של הפרסום שמשדר התיירות מבצע באינטרנט, במיוחד בארצות הברית. תוך חודש נחשפו לפרסומי משרד התיירות באתר "יאהו" מיליון ומאה אלף גולשים שביצעו עשרות אלפי הזמנות.

להשקיע בתיירות

המנכ"ל הוותיק של האיגוד ינוש דמון, דיווח בפרוט על פעילות האיגוד בשנה החולפת. הוא סקר את תוכניות הפעולה ואת המיפגשים המקצועיים, דיווח על הפורום המשותף עם אנשי התיירות הפלשתינאים בהשתתפות ובתמיכת משרד התיירות, העלה על נס את תרומתה של תעשיית התיירות לכלכלתה ולתדמיתה של ישראל ודרש מהממשלה להשקיע יותר בתעשיית התיירות. הוא הודה לחברות המסחריות שנתנו את חסותן לאסיפה: קבוצת מלם, סילברבייט ישראל, SEARCH HR. ינוש דמון שיבח את עבודתם של שר התיירות אברהם הירשזון ומנכ"ל המשרד אלי כהן, וציין שהם אולי הראשונים שמבינים את

אלי כהן - חתן פרס משה ברנע

כבכל שנה, הוענק "פרס המלונאות על שם משה ברנע" למי שנימצא ראוי לו. בניגוד לעבר, הפרס לא הוענק הפעם למלונאי אלא למנכ"ל משרד התיירות אלי כהן. הפרס הוענק לו על תרומתו ועשייתו להחזרתה ולקידומה של התיירות לישראל במהלך השנה שחלפה לאחר ארבע שנות משבר. בתעודה המהודרת שקיבל, צוין: הפרס ניתן לאלי כהן על גילוי יוזמה מקצועית רחבת היקף ועל פעילות יוצאת דופן לשיקום ולשיגשוג תעשיית המלונאות. מתן הפרס מהווה אות הוקרה מטעם איגוד מנהלי בתי מלון בישראל. משה ברנע, שליזכרו ולכבודו ניתן הפרס, ניספה עם רעייתו בתאונת דרכים בקנדה. הוא למד הנדסת תעשייה בטכניון ולמד לתואר שני בארצות הברית. במהלך לימודיו הצטרף לרשת "הילטון" הבין-לאומית, השתלם במלון "וולדורף אסטוריה" וקיבל את תפקיד סמנכ"ל מלון "הילטון איסטנבול". היה סמנכ"ל "הילטון תל אביב" במשך שש שנים, וכשפרש הקים את חטיבת המלונאות בחברה לישראל. הוא ניהל את הקמתם של מלונות "פלאזה ירושלים" (כיום "שרתון פלאזה") ו"פלאזה טבריה" (כיום "שרתון מוריה טבריה"). יחד עם שותפו שלמה פרן-זק הקים את חברת "מלונות קרן אור" שעסקה בניחול מלונות ברחבי הארץ.

2005: שנת שיא בלינות תיירים בתל אביב

במהלך שנת 2005 ביצע משרד התיירות בשיתוף התאחדות המלונות בתל אביב ועיריית תל אביב פעולות שיווק בצרפת, בגרמניה ובאנגליה. התוצאה – מתוך 2.72 מיליון לינות בתל אביב רבתי, כ-374 אלף לינות היו של צרפתים, מיספר שמהווה עליה של כ-30% לעומת 2004. מיספר לינות התיירים מגרמניה היה כ-114,000 וכ-188,000 לינות תיירים מאנגליה. בשנת 2005 הסתכם מיספר לינות התיירים במלונות תל אביב ב-1.64 מיליון – עליה של כ-40% בהשוואה לשנת 2004. תפוסת החדרים הממוצעת במלונות תל אביב בשנת 2005 היתה כ-67% לעומת 53% בשנת 2004. שר התיירות אברהם הירשזון מסביר כי פעולות השיווק של משרד התיירות להגדרת תל אביב כיעד של שמש ובילויים עבור התייר האירופאי נושאות פרי, ובכונת המשרד להמשיך בפעולות אלה גם ב-2006. הפעילות שהתבצעה בצרפת, בגרמניה ובאנגליה הונחתה על ידי אסטרטגיה חדשה שיוחדה לתל אביב, וכללה פרסום בטלוויזיה, באתרי אינטרנט, בעיתונות הכתובה ובמודעות על מוניות, על אוטובוסים וברכבת התחתית.

The Dual System

הכשרה מקצועית בגרמניה - רשמים מסויד לימודי

- דן ירדן -

כלכלן ראשי וממונה על יחסי העבודה בהתאחדות המלונות בישראל



דן ירדן: חידוש החינוך המקצועי בענף המלונאות



שיש מקום לפעול לחינוך ולהכשרה למקצוע המותאם לתנאים בישראל. יש להתאים את אורך הזמן של ההכשרה למנטליות הישראלית (לא יותר משנתיים), ליצור את התשתיות הנדרשות – הפיזיות והאנושיות כאחת – תוך מתן תיגמול הולם, תוך שימת דגש על יצירת דימוי חיובי שימשוך למגמה זו גם כוח אדם איכותי. לא מן הנמנע שענף המלונאות מתאים ויכול להוות פילוט ברימה הלאומית לפעילות זו שבהמשך תתפשט למקצועות נוספים. פעולת הכנה מתאימה בהובלה של "תעשיית המלונאות" בשילוב עם משרדי החינוך, התמ"ת ומשרד האוצר, תוך שילוב האיגוד המקצועי, עשויים להוביל לקראת פיתרון רצוי של חידוש החינוך המקצועי בענף המלונאות ואולי הצלחתו תהווה מודל לחיקוי גם בענפי משק נוספים.

גם הישראלית. על מנת לאמץ מסלול הכשרה מקצועית לפי השיטה הדואלית או דומה לה בישראל, כתנאי ראשון חייבים לחולל שינוי בגישה ובדימוי למהותה של ההכשרה למקצוע לא אקדמי. על פי הלך הרוח הקיים בציבור הישראלי, אצל ההורים והנוער כאחד קיים היעדר מוחלט של יוקרה למה שקרוי "לימודי מקצוע", וזאת בלשון המעטה. על מנת לחולל מיפנה בתפיסת עולם זו, נידרשת השקעה מסיבית ממושכת שצריכה להתחיל במערכת החינוך על כל שלביה. יש להשקיע, לטפח, ולתגמל עד כדי אפליה מתקנת, על מנת להשריש תפיסה חדשה וחיובית להכשרה למקצוע, שתוכל גם להוות תחנת ביניים במיסגרת מסלול קידום בעבודה ולימודים אקדמיים בהמשך.

על מנת לא להיות מנותק מהמציאות המלונאית בישראל, אני מוכן כמרבית המלונאים-המעסיקים היו משתלבים ומפעילים את ההכשרה המקצועית על פי השיטה הדואלית הגרמנית על פי כל הכללים עם כל המשתמע, גם מזווית ראייה כלכלית. בעיני המרכזית הינה אי קיומו של כוח אדם איכותי בגילאים המתאימים המוכן לראות את עתידו במקצוע המלונאות או במקצועות אחרים. קיימת התנגדות ללימודים ולעבודה במשך תקופה ממושכת יחסית, כשלוש שנים עד קבלת תעודת "מלונאי מוסמך", בתנאי שכר של כמחצית עד שליש משכר המינימום. חוסר הנכונות המנטלית, הדימוי והמכשלה של השירות הצבאי בישראל, יוצרים מציאות המונעת, נכון לעכשיו, אפשרות אימוץ שיטה זו בישראל. למרות השוני הקיים בין המציאות בגרמניה ובישראל, ובעיקר השוני המנטלי של הציבור הרחב ואולי גם השוני בגישתם של מרבית המעסיקים להשקעה בהכשרה מקצועית, אני מאמין

והתלמידים כמובן. מעבר לכך, פגישות במיסגרת המיפעלים, בהם שלושה מלונות מובילים – אינטרקונטיננטל בקלן, ריי-קרלטון בוולסבורג והייאט בברלין. ניתן היה להתרשם שבמלונות היוקרתיים שבהם ביקרנו ובמלונות שבהם התאכסנו מדרגת תיירות, "שהשיטה עובדת", זוכה להערכה ותמיכה מצד המעסיקים, והעובדים והתלמידים כאחד. במאמר מוסגר יש לציין כי בתקופת ההכשרה זוכים התלמידים לשכר חודשי בין 450 ל-650 ערו, תלוי בשנת ההכשרה בה הם מצויים, שהוא פועל יוצא של הסכמים קיבוציים בין אירגוני העובדים והמעסיקים. ובחזרה לשאלה איך למרות "חוסר האיזון" הכלכלי השיטה עובדת ומוכיחה את עצמה לאורך זמן? הכוונה בהיעדר איזון בעלות-תועלת, הינה, שהמעסיקים שנושאים באחריות הכלכלית לקיומה של ההכשרה המקצועית, משקיעים משאבים העולים על התועלת הכלכלית שהם מפיקים מהתלמידים בטווח המיידי בתקופת הכשרתם המקצועית. התשובות שהתקבלו לשאלה זו מכל הגורמים הינן לא בהכרח תשובות כלכליות, ומקורן בתחום התפיסה החברתית, המנטליות והמסורת של מאות שנים של הגרמנים, שיטה שצמחה מהגילדות בגרמניה והתפתחה לצורתה הנוכחית, תוך שילוב האיגודים המקצועיים והממשלות. כמובן שבהסתכלות ממלכתית קל להצדיק את השיטה "הדואלית הגרמנית", אך אנו מנסים להבין ולשפוט אותה בעיניים ישראליות, שבחנות כל הוצאה או השקעה בראיית התועלת הכלכלית המיידית והאינדיבידואלית של המשקיע. לפי המידע שקיבלנו, שיטת הכשרה מקצועית במתכונת זו מקובלת במספר מדינות קטן באירופה, ולתפיסתי שיטה זו לא תוכל להתקיים בתפיסה הכלכלית הקפיטליסטית של ארה"ב ואולי

יש לך חומר למדור כוכבים?

■ רשת מלונות "רימונים" מציעה חבילות פינוק לנשים לכבוד יום האשה הבין-לאומי. חבילות הפינוק כוללות ארוחת צהריים, טיפול ספא, שימוש חופשי בחדר הכושר, בסאונה, בבריכה וטיפול גוף נפש. החבילות מוצעות במלונות "רות רימונים" בצפת, רימונים "גלי כנרת" בטבריה וב"רימונים חרמון" שבו מוגשת גם ארוחת צהריים במסעדה הדרוזית של המלון.

■ במהלך השבוע שבו התקיים באילת פסטיבל "קלאסי בים האדום" היתה תפוסה מלאה במלונות בעיר ונימכרו יותר מאלף חבילות זוגיות ומשפחתיות למשך שלושת ימי הפסטיבל. הפסטיבל הוא מיזם משותף של משרד התיירות, עיריית אילת והתאחדות המלונות באילת.

■ חברת התיירות "טוריסנדה" החלה לשווק את ישראל כיעד מועדף לתיירות האיתלקית. זוהי תוצאה של חלק מהמגעים שניהל משרד התיירות ברחבי אירופה. חברת "טוריסנדה" מתמחה בשיווק חבילות נופש וסיורי תרבות ותשווק את ישראל באמצעות רשת של 4,000 משרדי נסיעות ברחבי איטליה. מינואר עד אוקטובר הגיעו מאיטליה כ-60,000 תיירים, 75% יותר מאשר בשנה שעברה.

■ יפו ניכנסת לתחום המלונאות: יוצא מיכרז על הפיכתה למלון של משטרת יפו שפונתה, כך גם מיבנה בית המכס ביפו ובנין מינהלת הנמל בחלקו הדרומי של הנמל מתוכנן מלון נוסף, ובית החולים הצרפתי יוסב למלון. יעשה נסיון לסיים את בנייתו של המלון ברחוב אשל שנימצא בידי כונס נכסים.

■ שיתוף פעולה בין רשת "ניו-פארם" לבין רשת מלונות "שרתון ישראל", הניב הגרלת חופשה זוגית באירופה, כולל טיסה ושהיה במלון, חופשות בארץ וימי פינוק וספא – על כל קניה ב-99 שקל בחנויות "ניו-פארם". מסע הפרסום למיבצע נערך בהיקף של חצי מיליון שקל והוא התקיים במשך כל חודש ינואר.

■ מלון "רנסנס" בתל אביב מציע חבילות אירוח ופינוק לחורף באמצע ובסוף השבוע: חבילת "מתפנקים" – לינה וארוחת בוקר, חדרים פונים לים, בקבוק יין ושווקולדים, 2 טיפולים לבחירה (רפלקסולוגיה, עיסוי ארומטי, שבדי, רפואי ומשולב) וכניסה חופשית למיני ספא. חבילת "רנסנסמג" – ארוחת בוקר, כניסה למיני ספא וטיפול. חבילת "רנסנספא" – ארוחת בוקר וכניסה למיני ספא.



מאז הקמתו הגיעו למלון "הילטון" בתל אביב בעלי ממון רבים במכוניות יוקרה. אך כלי התחבורה שבו הגיע רון מקגרידי מארצות הברית עוד לא ניראה בפתח המלון. הוא הגיע רכוב על אופניים יוצאות דופן בשם שליוחות שלום וסובלנות. כך הוא מייצג את "היוזמה הרוחנית של ז'נבה" למען פיוס ונגד אלימות וחוצה בדרכו יבשות וימים. הנהלת המלון ארחה אותו חנים – כתמיכה בפעילותו.

מצע מוצע למיפלגות

"התאחדות המלונות בישראל" קוראת למיפלגות להרתם לטובת תעשיית התיירות ולהוסיף אותו למצע המיפלגה:

– המיפלגה תתמוך בתיכנון מוקדי התיירות ושירותי התיירות בארץ תוך מתן עדיפות למוקדים ושירותים לתיירות הניכנסת.

– המיפלגה תעודד השקעות וסיוע לקיומה של תשתית מלונאית מתאימה לקידום תנועת התיירות הניכנסת ותיירות הפנים ובעדיפות ראשונה שידרוג ושיפוץ המלונות.

– המיפלגה תתמוך במדיניות ליברלית בתחום התעופה, תדאג לבטל הגבלות וחסימים שנוצרים כתוצאה מהתערבות הממשלה ומשרד התחבורה ותמנע הגבלת מספר טיסות ומושבים בקווי התעופה לישראל. כמו כן תדאג להתיר תחרות חופשית, ותעודד את חברות התעופה הסדירות וחברות השכר להוסיף טיסות וקווים חדשים מיעדים שבהם יש ביקוש לישראל.

– המיפלגה תדאג לחידוש התמיכה הממשלתית בתחום ההכשרה המקצועית בתעשיית התיירות והמלונאות.

– המיפלגה תעמיד את תעשיית התיירות בעדיפות עליונה כמנוף להגברת הצמיחה והתעסוקה במשק.

– המיפלגה רואה חשיבות רבה בקידום תעשיית התיירות כחיונית בכלכלתה של ישראל ולכן יש לעודד ולפתח.

– המיפלגה תדאג לקדם תוכנית ממשלתית לאומית לכלכלית רב-שנתית אשר תכיר בתעשיית התיירות כתעשייה "מחוללת צמיחה ותעסוקה" שתהנה מסדר עדיפויות גבוה במיוחד תוך התוויית תוכנית אסטרטגית ארוכת טווח.

– המיפלגה תתמוך בהקמת רשות לאומית לשיווק התיירות המשותפת למיגזר הציבורי והפרטי למיזמי פוטנציאל התיירות של ישראל.

– המיפלגה תדאג להקצות תקציב רב שנתי הולם למטרות שיווק בחו"ל ובארץ, תקציב זה ישמש למיבצורה מחדש של ישראל כיעד

אל תסתכל בקונוק אלא בתווית שעליו



ד"ר אלי כהן

אוכל ויין תוך התאמה לפלחי שוק ספציפיים בארץ ובחו"ל. מחקר נוסף אשר נעשה על ידי ד"ר כהן באוסטרליה בדק את נכונות הצרכן לשלם עבור כוס יין במסעדה. מתברר שמחיר היין הוא מרכיב חשוב בשיקול הסועד בבחירתו את המשקה המלווה את הארוחה (משקה קל או בירה למשל). מתברר שהסועד יהיה מוכן להחליף את המשקה המלווה את הארוחה בכוס יין אם מחירו של היין יהיה אטרקטיבי. נקודה זו היא בעלת חשיבות רבה למשווקי היין למסעדות ולמנהלי המסעדות בבואם לתמחר את היין. במחלקה לניהול מלונאות ותיירות ניתנת תשומת לב מיוחדת לנושא היין ושיווקו. חשיבות הנושא נובעת גם בהיותו מפתח לפיתוח תיירות יין, מרכיב חשוב בתיירות העולמית. מלבד הקורסים בתחומי המזון ומשקאות, לוקחים הסטודנטים חלק בסדנות מקצועיות בנושא היין. ד"ר כהן מדגיש כי במהלך הלימודים לתואר מקנים לסטודנטים פרספקטיבה רחבה בתחום המזון והמשקאות, החשובה לניהול מיזמים בתחום האירוח בכלל ובתחום המזון והמשקאות בפרט.

עמותת חמישים פלוס מינוס

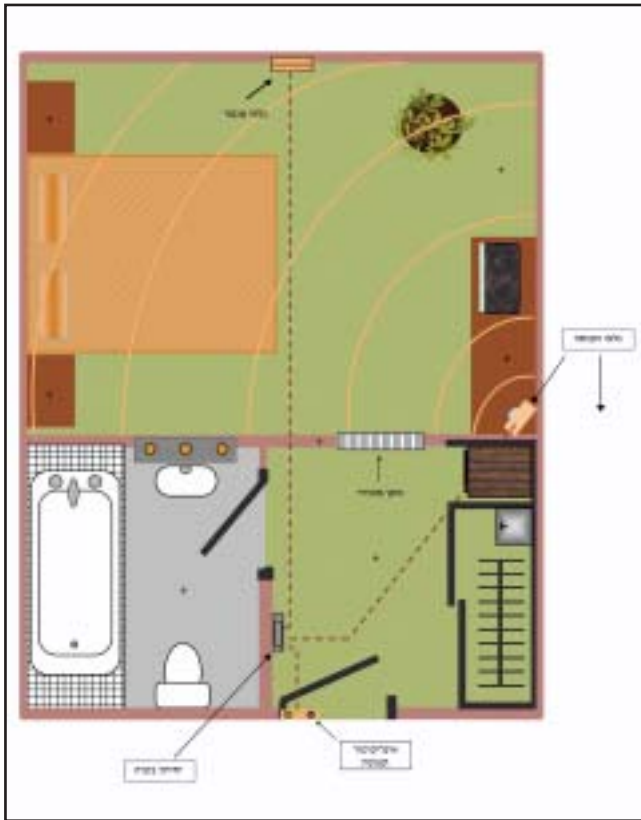
עמותת חמישים פלוס מינוס הוקמה לפני כחמש שנים על ידי קבוצה של בלתי מועסקים שחוו את קשיי האבטלה. הם החליטו לפעול בהתנדבות כדי למצוא מקורות תעסוקה למבוגרים ולעודד מעסיקים להעסיק מבוגרים – תוך הדגשת יתרונותיהם כעובדים מנוסים ומסורים. במקביל פועלת העמותה לשינוי חקיקה בנושא מבוגרים בלתי מועסקים. העמותה מתפעלת מרכז לתעסוקת מבוגרים בסיוע המוסד לביטוח לאומי, מקיימת סדנות תמיכה והדרכה, מפתחת מיזמים עיסוקיים ואתרי אינטרנט לתיווך בין מעסיקים לבלתי מועסקים. בין היתר – העמותה מפעילה קורס לרכישת כלים ומיומנויות למציאת תעסוקה. השירותים במרכז לתעסוקת מבוגרים (טלפון 03-5168148) ניתנים ללא תמורה גם למעסיקים וגם למבקשי תעסוקה.

בשנים האחרונות הולכת וגוברת המודעות ליין בקרב הצרכנים הישראליים וצריכת היין גדלה משנה לשנה בשיעור חד. שוק היין קיבל תנופה משמעותית עם הגידול ביצור, שימוש בטכנולוגיה, פיתוח זנים וריבוי מותגי יין. הצרכן כיום עומד נבוך בבואו לבחור יין מאחר וניצבים בפניו יינות מסוגים שונים. צרכן היין יכול אמנם להתעניין וללמוד על היינות השונים לפני הקנייה, אולם, רבים מהצרכנים קונים יין ללא ידע או ניסיון קודם, ובחירת היין הופכת מחוויה ל"דילמה" אשר עליו להתמודד איתה.

מחקרים אשר נעשו על ידי ד"ר אלי כהן מהמחלקה לניהול מלונאות ותיירות באוניברסיטת בן גוריון בנגב, הראו שהגורם המשפיע ביותר על הצרכן הישראלי בבואו לבחור בקבוק יין הוא המלצה על ידי חברים או על ידי המוכר בחנות. מחקריו של ד"ר כהן מראים כי הצרכן הישראלי מעוניין בהמלצות על מנת להוריד את הסיכון בקניה "לא נבונה", במיוחד כאשר לצרכן אין ניסיון או ידע מוקדם. הגורם השני בחשיבותו הוא המותג. על פי דעתו של ד"ר כהן, על המותג להיות בעל משמעות עבור הקונה הפוטנציאלי. ד"ר כהן מסביר כי מאחר ולמרבית הצרכנים ידע מועט בנושא, המסרים על תווית הבקבוק צריכים להיות קצרים וברורים, תוך ניסיון להעביר מידע מרבי על היין. התווית אשר מציינת את המותג צריכה לעורר אסוציאציה של איכות אצל הצרכן, הכוללת את כל המסרים שהיצרן רוצה להעביר לצרכן. מותג אשר ניתפס כאיכותי, יפתח אצל הצרכן נאמנות לכל סוגי היינות הנימכרים תחת אותו מותג. ד"ר כהן מצייין כי בניית מותג דורשת השקעה כספית ניכרת ודורשת טיפוח ושימור מתמיד.

מחקרים נוספים בתחום שיווק היין נעשו על ידי ד"ר אלי כהן בשיתוף עם קבוצת מחקר באוסטרליה בראשותו של פרופסור Larry Lockshin. גם המחקרים שנעשו באוסטרליה הראו שהמותג הוא הגורם החשוב ביותר בבחירת היין על ידי הצרכן. על המשווק לחשוב כיצד לבנות מותג יין ולשווק אותו לצרכן כמותג איכות. סוגיה זו נדונה בכנס אשר התקיים בחודש יוני 2005 בראש פינה, שאורגן ביוזמתו של ד"ר כהן. שותפים לכנס היו מועצת גפן היין בישראל, לישיבת המסחר ישראל אוסטרליה והמועצה המקומית ראש פינה. בימים אלה נערכים מחקרים המתמקדים בהבנת צרכני היין ותיירות היין. למחקרים אלה שותפות קבוצות מחקר ממדינות כמו אוסטרליה, ניו זילנד, צרפת, איטליה וארה"ב. במסגרת מחקרים אלה, ד"ר כהן אחראי לתיכנון המחקרים והוצאתם אל הפועל. עבודות המחקר מתמקדות בלימוד התנהגות צרכני היין הן בארץ והן בעולם. לימוד העדפות הצרכנים יאפשר להציע יינות ותיכנון תיירות

חיסכון בצריכת חשמל



חברת "מונטפורט פתרונות איכותיים" מספקת פיתרון אולטימטיבי לחיסכון בצריכת חשמל במלונות. מערכת החיסכון החדשנית של "מונטפורט" מכבה באופן אוטומטי את המזגן והתאורה בחדרים עם יציאת האורח מהחדר - ובכך פוחתת באופן משמעותי צריכת חשמל. ניתן לתכנן את כיבוי מערכות המיזוג והתאורה לפרק זמן מוגדר מראש אחרי היציאה מהחדר, ובכך לשמור על הטמפרטורה הרצויה וגם לחסוך באנרגיה באותה עת. ההתקנה של מערכת החיסכון מתבצעת בקלות ובמהירות, ובגלל העלות הנמוכה יחסית ההשקעה מחזירה את עצמה תוך חמישה עד שמונה חודשים. המערכת ניתנת להתאמה לשומרי שבת. נוסף על החיסכון בצריכת אנרגיה, המערכת גורמת להפחתה בתדירות בהחלפת נורות, חוסכת בעלויות בתחזוקה של המזגנים ומייעלת את מערכת המיזוג. הדגמה מלאה תתבצע ברצון וללא התחייבות בפניה לטלפון 04-9571405.



השחקן הבריטי בוב הוסקינס בילה במלון "דיוויד אינטרקונטיננטל" בתל אביב כשהגיע לפסטיבל הקולנוע הבריטי שבמיסגרתו הוקרן סרטו "גברת הנדרסון גאה להציג". בצילום: עם מנכ"ל המלון דיוויד כהן.



בפברואר 2006, במיסגרת חורף קלאסי באילת, יצא לדרך פסטיבל חדש של מוזיקה קאמרית בין-לאומית ביוזמת עיריית אילת, בשיתוף ובניהול מינהלת הים האדום. המנהל האמנותי הוא לאוניד רוזנברג - כנר, מנצח ומנהל הקונסרבטוריון למוזיקה באילת. מפיקים: ז'רז'בסקי יזמות. אירועי הפסטיבל התקיימו באולמות רחבי העיר בשיתוף התאחדות המלונות, בהם אולם "ישרוטל WOW" ואולם מלון "הרודס". לשוחרי המוזיקה הותאמו חבילות נופש ייחודיות. צילום: דנה רוס

רשת אקור כלל מפנקת: נובוטל אפ גרייד

מלונות "נובוטל" בירושלים ובים המלח מקבוצת רשת "אקור כלל", יצאו במיבצע מפנק: "שדרגו עצמכם מתי שתמצאו. כל אורח ב"נובוטל" בירושלים או בים המלח שירצה לשדרג את החדר שהזמין, יוכל לעשות זאת במקום, ללא הזמנה מראש, על בסיס מקום פנוי. תמורת תוספת של 15 דולר יהיה ניתן לשדרג את האירוח לחדר דה לוקס ולקבל סלסלת פירות, שוקולדים, בקבוק מים מינרליים גדול ועיתון יומי. תמורת תוספת של 30 דולר יהיה ניתן לשדרג את האירוח לסוויטה ג'וניור עם כל הפינוקים ולקבל בקבוק יין, צלחת עוגיות, שוקולדים, פירות, בקבוק מים מינרליים ועיתון יומי. סמנכ"ל השיווק של רשת "אקור כלל" עודד מרקוס, אומר כי מטרתה של התוכנית החדשה להפוך את השדרוג לזמין יותר עבור כולם. "תמורת סכומים לא גבוהים, אנו מציעים לקהל הלקוחות להנות מידידת מתנאים מפנקים ומחופשה מהנה יותר".



מלון "רנסנס" הנימנה על רשת "מריוט" העולמית, מציע חבילת פינוק מיוחדת לליל הכלולות ולאירועים משפחתיים אחרים בינואר ובפברואר: לינה וארוחת בוקר, בלונים ופרחים בחדר, שמפניה ופינוקי מתוקים, חלוקים, שידרוג לקומה גבוהה עם נוף לים, בחירה בין עיסוי שבדי, משולב, ארומטי ורפלקסולוגיה, כניסה למיני ספא הכולל בריכה מקורה, ג'קוזי וסאונה רטובה ויבשה, הגעה מוקדמת, עזיבה מאוחרת וחנייה חינם.

נחתם הסכם בין רשת רימונים למלון קרלטון בנהריה

שהוקם לפני כארבעים שנה, נבעה ממיקומו האטרקטיבי של המלון בלב נהריה, אשר סביבו מוצע שפע של פעילויות נופש ואטרקציות תיירותיות. בשלב זה המלון ניסגר לכשלושה חודשים לצורכי שיפוץ מאסיבי בהיקף של 15 מיליון שקל, והוא צפוי להיפתח במרץ 2006. במסגרת השיפוץ יחודשו השטחים החיצוניים והפנימיים של המלון, כולל 200 החדרים שבמלון, חדר האוכל והלובי. במלון יוקם ספא חדש, חדר כושר חדשני, אולם כנסים ואירועים וטרקלין עסקים חדיש ומאובזר. עם פתיחתו יציע המלון מיגוון סוגי חופשות ונופש למשפחות, לזוגות, לאנשי עסקים ולתיירים.

רשת מלונות "רימונים" מקבוצת "הכשרת היישוב", חתמה על הסכם עם מלון "קרלטון" נהריה למתן שירותי ליווי מלונאי הכוללים: שיפוץ, תיפעול שוטף, שיווק ומכירות. מנכ"לית רשת מלונות "רימונים" חמדה הופמן, מסרה כי החלטתה של ההנהלה להרחיב את תחום ניהול המלונות, נבעה בין השאר מההתאוששות המשמעותית בענף המלונאות ומכך שמדובר במודל רווחי ויעיל המאפשר לבעלי המלונות להנות משירותי ניהול מקצועיים של רשת גדולה ומיומנת. בשנה הקרובה בכוונת הרשת להמשיך ולהרחיב את מיספר המלונות המנוהלים על ידה, הבחירה במלון "קרלטון" בנהריה,

2005 - שנת מיפנה באילת

מנורווגיה, מהולנד ומרוסיה, אשר הפעילו בחורף הנוכחי כ-12 סדרות שבועיות של טיסות שכר. אלה בלבד צפויות להביא בשנת 2006 כ-80,000 תיירי שכר לעומת 50,000 שהגיעו בשנת 2005 לעיר. דוד פתאל צופה שמגמה זו תימשך ובתוך שנתיים-שלוש תחזור רמת השיא של שנת 2000, כאשר ב-2007 יהיו יותר מ-1.7 מיליון לינות תיירים וב-2008 כ-200,000 תיירים בטיסות ישירות. לינות הישראלים באילת מהוות כיום בין 45% ל-50% מסך כל לינות הישראלים בישראל.



מיליון לינות יותר

הירידה הגדולה במיספר התיירים שהגיעו לאילת בין השנים 2000 ל-2004, הביאה את השוק המקומי למקסם את מאמציו וזה הביא להישגים - בשנה האחרונה גדל מספר לינות הישראלים באילת במיליון לינות! (מ-4.5 בשנת 2000 ל-5.5 בשנת 2005). פעולות השיווק המשותפות שהתחילו בשנת 2005 יימשכו בשנת 2006 ויכללו סיוע מסיבי לסיטונאי תיירות שהתחייבו להפעיל טיסות שכר ישירות לאילת.

דוד פתאל, הבעלים של רשת מלונות פתאל ויור"ר התאחדות המלונות באילת, מסכם את שנת 2005 ומעניק צפי לשנת 2006: שנת 2005 היתה שנת מיפנה בתיירות הניכנסת לאילת. לאחר שבמשך כחמש שנים (בין 2000 ל-2005) הגיעו לאילת טיסות שכר ישירות מבריטניה ומצרפת בלבד, החזיר שיתוף הפעולה שנחתם בעזרתו של שר התיירות את סיטונאי התיירות מבריטניה, מצרפת, משבדיה, מדנמרק,

בפרנקפורט

– עדי שטרנברג –

דרייק, שעיצב שורה של כדורים פורחים ענקיים מביים אשר עיטרו את אולם האירועים היפהפה בו נערכה תצוגה חגיגית באחד מערבי היריד עם מוטו בולט של "גלובליזציה, למרות הכל..."

אם שאלתם את עצמכם כיצד יראו מלונות העתיד מבחינת העיצוב הפנימי, האיבזור בתחום מוצרי הטקסטיל – ניתן בהחלט לדבר על בידול. מחד מצאנו ביריד לא מעט מוצרים שיגרתיים, חדגוניים ואפילו כאלה שעיצובם חדשני אך איכות החומרים מהם הם מורכבים מלמדת על חשיבות אלמנט המחיר בתעשייה זו. מאידך – לא מעט מציגים, ביחוד ממדינות שבעבר שימשו כמעצמות טקסטיל, כמו ספרד, פורטוגל, איטליה ואפילו ישראל, ומעמדן נישחק עקב תחרות עזה מצד מדינות במזרח הרחוק (סין, הודו, פקיסטן), הבינו שאפשר להתקיים ואפילו להצליח גם בעידן כזה. כושר ההישרדות ואפילו ההצלחה שלהם תלויה ביכולת ליצור יחוד למוצרים מבחינת איכות חומרי הגלם והגימור, עיצוב יוצא דופן והתאמה לקניינים וללקוחות שעבורם המחיר אינו האלמנט הקריטי. מדובר בעיקר במלונות ברמות הגבוהות יותר ומלונות בוטיק המחפשים ליצור לעצמם יחוד בין השאר בתחום עיצוב הפנים של החדרים והשטחים הציבוריים. אם תקחו לדוגמה חדר או לובי ששיטחו קטן – הודות לזוויות, למרבדים, לבדי ריפוד, לכלי מיטה, לכיסויים יפייים ואיכותיים, לאהילים מסוגננים ולשילוב של צבעים נעימים לעין, ניתן ליצור שינוי מהותי במראה החדר ובתחושה שהוא משדר בקרב האורחים.

בין אלפי הביתנים מצאנו גם כתרסר חברות ישראליות שהציגו מוצרים איכותיים. חלקן ביטאו את ההתמחות ברוב העליון של השוק, אחרים העדיפו שיתוף פעולה עם מותגים מצליחים מחו"ל. התלהבו מהעיצוב המרענן של כלי המיטה האיכותיים ובדי הריפוד המשובחים של חברות מגרמניה ומאיטליה, ממיבחר של מגבות ומעילי אמבטיה עבים ומפנקים שהגיעו מפורטוגל, ממגוון המוצרים שמקורם במדינות שכנות כמו מצרים ואפילו סוריה, שהציגו את מוצריהן בקטלוגים בחסות מכוני היצוא ולשכות המסחר שלהן.

באתר הבית של חברת הירידים של פ ר נ ק פ ו ר ט , מ S E S S E F R A N K F U R T אפרש להתרשם ממגוון רחב של מוצרים וכן להתודע מקרוב ליותר מ-20 קטגוריות של מוצרים בכתובת האינטרנט

www.heimtextil.messefrankfurt.com

באתר של חברת הירידים בעברית אפשר להתרשם מהתערוכות הקרובות בתחומים דומים:

www.messefrankfurt.co.il

תעשיית התיירות היא תעשייה של חלומות ובתי המלון המתחרים אחד במשנהו בכל מקום בעולם עושים את המיטב כדי ליצור לעצמם תדמית מפנקת, זוהרת, כזו שתאפשר לאורח המגיע לשהיה למטרת חופשה, עסקים או ירח דבש לזכור לטובה את השהיה ואם אפשר לשוב ולשהות במלון או להמליץ עליו לכל מי שרק אפשר.

בעידן שבו רבים מהמלונות רוצים ליצור לעצמם בידול – אחד האמצעים הבולטים הוא תחום העיצוב, בעיקר במה שנוגע לעיצוב השטחים הציבוריים והחדרים. בתחום זה יש חשיבות מכרעת לא רק למרכיבים כבדים כמו ריהוט, אביזרי חשמל ומיקומם, אלא גם לאותם אלמנטים המקנים את הערך המוסף במה שנוגע לאיכות ולעיצוב כלי המיטה, המגבות, הווילונות, השטיחים ושאר מוצרי הטקסטיל ההופכים חדרים חדגוניים, טרקלינים ואולמות ציבוריים למקום שנעים לשהות ולבלות בהם. באמצעות השקעה באותם פריטים, אפשר גם לשרג מלון קיים, למצב אותו מחדש ולשנות את אופיו. אלמנטים אלה קובעים לא מעט, ולעתים במידה לא פחותה מאיכות האוכל המוגש במסעדות והיצע השירותים של המלון, אם האורח ינהג משהייתו ויהפוך ללקוח נאמן.

יריד HEIMTEXTIL הנערך בכל שנה בחודש ינואר ב-MESSE, FRANKFURT מרכז הירידים של פרנקפורט, נחשב ליריד המסחרי הגדול מסוגו בעולם בתחום מוצרי הטקסטיל הביתי – כל אותם מוצרי טקסטיל חיוניים בהם משקיעים המלונות סכומים לא מבוטלים בכל שנה.

בין אלפי הביתנים והדוכנים ביריד ניתן היה למצוא לא מעט קניינים ואנשי מקצוע כמו מעצבים שהגיעו מטעמן של רשתות המלונות הגדולות בעולם וגם של מלונות בוטיק רבים, בהם כאלה הנימצאים בתהליכי בניה או שיפוץ. ביניהם מצאנו גם לא מעט קניינים ואנשי מקצוע מישראל, כמו אדריכל המתמחה בעיצוב אטרקציות תיירותיות. חלקם באו ל-HEIMTEXTIL כדי לרכוש מוצרים, אחרים באו כדי לצלם בעיניים, שכן רשמית אסור לצלם בשטחי היריד (אלפי הסינים שהסתובבו בלי הפוגה בין הביתנים וחיפשו הזדמנות לצלם בלי שיתפסו אותם בקלקלם, היו סימן לכוונת האמיתית). רבים אחרים באו כדי להתרשם מהיריד היפהפה, לקלוט רעיונות המתאימים גם לתחומים אחרים או פשוט להנות מחגיגה של רעיונות עיצוביים, שילוב צבעים והיכרות עם תעשייה שעוברת מהפך מהותי בשנים האחרונות. ביטוי לטון האופנתי של היריד נתן מעצב העל של היריד אדריכל הפנים האמריקני ג'יימי

מהפכה בסטארוד

הגיעו לכנס מרצים אורחים בעלי שם עולמי שתמכו בדעתו כי השירות במלונות צריך לעבור דרך המותג ולהיות חדשני. בכנס הוחלט כי המלונות במוטג "שרתון" (הכוללים את "שרתון ישראל") שזהו המותג המוביל ב"סטארוד", יתמקדו בהתחייבות לשירות חם, נוח וקשר אישי עם האורח – warm, comfortable & connection. החברה החליטה להשקיע במיוחד בחיזוק המותג "שרתון" שהוא המותג המרכזי בין מותגי "סטארוד".

מנכ"ל "שרתון ישראל" אלי גונן שהשתתף בכנס, אמר שהיה מרוצה מהמסר של הכנס כי כבר בשנה האחרונה "שרתון ישראל" התחילה, ביזמתה, בדיוק באותו תהליך של התחברות לאורחים באמצעות עולם החוויות והאמוציות. הנושא יקבל תנופה נוספת בפורום 1, שהוא הכנס השנתי של כל שדרת הניהול של "שרתון ישראל". הסמנכ"ל למשאבי אנוש של "שרתון ישראל" יואב בכר אמר, כי יקבל תשובה חיובית מנשיא מותג "שרתון" ב"סטארוד" ג'ו גלצ'ין, שישתתף בכנס השנתי של "שרתון ישראל".

לכנס השנתי של חברת "סטארוד" שהתקיים בסאן דייגו, הגיעו כ-2,000 איש מכל העולם – בעלי מלונות, מנכ"לים ואנשי ההנהלות הבכירות של הרשתות המייצגות את "סטארוד" בעולם.

בכנס הכריז מנכ"ל "סטארוד" סטיב הייאר על מהפכה: מעכשיו תהיה "סטארוד" חברת לייף סטייל המנהלת את המותגים הנימצאים במלונות. את המהלך מובילים המנכ"ל סטיב האירי, הסמנכ"ל לשיווק והסמנכ"ל למשאבי אנוש של "סטארוד".

סטיב האירי, פריק של מותגים, הגיע רק לאחרונה לנהל את "סטארוד" לאחר שנות עבודה רבות בחברת קוקה קולה ובדיסני. בכנס השנתי הציג את "האני המאמין" שלו שמתבסס על מותגים – מותגי לייף סטייל: "אנו רואים הזדמנויות עצומות בהמשך כאשר נתחיל להפוך את עצמנו לחברת צרכנות – Life Style בעלת מותגי מלונות ברמה עולמית – לא רק חברת מלונות עם חדרים ומיטות להשכרה". פן נוסף של מחוייבות היא מחוייבות אישית של כל עובד של הטבעת חותם אישי של התנהלות העובד כלפי האורח.



מיכאל חן - איש השנה בתיירות באילת

הממונה על השיווק האזורי במשרד התיירות באילת מיכאל חן, ניבחר לאיש השנה בתיירות באילת. הבחירה נעשתה על ידי עיריית אילת, קניון מול הים, מתנ"ס אילת ועיתון "העיר אילת".

במהלך עבודתו במשרד התיירות, מילא מיכאל חן תפקידים רבים: ממלא מקום מנהל נציגות משרד התיירות בצרפת, קונסול התיירות של ישראל במערב התיכון בארצות הברית, מנכ"ל ויו"ר ועדת השיווק של התאחדות המלונות באילת וניספח תיירות של ישראל בסקנדינביה. הוא עסק בהצלחה בשיווק תיירות לישראל, בקידום השקעות בתעשיית התיירות, בפיתוח תיירות כללית, תרבותית ודתית ובפיתוח תיירות שכר לאילת. בשנת 1997 העניקה התאחדות המלונות באילת אות הצטיינות למיכאל חן.

ירושלים מובילה בלינות תיירים בשנת 2005

ירושלים ממשיכה להוביל במספר לינות תיירים בשנת 2005 עם 2,113,400 לינות (לעומת תל אביב – 1,622,300 ואילת – 660,000). מגמת העליה בירושלים הינה הגבוהה ביותר לעומת 2004, (בירושלים קיימת עליה של 58% במספר הלינות לעומת תל אביב – 38%, אילת – 25%). כך עולה מנתוני "התאחדות המלונות בישראל".

גם בתחום של לינות ישראלים קיימת עליה: 816,100 לינות ישראלים בירושלים בינואר-דצמבר 2005, יותר בהשוואה לתקופה המקבילה ב-2004. ירושלים היא בין היחידות שנמצאת במגמת עלייה לעומת 27% – (תל אביב – ירידה ב-12%, אילת – 0%).

לגבי לינות תיירים וישראלים בתקופה ינואר-דצמבר 2005, ירושלים נימצאת במקום השני, אחרי אילת ולפני תל אביב. 2,929,500 לינות תיירים וישראלים בינואר-דצמבר 2005, עליה של 48% בהשוואה לתקופה המקבילה ב-2004, מגמת העלייה הגבוהה ביותר בארץ. מנהל רשות התיירות בירושלים איקי בר יוסף, מצפה כי בשנת 2006 תימשך מגמת השיפור והעלייה בתיירות לירושלים, שנה שתהיה אף מוצלחת יותר מקודמתה. לדבריו, עיריית ירושלים נערכת לקליטת מיליוני תיירים ומבקרים בשנה הקרובה.



מנכ"ל מלון "דניאל" בהרצליה אורי שלמון זכה בלחיצת יד מנשיא ארצות הברית לשעבר ג'ימי קרטר ב"כנס הרצליה" שהתקיים במלון על ידי "המרכז הבין תחומי". לקראת בואם של 2,500 המשתתפים, בוצעה במלון סידרת שיפוצים שאיפשרה להפעיל ללא תקלה את חדרי האחמ"ם ועשרים וחמישה אולמות ההרצאות. מנכ"ל חברת TAMARES HOTELS RESORTS & SPA המפעילה את המלון, רפי ויינר, הביע שביעות רצון מהפגנת היכולת המקצועית של המלון ועובדיו ורואה ב"כנס הרצליה" את גולת הכותרת של רמת המלון.

נעילה מתקדמת

חברת "מונטפורט" החלה בהתקנת נעילה חכמה לחדרים במלון "נוף" בחיפה. המערכת פועלת באמצעות כרטיסים מגנטיים המאפשרים שימוש גם לשומרי שבת באמצעות פתיחה מכנית. חברת "מונטפורט", שפועלת משנת 1997, מייבאת ומשווקת שישה סוגים של מערכות נעילה לחדרים באמצעות כרטיסים חכמים, מגנטיים ואחרים, מן המשוכללות והחדשות ביותר. כל המנועילים עומדים בכל דרישות התקן האירופי והאמריקני.

יש לך חומר למדור כוכבים?



מנכ"ל מלון "פסטורל" דובי בנארי אירח את עמנואל הלפרין שהופיע בשנסונים צרפתיים ואת השפית הנודעת קלודין קנדינוף ממסעדת "קלודין" ביהוד, במסגרת סופי שבוע מוזיקליים שנערכו במלון בניהוח צרפתי. התפוסה המלאה במלון העידה על רמת השנסונים והארוחות. בצילום: המנכ"ל דובי בנארי (שני מימין), השפית קלודין קנדינוף (שלישית מימין) וצוות המלצריות. צילום: עומר שביט.



עובדי חברת התיירות המקוונת "גוליבר" חגגו במלון "כנרת ספא" בטבריה חמש שנים להקמת החברה. המלון ניסג לאורחים לרגל האירוע וארח את החוגגים במסיבת ענק. מנכ"ל "גוליבר" צביקה קרפל העניק פרסים לעובדים המצטיינים והפגין את כישוריו בריקודי בטן. מלון "כנרת ספא" (לשעבר "אחוזה נוף הר") הוא מלון בוטיק בעיצוב רומי, נישקף אל הכנרת ואל הרי גולן ומפעיל סאונה וחדרי טיפולים.

חברת "נסטלה פוד סרוויס", חטיבת השוק המקצועי של קבוצת "אסם", מסיימת את שנת 2005 עם הסכמים בהיקף של 50,000,000 שקל עם הרשתות המובילות בארץ. לאחרונה חתמה "נסטלה פוד סרוויס" על הסכם לשלוש שנים עם רשת "מלונות דן". הסכם זה חותם את שנת 2005 עם הסכמי מזון בין "נסטלה פוד סרוויס" ורשתות המלונות המובילים בארץ בהיקפים של כ-50,000,000 מיליון שקל בשנה, וממצב את "נסטלה פוד סרוויס" כספקית המזון המובילה בתחום השוק המקצועי. במסגרת שיתוף הפעולה תספק חברת "נסטלה פוד סרוויס" לרשתות דן, פתאל, הולידי אין וישרוטל מוצרים הנותנים פתרונות, ממיגון חברות

קבוצת אסם: אסם, טבעול, תפוג, עוף טוב, מילוטל ובית השיטה. מנהלת "נסטלה פוד סרוויס" איילת רוזן: "החתימה על הסכם עם רשת "מלונות דן" מסיימת את השנה הראשונה של "נסטלה פוד סרוויס" אשר בסופו עומדת "נסטלה פוד סרוויס" כספק המוביל בארץ בתחום המלונות. תחום המזון במלונות הוא תחום עליו נישען המלון והוא יכול לקום וליפול בשל טיב המזון ואיכותו. "נסטלה פוד סרוויס" דואגת לספק סל מוצרים מותאם ויחודי למיטבח הדינמי והאיכותי של המלונות ושומרת על רמת מזון גבוהה במלונות, כך שכל מלון הקשור איתנו יצטיין בטריות, באיכות ובסטנדרטים גבוהים."

בשורה למחוסרי העבודה: אין אבטלה במלונות

בזכות ההתאוששות בתיירות והגידול במספר התיירים המגיעים לארץ, מדווחים המלונאים על מחסור חמור בכוח אדם ועל קושי בגיוס עובדים חדשים. יו"ר ועדת העבודה בהתאחדות המלונות בישראל אהרן שחם, מסר כי מלונות אילת מעוניינים להחליף את 550 העובדים הזרים במלונות – בעובדים ישראלים. כדי לדרבן צעירים ישראלים להצטרף לענף, נותנים המלונות מענקים שונים, בין היתר מענקי התמדה לעובדים, סיוע בדיוור, אפשרויות קידום מהיר, הטבות שכר ופעילות חברתית מגוונת אחרי שעות העבודה. בירושלים מורגש בימים אלה מחסור כבד של מאות עובדים בכל הרמות, המקצועות והמחלקות: ממנהלי קבלה (בעלי ידע בשפות), ראשי מחלקות, עובדי משק וכלה בעובדים זוטרים יותר. גם בתל-אביב הבעיה בימים אלה חריפה, והמלונאים מנסים לגייס מאות עובדים, בעיקר לקראת פסח ועונת השיא - הקיץ. בשל מצוקת העובדים, מביאים מלונות תל אביב וירושלים עובדים בהסעות מקרית גת, משרדות ומאשקלון. במסגרת הכוונה לעודד עובדים להצטרף לענף, בנו מלונות ים-המלח ומלונות אילת יחד עם שירות התעסוקה תוכנית סיוע בדיוור כדי לגייס עובדים מכל הארץ. המחסור בכוח אדם מגיע גם למלונות בצפון הארץ ובאזורי פריפריה אחרים. משרד האוצר מודע למחסור העובדים במלונות ומסייע ל"התאחדות המלונות בישראל" לבנות תוכנית עבודה משותפת, על מנת למשוך עובדים חדשים לענף.

שירות V.I.P. חדש ברשת קלאב הוטל

רשת "קלאב הוטל" מטמיעה שירות V.I.P. חדש ומשיקה מערכת מחשב לזיהוי אח"מים מרגע כניסתם למלון עד לעזיבתם. המערכת תאפשר לצוות המלון לזהות אח"מים שמתארחים במלון ולהעניק להם שירות V.I.P. הכולל חבילת הטבות מיוחדת, יחס אישי ושירות מיוחד לאנשי עסקים. שירות V.I.P. כולל חבילת שירותים מיוחדים לאח"מים הנושפים במלון, ביניהם: עיתונים בוקר יומיים וכלכליים לפי העדפה אישית, שירות מיוחד לגיהוץ וניקוי יבש, עמדת מחשב ואינטרנט בסוויטת המלון לפי דרישה, מידע עדכני על מסעדות,

מלונות פתאל החלו להשתמש במודול SMS של חברת סילברבייט

רשת "מלונות פתאל" היא הרשת הראשונה בעולם המסוגלת לשלוח הודעות SMS מתוך התוכנה המלונאית שלה וכחלק מתהליכי העבודה הרגילים במלון. מודול SMS של "סילברבייט" מאפשר מישלוח הודעות SMS לכל מכשיר סלולרי נייד ישירות מתוכנת "אופטימה". המודול מאפשר לבצע בצורה אוטומטית מיספר תהליכים, שדרשו בעבר תשומות של זמן וכוח אדם תוך שימוש במידע הקיים בבסיס הנתונים של המלון. מיגוון האפשרויות לניצול מודול ה-SMS ב"אופטימה" הוא עצום: החל מהודעה ספציפית ללקוח בודד ועד למישלוח הודעות SMS קבוצתיות על פי חתכים שונים.

הודעה לאורח שהגיע למלון כי חדרו מוכן

במלונות רבים קורה שאורחים מגיעים בבוקר כאשר עדיין אין חדר מוכן עבורם. "אופטימה" יודעת לרשום כי האורח נימצא במלון אך עדיין אינו רשום בחדר. מיד כאשר החדר ירשם בתוכנה כנקי ומוכן, תישלח לאורח באופן אוטומטי הודעת SMS. כך נחסכים למנהל הקבלה וצוותו העבודה, הזמן ותשומת הלב הכרוכים במידע על מצב החדרים ובאיתור האורחים המתמינים לחדרים. מצד שני, גם האורחים לא יטרדו את צוות הקבלה בשאלות על מצב החדר.

הודעות קבוצתיות ושיווק באמצעות SMS

בהודעת SMS משתמשים במדיום המילה הכתובה. מקובל להניח כי למילה הכתובה יש עדיפות על פני המילה המדוברת, וכי המישפט המנוסח בכתב נחקק בתודעה טוב יותר מהמישפט המדובר. מאפשרת מישלוח הודעת SMS סטנדרטית במספר שפות ללקוחות המלון על פי חתכים שונים, לפרסם מיבצעים לאורחים מסוגים שונים ולשלוח הודעות שיווק של המלון. שליחת הודעות ב-SMS בעקבות פילוח נכון ומתאים תיעשה במידה וללא הטרדה של האורחים, ואולי להיפך, כי מי לא ישמח לקבל הודעות מזל טוב ליום הולדת, ליום נישואין וכי?

הודעה למנהל תורן ואחרים על הגעת VIP למלון

אפשרות נוספת לשימוש בהודעות SMS היא כאשר אורח חשוב מגיע למלון, והנהלת המלון מעונינת

נסטלה פוד סרוויס מובילה את שוק המזון המקצועי: הסכמים בהיקף 50 מיליון שקל עם המלונות המובילים

צווי ארנונה - חייבים לקרוא!

מאת יוסף עוזי לוי - סמנכ"ל ואילת נהרי - כלכלנית בכירה

ארנונה ניהול נכסים ויעוץ

צווי הארנונה של הרשויות המקומיות השונות, שונים זה מזה לעיתים כהבדלי יום ולילה, אולם בדרך כלל מחולקים הצווים לארבעה חלקים עיקריים: המקור החקיקתי-תחוקתי לצו; עקרונות, הגדרות והסברים; רשימת תעריפי הארנונה לפי סיווגי הארנונה, סוגי הנכסים הבניינים והאזורים; תנאי תשלום, הנחות ופטורים. בכל חלק מחלקים אלה יכולים להיות פגמים אשר עלולים להשפיע על חיובי הארנונה המוטלים על הנישומים, ועל כן, בבואנו לבדוק האם חיובי הארנונה המוטלים עלינו הינם כדון, יש לבחון בעיון כל חלק וחלק בצו.

חלק א' - המקור החקיקתי-תחוקתי לצו

בחלק זה מכריזה למעשה מועצת הרשות המקומית על החלטתה להטיל חיובי ארנונה לשנה הספציפית, וזאת בהתאם לסמכות החוקית אשר הוקנתה לה לעשות זאת. סעיף 276 לפקודת העיריות קובע: "החלטת מועצה דבר הטלת ארנונה כללית תתקבל לא יאוחר מיום 1 בדצמבר שלפני שנת-הכספים שלגביה מוטלת הארנונה". מועצת העיר צריכה להתכנס לפני יום 1/12 בכל שנה לישיבה מיוחדת (שלא מן המניין), בה ידון אך ורק צו הארנונה של שנת הכספים הבאה. כל חריגה מדרישות אלה עשויה להביא לבטלות צו המיסים, כלומר, כל תעריפי הארנונה יועלו בשנה זו אך ורק כפי שנקבע על ידי השרים ואין לרשות אפשרות לקבל היתרים להעלאות חריגות באותה השנה. אין כל צורך באישור השרים לצו הארנונה אשר אושר על ידי מועצת העיר, אלא אם נערכו בו שינויים לעומת צו הארנונה לשנה הקודמת, אשר משפיעים על גובה חיובי הארנונה - או אז על העיריה לפנות לשרי האוצר והפנים לקבל אישור לאותם שינויים. ללא אישור זה, בטלים הסעיפים בהם חלו השינויים. בבחינת עמידת הרשות בדרישות החוק, עלינו לבחון אם לא ניתנו הוראות מתקנות להוראות פקודת העיריות, וזאת במיוחד באותן שנים בהן חל איחור בהגשת התקציב, עקב נסיבות פוליטיות ניתן - כך, לדוגמה, בשנת 2005 ניתן היתר לאישור צו הארנונה עד ליום 5/5/2005, ולא עד ליום 1/12/2004.

חלק ב' - עקרונות, הגדרות והסברים

לכל עירייה ישנה סמכות כמעט מלאה להגדיר בעצמה את המכניזמים היוצרים את שיטת החיוב בארנונה, ועקב כך נוצרה שונות עצומה בהגדרות השיטות בין הרשויות. בחלק זה של הצו יופיעו, בדרך כלל מיספר פרטים: 1. הגדרות בסיסיות: כגון מהו נכס, מה כלול בשטח הבנין, מה כלול בשטח הקרקע, מהי יחידת החיוב, על מי חלה החבות במס וכד'. 2. הגדרות ספציפיות: כגון שיטת

המדידה (ברוטו, נטו, גובה), האם חל חיוב על שטחים משותפים ומהו, יחידות חיוב מיוחדות כגון מחסן, מרפסת, גלריה, מיתקנים, חלוקה לסוגי בניין אם קיימים, אזורי חיוב שונים וכד'. 3. עקרונות כלליים כגון חיוב לפי עיקר מהות השימוש, כיצד יחוייב נכס שניתן לסווג לפי שתי חלופות וכד'. 4. הגדרות לסיווגים מיוחדים. הרוב המכריע מההגדרות וההסברים המופיעים בצווים השונים אינו מעוגן בפיקוח או בהסדרים שניקבעו ברמה הארצית, ויש להתייחס אליהם כאל חקיקה מקומית.

בבחינת חלק זה יש לשים לב שבעזרת שינוי קל בהגדרות יכולים חיובי הארנונה להשתנות במאות אחוזים. כך, לדוגמה בשינוי בהגדרת האזורים לכתובת נכס מסויים מאזור ב' שתעריפיו נמוכים יותר לאזור א'. כך אף לגבי הוספת או מחיקת חלקים מהגדרות שטח הבנין לחיוב (כולל מרפסות, כולל שטחים משותפים - האם תמיד הוגדר כך?). בהתאם לחוקי ההקפאה, החל משנת 1985 אסור לרשויות לשנות דבר בצווי הארנונה ללא קבלת אישורי השרים המתאימים לכך. שינוי, אפילו קל, בהגדרות, ללא אישור השרים הינו שינוי בלתי חוקי ולכן בטל. רשויות טוענות לעיתים כי שינוי שחל בהגדרה הינו לצורך הבהרה בלבד, ולמעשה אינו משנה את החיוב המוטל על הנישומים. במקרים אלו יש לבחון כיצד נהגה הרשות לחייב לפני מועד תיקון ההגדרה והאם חל שינוי בחיוב לאחר התיקון.

חלק ג' - תעריפי הארנונה לפי סיווגי הארנונה, סוגי הנכסים, סוגי הבניינים והאזורים

סיווגי הנכסים

שוב מדובר בחקיקה מישנית ברמת הרשות ולפיכך מספר סיווגי הארנונה ושיטות המיון לפי אזורים, סוגי בניין וסוגי שימוש הוא עצום ומגיע למאות רבות. כל רשות לפי מיטב כשרונה ולפי מה שהתפתח בעשרות רבות של שנות חקיקה עצמאית של צווי ארנונה. עובדה זו יצרה אבסורדים רבים בהבדלים בין הרשויות השונות - כך, למשל, ברשויות מסויימות קיימים תעריפים מדורגים באופן גרסיבי, כלומר, ככל ששטח הנכס גדול יותר, תעריף החיוב למ"ר הולך ויורד, וברשויות אחרות הדרוג הינו דווקא פרוגרסיבי, כלומר, ככל ששטח הנכס גדול יותר, תעריף החיוב למ"ר הולך ועולה. בדוגמה הראשונה, כדאי לבקש איחוד של מיספר יחידות שומה באותו נכס, ואילו בדוגמה השניה עדיף לבקש לפצל את הנכס למיספר יחידות קטנות. תשומת לב מיוחדת כדאי גם לתת לסוגים שונים של שימושים באותו

הנחות לתשלום מראש או להסדר תשלומים, אם קיימות, מועדי התשלום וסנקציות על אי עמידה בתנאים. חשוב לציין כי לא כל החלקים אשר פורטו לעיל יופיעו בכל צו הארנונה של הרשויות השונות, ואף אם יופיעו, לא בהכרח בסדר אשר פורט. ניתן לראות שונות גדולה בין הצווים כאשר ברשויות מסוימות צו הארנונה מצטמצם על עמוד יחיד ובו עשרה סיווגים שונים בלבד וללא הגדרות, ואילו באחרות צו הארנונה מתפרס על עשרות עמודים וכולל בתוכו עשרות הגדרות שונות ומאות סיווגים ותעריפים שונים. בבחינת

חיוב הארנונה יש להתייחס, אם כן, לצו הארנונה הספציפי לאותה רשות, אולם ניתן לבחון את החיובים אף בהשוואה לרשויות דומות אחרות בניסיון לבחון את סבירות החיוב. ולא לשכוח את האותיות הקטנות...

האמור במאמר זה אינו מהווה עצה לפעולה כזו או אחרת. אין להיזקק לאמור כאן מבלי לקבל עצה מקצועית. חברת ארנונה ניהול נכסים ויעוץ (1965) עוסקת בטיפול ובהפחתת מיסוי מוניציפאלי.

לביא טיימטק ביצעה במלונות הכשרת הישוב פרויקט בהיקף כמאה אלף שקל

רשת "מלונות הכשרת הישוב" התקינה מערכת מרכזית לניהול וחייבויות זמן עבודה במלונות הרשת. היקף הפרוייקט, שבוצע על ידי "לביא טיימטק", כמאה אלף שקל. באמצעות המערכת החדשה מלונות הרשת, הפרוסים מאילת עד החרמון, מנהלים ומתכננים את עלויות כוח-האדם שלהם בשעות ובכסף. המערכת מאפשרת לתכנן את עלויות כוח האדם לפי יום ומשמרת ובחנת יעיל בהסכמי העבודה ברשת על מנת לחזות את עלויות כוח האדם לפי תפוסה חזויה, נתון המאפשר חיטוכן של עשרות אלפי דולרים בחודש, בכל אחד מהמלונות.

המערכת מאפשרת כגון אירוח סופשבוע וארועים כגון חתונות, בהם יש צורך בתיגבור צוות המלון. לביא טיימטק הינו בית התוכנה המוביל בישראל ומהמובילים בעולם בפיתוח מערכות תוכנה לניהול ובקרת זמן. החברה הוקמה על ידי החברות לביא מחשבים וחברת קומטק. לביא מציעה לחברות ולאירגונים בינוניים וגדולים בארץ ובעולם מיגוון פתרונות תוכנה וחומרה, המשולבים עם מערכות שכת/כוח אדם, בטחון, בקרת המתקדמות שלה מספקות פתרונות לדיוווח נוכחות באמצעות האינטרנט, טלפונים סלולריים, מספונים ניידים, מעקב אחר שעות עבודה בטכנולוגיות טביעת אצבע, כף יד ועוד. לביא חברה בת בקנדה ומפיצים ברחבי העולם. עם לקוחות החברה בארץ נימנים: ויזה, ישראל, ברק, מנפאוואר, שופרסל, קסטרו, אייס, הום סנטר, רשת מלונות דן, הילטון, ישרוטל, דלתא, חיפה כימיקלים, מיכלי כרמל, מוסדות ומשרדי ממשלה, עיריות, בנקים וחברות הייטק רבות. אתר הבית: <http://www.lavie.co.il/>

המערכת מאפשרת, אומר גיל מורם, מנהל הכספים של רשת מלונות הכשרת הישוב, "לקבל נתונים מחושבים ברמה יומית לגבי עלות שכרם של העובדים על פי תפקידם, מה שמאפשר מעקב שוטף אחר חריגות מתיכנון כוח האדם לפי התפוסות בכלל הרשת, במלון מסוים או במחלקה ספציפית. מערכת לביא מאפשרת לנו יכולת שליטה יומיומית בנתונים וחוסכת את הצורך להמתין עד סוף החודש על מנת לקבל נתונים קריטיים. בעבר יכולנו לאתר חריגות כאלה רק בדעיכה. כיום הגדלנו את זמינות המידע להנהלת הרשת, שעברה ממערכות שמתקנות עצמאית בכל מלון למערכת שנישלת בצורה מרכזית וממנה ניתן לקבל את תמונת עלויות כוח האדם בכל הרשת. בשלב הבא אנו מתכננים להכניס את מודול סידור העבודה של לביא הנותן כלי בידי מנהל כוח אדם בכל מלון לסדר את שעות העבודה. היתרון - חישוב השעות לפי הסידור ועל פי הסכם העבודה. לדברי יקי פיפקביץ, מנכ"ל משותף לביא טיימטק, מודול Hotel Staff Costing (HSC) שפותח לביא, ועליו מבוססת המערכת שהותקנה במלונות



LEYLAND®



בס"ד

תמיר אלקטרוניק היבואן הרשמי של מפעלי וסטל VESTEL® אירופה בישראל

רח' בר כוכבא 12, חולון טל: 03-5569494, 03-5596740, פקס: 03-5569570

LEYLAND® תוצרת VESTEL®

TV PLASMA - 50"

TV PLASMA - 42"

כולל: רמקולים וסטנד

רק \$ 3888

רק \$ 1888

מסכים מתוצרת L.G/SAMSUNG !!! יחס ניגודיות 1:10000 !!!

לא כולל מע"מ כולל מיסים

לא כולל מע"מ כולל מיסים



TV LCD - 20"

TV LCD - 32"

TV LCD - 37"

רק \$ 588

רק \$ 1648

רק \$ 2348

לא כולל מע"מ כולל מיסים

לא כולל מע"מ כולל מיסים

לא כולל מע"מ כולל מיסים



TV CRT - 21"

TV CRT - 29"

TV CRT - 33"

רק \$ 143

רק \$ 243

רק \$ 493

לא כולל מע"מ כולל מיסים

לא כולל מע"מ כולל מיסים

לא כולל מע"מ כולל מיסים

TV CRT - 21"

TV CRT - 29"

TV CRT - 34"

REAL FLAT

REAL FLAT

REAL FLAT

רק \$ 168

רק \$ 298

רק \$ 558

לא כולל מע"מ כולל מיסים

לא כולל מע"מ כולל מיסים

לא כולל מע"מ כולל מיסים

מקרר כ-50 ליטר

DE FROST

רק \$ 122

לא כולל מע"מ כולל מיסים

מקרר כ-110 ליטר

DE FROST

רק \$ 152

לא כולל מע"מ כולל מיסים

מקרר כ-140 ליטר

DE FROST

רק \$ 172

לא כולל מע"מ כולל מיסים

מקרר כ-230 ליטר

DE FROST

רק \$ 252

לא כולל מע"מ כולל מיסים

מקרר כ-260 ליטר

DE FROST

רק \$ 262

לא כולל מע"מ כולל מיסים

מקרר כ-345 ליטר

DE FROST

רק \$ 342

לא כולל מע"מ כולל מיסים



וסטל - מפעל הטלויזיות, CRT, LCD, PLASMA, DVD, DVR, מקררים, מכונות כביסה....

הגדול ביותר באירופה !!! ייצור של כ- 50,000 מכשירים ביום!

צפי ייצור של כ- 18,000,000 (שמונה עשרה מיליון) מכשירים בשנת 2006!

ייצור של כ- 250 שמות מותג וייצוא ל-130 מדינות ברחבי העולם!

עשרות אלפי מכשירי טלויזיה ומקררים מתוצרת ווסטל VESTEL®

תחת המותגים LAYLAND® LENCO® נימצאים בעשרות אלפי חדרי מלון ובתי הארחה בישראל!!!

ב- 85% מבתי המלון והארחה!!!

LEYLAND® תוצרת VESTEL® אירופה לא מתוצרת סין!!!

מחלקה מיוחדת למכירה מרוכזת לבתי מלון, בתי הארחה....

לפרטים: ורה- 0523-616666 אמנון- 0544-616666 קרן- 0522-491919 שיווק ומכירות- 03-5596740

SONIKING®

LEYLAND®

VESTEL®

GOLDSONIC®

טל.מ