



אקולאב זהר דליה - לעולם נקי יותר

# מלונאים

בטאון תעשיית המלונאות בישראל • תשרי תשס"ז • אוקטובר 2006

ים המוות  
חי ונושם

עמוד  
12

המוסך  
הכלכלי

עמוד  
7

השפעת  
המלחמה על  
התיירות

עמוד  
6

## החלטת האוצר לקצץ בתקציב

# משרד התיירות ב-2007 היא שערוריה!

### אפשר להציל 20,000 מקומות עבודה בתיירות

## ח"כ יורם מרציאנו, היו"ר החדש של הלובי התיירותי בכנסת, מבקש דיון חירום בכנסת בכלים להצלת התיירות

### הממשלה חייבת להעמיד את התיירות בראש סדר היום הכלכלי - חברתי ולהגדיל את תקציבי השיווק של מדינת ישראל בעולם

ח"כ מרציאנו החליט להוביל את הלובי התיירותי בכנסת מתוך הבנה שתעשיית התיירות היא אחת המעסיקות הגדולות במשק הישראלי ויש בה ריכוז גבוה של עובדים מהפריפריה, שהוא משמש שליחם בכנסת הנוכחית. בימים האחרונים ניגש ח"כ מרציאנו עם נשיא "התאחדות המלונות בישראל" אלי גונן, כדי לקבל ממנו תמונת מצב עדכנית על המשבר בתיירות ועל הפתרונות האפשריים. בפגישה הציג אלי גונן את הנתונים הכלכליים העושים את התיירות לתעשייה מרכזית במשק.

אשר נוצרו בעקבות מלחמת לבנון השנייה. ח"כ מרציאנו טוען כי אפשר להחזיר את הפריחה בתיירות כמו לפני המלחמה ולייצר במהירות עוד אלפי מקומות עבודה. גם במסגרת שיקום הגליל והצפון ראוי לממשלה להקציב את המשאבים הדרושים להגברת התיירות הניכנסת. חשוב שהציבור יידע כי התיירות יכולה בימים אלה לשמש למשק הישראלי מנוף כלכלי איתן לצמיחה. מה שנידרש הוא תקציב מתאים, אחרת נשלם את המחיר היקר ביותר על ההזנחה - עשרות אלפי מפוטרים.

ח"כ יורם מרציאנו, שיכהן כיו"ר הלובי התיירותי בכנסת הנוכחית, מתכנן לבקש דיון חירום בכנסת בעניין מחדלי הטיפול במשבר בתיירות בעקבות מלחמת לבנון השנייה. לדבריו, "אי אפשר לשקם את התיירות על עשרות אלפי עובדים, שחוששים לאבד את מקום עבודתם, בשעה שמקצצים את תקציבי השיווק בעולם. במקום להעמיד את התקציבים הדרושים להגברת התיירות הניכנסת לישראל, ניתן למשרד התיירות תקציב נמוך מידי שלא נותן תשובה אמיתית לצרכים האמיתיים של המשרד,

המלונות, עובדי חברות תעופה וספנות, סוכני נסיעות, מדריכי תיירים, נהגים, מפעילי אתרים ואטרקציות וספקי מזון ושירותים לתעשיית התיירות".

**הצעת התקציב לשיווק תיירותי ניכנסת - עשירית מהבקשה**

נשיא התאחדות המלונות בישראל אלי גונן, הגיב בזעם על אטימות משרד האוצר, אשר בתקופה של משבר בתיירות הניכנסת לישראל, עזירת הזמנות מחו"ל וביטולי ביקורים בארץ, מחליט לקצץ באופן דרמטי בתקציב השיווק של משרד התיירות. לדבריו, כל סטודנט מתחיל למינהל עסקים יודע כי בתקופות משבר משקיעים יותר בשיווק. במשרד האוצר לא שמעו עדיין על הפטנט הזה. תעשיית התיירות נכנסה למשבר עמוק עקב המלחמה. ביולי-אוגוסט ניפסק גל ההזמנות לביקורי תיירים בארץ, סוכני נסיעות מוציאים את ישראל ממפת התיירות העולמית - והמדינה צופה באדישות במתרחש מהצד. תעשיית התיירות היא מקור ההכנסה של כמעט 80 אלף עובדים. עשרות אלפים צפויים להישאר ללא מקום עבודה אם המדינה לא תתעשת, תשנה סדרי עדיפויות ותשקיע יותר בשיווק, כפי שעושה כל מדינה בתקופה של משבר בתיירות. משרד התיירות ביקש 300 מיליון שקל לשיווק המדינה בחו"ל ומשרד האוצר מגיש הצעה לתקציב של 30 מיליון שקל בלבד. "זה מגוחך ולא רציני", אומר אלי גונן.

נשיא "התאחדות המלונות בישראל" אלי גונן, מגיב בחריפות על הצעת תקציב המדינה לשנת 2007, הכולל קיצוץ בתקציב משרד התיירות. לדבריו, התיירות היא קטר שמושך את המשק אחריו. התיירות היא תעשייה שמסוגלת להשתקם במהירות בעזרת השקעה קטנה יחסית ולהכניס למשק תשואה גבוהה ולהובילו לצמיחה. החלטת האוצר לנהוג להיפך ולקצץ בתקציב התיירות במסגרת תקציב 2007 - היא שערוריה.

לדבריו, בהתנהלות נכונה אפשר להחזיר את התיירים, כפי שקרה אחרי מלחמת המיפרץ. תוספת התקציב הנדרשת לתיירות היא של 2% מהמחזור. הגידול בתקציב יביא בעקבותיו תוספת של 500,000 תיירים מדי שנה, כאשר המשמעות היא תוספת שנתית של 16,000 מקומות תעסוקה ותוספת שנתית של מיליארד דולר, כ-0.5% לצמיחת המשק. "חבל שמדינת ישראל אינה פועלת על פי הדפוסים הנהוגים במדינות תיירות אחרות, שבעיות משבר מגבירות את מאמצי השיווק על מנת לקצר את תקופת ההתאוששות למינימום ולהחזיר את התעשייה למסלול של צמיחה. נהגו מצרים, טורקיה ומדינות אחרות והתוצאות היו ביטול מהיר של השפעת האירועים הביטחוניים". הצעת תקציב המדינה לקיצוץ בתקציב משרד התיירות היא שערוריה, אשר תוביל להעמקת האבטלה במשק. המשמעויות התעסוקתיות לתופעות אלה הן קשות. "אם תתגשמה התחזיות הקודרות של גורמי תעשיית התיירות, אנו צפויים לראות גל פיטורים המוני - מקרב עובדי



משלחת של כבאים מניו-יורק קיימה בארץ ביקור הזדהות אחרי המלחמה בלבנון. חלק מהכבאים, כולם יהודים, השתתפו בחילוץ ניפגעים באסון התאומים בניו-יורק. הם היו אורחי כבאי ירושלים שלקחו אותם לסיורים בדרום - במצדה ובים המלח. בצילום - עם מנכ"ל מלון "קיסר" בים המלח מימי פולג וחברות צוות הבידור של המלון. צילום: דוד גרינשפן.

# מלון מרידיאן ים המלח - אתר הנופש הטוב בישראל



ב-1993, עורך בכל שנה סקירה נרחבת של הישגים בתחום התיירות והספא ביותר מ-200 מדינות שונות באסיה, באפריקה, במרכז וצפון אמריקה, במיזרח הרחוק ובאירופה. מלון "מרידיאן ים המלח", מהגדולים באזור, כולל 600 חדרים מרווחים וכולם משקיפים על נוף ים המלח וניצבים במרכזו של נווה מדבר יפהפה בן 50 דונם. המלון כולל את מרכז הספא הגדול ביותר באזור, "מינרליה", שבו 4 בריכות ו-25 חדרי טיפול. המלון, אשר מנוהל על ידי דודו עוז, עבר בשנתיים האחרונות מהלך של השבחה ושידור בהשקעה של 6 מיליון שקל.

אירגון World Travel Awards דרג את מלון "מרידיאן ים המלח" מרשת "מלונות פתאל", כאחד מאתרי הנופש הטובים בעולם וכאתר הנופש הטוב בישראל - Israel Leading Resort. זוהי השנה השנייה ברציפות שהמלון זוכה בתואר, ומדובר על אחד הפרסים היוקרתיים בענף התיירות אשר מתקיים זו השנה השליש עשרה. ההחלטה על המלונות הניבחרים מתבצעת על סמך הצבעה באינטרנט של יותר מ-176,000 משתתפים מ-110,000 סוכנויות נסיעות מובילות. האירגון אשר נוסד בשנת

## לישכת מארגני התיירות היכנסת לישראל:

### יותר מ-200 עובדים בוטרו, עשרות משרות קוצצו ושבוש העבודה התקצר

למורי הדרך, לחברות התחבורה, למסעדות ולכל יתר האתרים והאטרקציות. אובדן ההכנסות ופיטורי העובדים פוגעים ביכולת השיווקית להבאת תיירים והיקף הפעילות של מארגני התיירות היכנסת במחצית השנייה של 2006, עלול להסתכם בירידה של יותר מ-150 מיליון דולר. "עד כה פוטרו יותר מ-200 עובדים, ובמקביל ננקטו פעולות נוספות להקטנת הוצאות השכר. חלק מהעובדים עבר לשבוע עבודה מקוצר מלווה בהפחתת שכר, חלקם הוצאו לחופשות לניצול מלוא יתרות ימי החופשה וחלקם יצאו לחופשות ללא תשלום. העובדים הנוותרים מטפלים בניסיון לשמור על מערך ההזמנות, לטפל בביטולים, ובעיקר לשכנע את ראשי הקבוצות בחו"ל לא לבטל הזמנות ולבוא לישראל", אמר שמואל מרום. האסיפה הכללית השנתית של הלישכה התקיימה בחיפה במקום בתל אביב, כדי לחזק את גורמי התיירות שניפגעו מהמלחמה בצפון.

מארגני התיירות היכנסת לישראל טיפלו בחודשים האחרונים שלפני פרוץ המלחמה בהגעתם ארצה של כ-1.5 מיליון תיירים - ויותר מ-50,000 קבוצות שאמורות היו להגיע במהלך 18 החודשים מילוי 2006 עד דצמבר 2007. מאז פרוץ הקרבות ספגו מארגני התיירות היכנסת - המייצרים את חבילות התיירות לישראל ומשווקים אותן בכל העולם - נזק ישיר של 15 מיליון דולר. האסיפה הכללית של לישכת מארגני תיירות ניכנסת לישראל, יצחק בהשתתפות שר התיירות יצחק הרצוג וכ-300 מבכירי תעשיית התיירות בארץ, עסקה בהאטה המשמעותית של כ-50% בפעילות הצפויה ובצורך הבהול בהגדלת תקציב קרן השיווק של מארגני התיירות הנכנסת בכ-30 מיליון שקל, להצלת ענף התיירות לישראל. יו"ר לשכת מארגני התיירות שמואל מרום, ציין כי התיירים המגיעים לישראל באמצעות מארגני התיירות הם אלה שיוצרים עבודה למלונות,



מורן לרין



רומי גורודיסקי



עזרא בן דוד



שמעון אזולאי

"כ יורם מרציאנו יכהן כיו"ר הלוכי התיירותי בכנסת. "תעשיית התיירות היא אחת המעסיקות הגדולות במשק ויש בה ריכוז גבוה של עובדים מהפריפריה - שאני משמש שליחם בכנסת". לדבריו, רק תקציב מתאים עשוי להחזיר את הפריחה בתיירות ולייצר במהירות אלפי מקומות עבודה.

## 30 טיסות ישירות בקו פריז - אילת



מימין: יו"ר "ארקיע" רפי הרלב, משמאל: הבעלים אבי נקש.

חברת "ארקיע" תפעיל 30 טיסות ישירות בקו פריז אילת, בעקבות הסכם לשיתוף פעולה שחתמה עם Jancarthier, אחד מספקי התיירות המובילים בצרפת. חברת Jancarthier מרושתת עם 60 סניפים ברחבי צרפת ומהווה צינור שיווק בעל פוטנציאל משמעותי בשוק הכללי הצרפתי. הטיסות תחלנה לפעול מידי יום ראשון במחזוריים שבועיים מחודש אוקטובר 2006 למשך כל החורף. הסכם זה מבטיח הבאת מספר רב של תיירים מצרפת לשמש החורפית של אילת.

## ים המלח נודד ללונדון



ביריד התיירות הבין-לאומי WTM שיתקיים בנובמבר בלונדון, יוצג בפעם הראשונה פרוייקט ייחודי: "ים המלח - הספא הטבעי הגדול בעולם". הפרוייקט, ביוזמת משרד התיירות ובשיתוף המועצה האזורית תמר, מלונות ים המלח ו"אהבה", ידמה את שטח הביתן לים המלח, יוצבו בו גושי מלח במישקל כולל של חצי טון נוסף על חצי טון של בוץ שחור טבעי. במקום ייעשו למבקרים טיפולים ייחודיים לים המלח. על הביצוע ממונה עופרה גזית, מנהלת הפרסום, השיווק, הדוברות ויחסי הציבור במועצה האזורית תמר.



רומי גורודיסקי מונתה לתפקיד סמנכ"ל לית "התאחדות המלונות בישראל", לאחר שנים רבות בהן מילאה תפקידים שונים.

אלזה ספקטור מונתה לתפקיד סמנכ"ל מלונות "סינמה" ו"סנטר" בתל אביב. במקביל - היא מנהלת הקבלה של שני המלונות. למדה מלונאות ב"תדמור". בוגרת הקורס לפיתוח מנהלים של רשת "מלונות אטלס". החלה לעבוד ברשת, במלון "טל", לפני עשר שנים.

שמואל מרום ניבחר לקדנציה נוספת כיו"ר לישכת מארגני תיירות ניכנסת לישראל. שותף בחברת "דיזנהויז-יוניטורס".

נורית שדות מונתה לתפקיד מנהלת מכירות תיירות פנים במלון "רויאל פלאזה" בטבריה. בעלת תואר ראשון בכלכלה ומתמטיקה מאוניברסיטת בר אילן. עבדה במלון במשך כשנתיים כמנהלת קבלה.

מורן לרין ניבחר לתפקיד מנהל מזון ומשקאות במלון "חוף התמרים" בעכו. היה מנהל מחלקת מזון ומשקאות במלון "מרידיאן" בחיפה.

שמעון אזולאי (30) מונה לתפקיד סמנכ"ל מלון "טוליפ אין" בים המלח. היה סמנכ"ל מלון "גולדן טוליפ" באילת. עובד כשש שנים ברשת "מלונות פתאל" ומילא תפקידים שונים. סיים מסלול פיתוח מנכ"לים ברשת ועבר הכשרות בחו"ל.

עזרא בן דוד (37) מונה לתפקיד שף מלון "קראון פלאזה" בים המלח. בוגר "תדמור", בעל סוג 4 בטבחיות, עובד במלונאות 15 שנה. עבד במלון "נירוונה" בים המלח. היה סגן שף במלון "גולדן טוליפ" בים המלח וסגן שף במלון "קראון פלאזה" בים המלח. השתתף בקורסים שונים והשתלם במסעדת "ורמיר" באמסטרדם, בעלת שני כוכבי מישלן.

מנויים חדשים ברשת "ישרוטל": דודו ווד - מנהל "ישרוטל רד סי ספורט קלאב". היה מנהל מועדון הצלילה "מנטה". עינת מטאסאס - מנהלת "ישרוטל שיר". עובדת במרכז ההזמנות כשמונה שנים. ליאור שוך - סמנכ"ל מלון "ישרוטל רויאל ביץ". ניהל את מלון "קרלטון" בים המלח. שלי גוטנר - מנהלת משאבי אנוש אשכול "ישרוטל ספורט קלאב - לגונה". עבדה שנים אחדות בסוכנות היהודית.

מנויים חדשים ברשת "קלאב הוטל": נועם זינגר (35) - חשב. רואה חשבון במקצועו, בוגר מיכללת רמת גן, עבד במשרד רואה חשבון זיו האפט BDO. משה גסטנר - מנהל הזמנות רשתי. היה מבקר הרשת. רות מאיר אליהו - מבקר הרשת. היה חשב במלון "קלאב הוטל אילת".

## מלונאים

בטאון תעשיית המלונאות בישראל  
ISSN 0793-6052

עורך ומפיק: יורם ברנע ■ עורכת מישנה: רומי גורודיסקי

המערכת:

ת.ד. 2154, נוה מונסון 60190 ■ barney1@013.net  
טלפון: 5-33333-5 [03] ■ פקס: 533-9154 [03]

ברוקר ונען

*Sheraton*  
*Hilton*  
*Dan*  
*Ritz*  
*Hyatt*  
*Le Meridien*

**עם כזה מזרון אך אחד לא  
ירצה לעזוב את המלון...**

*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 ושיווק 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.



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

# פלגי מים.

## מלון הספא והנופש

## הגדול ביותר בתחומו

## במזרח התיכון



לשמר את חווית האירוח האינטימית של "פלגי מים" ומאות מקומות עבודה חדשים לתושבי האזור. פתיחת "פלגי מים" תעודד מעגלי פיתוח של עסקים נוספים ופיתוחם בסביבתו. הנגישות למקום ותאפשר באמצעות רכבים דרך כביש 6 ורכבת האמורה בקרוב לעצור בתחנת להבים.

"פלגי מים" הינו חזון של הזים ואיש העסקים יורם יפרח, שבשיתוף עם קבוצת משקיעים מארה"ב חברו להקמת פרויקט זה. היזמות של יורם יפרח נשענת על השינוי האדיר שחל בשנים האחרונות בתרבות הצריכה של הקהל הישראלי בכל הקשור לתחומי ה"לייף סטייל". במקביל לכך עלתה גם המודעות לאיכות החיים והתפיסה הקושרת בין בריאות ואיזון של הגוף והנפש. חזונו של יורם יפרח ב"פלגי מים" הוא להעניק חיבור ומחזוריות אינ-סופיים של אנרגיה לגוף ולנשמה, כל זאת לצד ציונות לשמה, אהבת האדם, אמונה פנימית, אינטואיציה עסקית ומרכזו של אזור הנגב כאזור מתפתח וצובר תאוצה כעת ובעתיד הקרוב. בנוסף למעלות הטופוגרפיות הנדירות ביופיו של המקום, בחר יורם יפרח את מיקומו של "פלגי מים" בשל הקשר התנ"כי ההיסטורי של המקום – בו חנה אברהם אבינו לפני כניסתו לבאר-שבע. שמו של המקום אף הוא לקוח מן התנ"ך: "והיה כעץ שתול על פלגי מים אשר פריז יתן בעיתו ועלהו לא יבול וכל אשר יעשה יצליח" (תהילים א').

יהודה יפרח, בעל מניות וניסיון עשיר בניהול פרויקטים בתחום התיירות והאירוח, אמון על ניהולו של פרויקט מורכב זה. על מנת לעמוד בלוחות הזמנים, מועסקים במקביל 7 קבלנים. אדריכלות: שלמה גרטנר אדריכלים; נוף: ברוס לוי אדריכלים; מיתוג, פיתוח ויזמות עסקית: מיקי שורץ ורווי רז "אקסקליבר קונסלטינג" ויועצים נוספים מתחומי המיטבחים, הבריכות, מיזוג האוויר, החשמל והספורט.

בינואר 2007 יפתח את שערו "פלגי מים", פרויקט הספא הגדול ביותר מסוגו במזרח התיכון, בהשקעה של יותר מ-25 מיליון דולר. "פלגי מים" ממוקם בנגב הצפוני, 300 מטר מעל פני האדמה, בלב גבעות להב שמעל נחל שובל, אחד מיובליו של נחל שקמה.

"פלגי מים" ישתרע על כ-120 דונם שיכללו נטיעה של יותר מ-6000 עצים לצד בוסתנים ירוקים ומטופחים, עשירים בעצים, צמחיה, צמחי תבלין ומרפא ובעלי-חיים. בנוסף, מיגוון ייחודי של בריכות שחייה מעוצבות ובריכות תרמיות, מרכז הוליסטי, מבני טיפולים וספא ייחודי המשתלב בטבע. אמפיתיאטרון לכינוס עד 1000 איש להופעות, כינוסים ומייצגים, מתחם לפעילות ספורטיבית ואתגרית, מגרשי ספורט לאימון נבחרות ספורט, מסלולים לרכיבת אופניים וטיולי סוסים. מבחר מסעדות נושא מאופיינות גסטרונומית, מיתחם נפרד של 100 סוויטות מפוארות לאירוח הכולל טרקלין, קלאב, חדרי ישיבות ובריכות שחייה. הכניסה לפלגי מים תתאפשר לבני 18 ומעלה.

כחונן האתר מבוסס על עקרונות "פג-שאווי" והבנייה עושה שימוש בחומרים מהטבע – אבן ועץ. מסלול המבנים הינו פלגי מים מעוצבים וממוקמים באיזון ובהרמוניה עם הטופוגרפיה הטבעית כפי שנשתמרה עוד מימי קדם. תמונת הנוף של פלגי המים הזורמים בערוצי הגיא ואי במרכז האגם, יקבלו את פני האורח העומד בשער הכניסה. הגבעות שסביב משתפלות בשיפועים רכים וביניהם בריכות שחייה, בריכות מים מינרליים, נחלים ופלגים הזורמים בין עצי הדקל והמבנים.

ממשלת ישראל סימנה את "פלגי מים" כפרויקט המהווה נקודת מפנה בפיתוחו של הנגב הצפוני. פתיחתו של המקום ותחילת פעילותו, יהיו כאבן שואבת למאות אלפי מבקרים בשנה באזור (המקום יוגבל לארח בכל יום עד 1200 מבקרים על מנת

Silverbyte Israel

החברה המובילה בישראל למחשוב בתי מלון, כפרי נופש ואתרי אירוח מותאמת במיוחד לשוק הישראלי כולל תמיכה מלאה בעברית  
www.silverbyte.co.il ■ info@silverbyte.com

## מלון בלו ביי בנתניה מחדש ומתרחב



8 מיליון שקל מושקעים בשיפוץ מלון "בלו ביי" בנתניה, שיפוע שיסתיים עד אפריל 2007. בסיומו – יהיו במלון 230 חדרים. כיום פועלים במלון 80 חדרים, ולרשות האורחים בריכת שחיה, ספא, אולמות אירועים, גן אירועים, חוף ים צמוד, מרכז קונגרסים ושתי מסעדות.

"המיקום המצויין של המלון", אומר המנכ"ל יאיר פלד, "הוא סיבה טובה להתארח בו – נוסף על השיפוצים היסודיים שנערכים בו". לדברי המנכ"ל, מחכים לימים טובים כפי שהיו בעבר וכפי שבודאי יהיו בעתיד. "התקופות הטובות שמפציעות מדי פעם – נעלמות בין המלחמות".

המלון פונה לשוק העסקי של נתניה וקיסריה, ומגיעות אליו קבוצות של עובדי מדינה לעריכת ימי עיון וימי כף, ישראלים לסופי שבוע וצליינים שמבלים בו את הלילה הראשון או האחרון לשהותם בארץ – הודות למחירים הנמוכים יותר מאלה שבתל אביב. "אני מתכנן להביא למלון קבוצות יעודיות בתחום הבריאות", מסביר יאיר פלד, "שיונחו על ידי דיאטנים, רופאים ופסיכולוגים וישו חמישה עד שישה ימים".

המלון מעסיק ארבעים עובדים בכל התפקידים – עובדי נקיון, פקידי קבלה, מעסים, מצילים, מלצרים ואחרים ולדברי המנכ"ל די בהם כדי לספק שרות טוב לאורחים.

ראש העיר נתניה מרים פיירברג עושה מאמצים להחזיר לנתניה את ימי הזהר התיירותיים שלה, ולצורך זה ניפגשה עם דונאלד טראמפ כדי לעניין אותו בבניית כפר נופש על חוף הים. בינתיים – החידוש היסודי של מלון "בלו ביי" והיהודים מצרפת שעדיין אוהבים את נתניה, משמרים את אופייה התיירותי של העיר.

במהלך הקיץ הופעל מסע פרסום לעידוד תיירות הפנים לנתניה עם

המלונות בנתניה אלי אביבי, מסר כי מרבית המלונות בנתניה שופצו ושודרגו. לדברי מנכ"ל האגודה לתיירות בנתניה שלום קראוס, בוצעו בעיר עבודות פיתוח של תשתיות תיירות בטיילת בשדרות ניצה בעלות של שלושה מיליון שקל, בחניה ובטיילת בין חוף הרצל לחוף סירונית בעלות של 5 מיליון שקל.

הכותרת "נתניה – ים של חופשה". המסע בוצע על אוטובוסים, בעיתונות המקומית, בירושלים, בדרום ובצפון, בעיתונות הדתית לאומית, בתשדירים ברדיו ובטלוויזיה. הממונה על התיירות בעיריית נתניה, חבר המועצה אפרים בולמש, מסר כי עלות המסע היא 340 אלף שקל, מחצית מתקציב משרד התיירות. יו"ר התאחדות

## נחך אולם אורן בהגושרים מלון בטבע

אולם הכנסים החדש והגדול ביותר באזור, המיועד עד ל-300 איש, נחנך בטקס חגיגי בנוכחות נציגי משרד התיירות, ראשי מועצות בגליל ומכובדים נוספים. האולם הקרוי "אורן" מותאם לאירועים עסקיים, ועידות וכינוסים המשלבים את האיכויות של סביבת הטבע האוטנטית לצד ציוד טכנולוגי עכשווי.

במלון 168 חדרים מאובזרים, הפזורים ב-5 אגפים ציוריים, בלב

"ארץ פלגי מים". בליבו של חורש, מוקף בכרי דשא, ממוקם קאנטרי קלאב הכולל ספא, בריכות שחיה ואולמות ספורט. "גוש מסעדה ומעדנים בטבע" משלבת מעדנים קולינריים מהמיטב החלבי-גלילי, שוכנת בבקתת עץ ועומדת לרשות האורחים במהלך כל השבוע.

נוסף על אולם "אורן", במלון 3 אולמות אירועים עד 300 איש וגן אירועים עד 1,000 איש.

מידע על מינויים חדשים במלון יתקבל בברכה

ויודפס במדור כוכבים בעמוד 2



# 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 \$ 2998

רק \$ 1898

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 - 27"

TV LCD - 32"

TV LCD - 37"

רק \$ 468

רק \$ 688

רק \$ 998

רק \$ 1598

לא כולל מע"מ כולל מיסים

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 LCD - 42"

רק \$ 143

רק \$ 243

רק \$ 1998

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 \$ 158

רק \$ 274

רק \$ 498

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 \$ 128

לא כולל מע"מ כולל מיסים

מקרר כ-110 ליטר  
DE FROST

רק \$ 168

לא כולל מע"מ כולל מיסים

מקרר כ-230 ליטר  
DE FROST

רק \$ 258

לא כולל מע"מ כולל מיסים

מקרר כ-260 ליטר  
DE FROST

רק \$ 278

לא כולל מע"מ כולל מיסים

מקרר כ-345 ליטר  
DE FROST

רק \$ 358

לא כולל מע"מ כולל מיסים

מקרר כ-450 ליטר  
DE FROST

רק \$ 388

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 2007!

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

עשרות אלפי מכשירי טלויזיה ומקררים מתוצרת וסטל VESTEL®

תחת המותגים LENCOR® LEYLAND® נימצאים בעשרות אלפי חדרי מלון ובתי הארחה בישראל!!!

כ- 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®

# ירידה של 36% בלינות התיירים במלונות

## משרד התיירות פועל לפתיחת השמיים

מנכ"ל משרד התיירות נחום איצקוביץ, ערך סיור ברשות שדות התעופה, במהלכו קיים פגישה עם המנכ"ל גבי אופיר. במהלך הסיור נדונו האפשרויות לקידום נושא טיסות Low Cost לישראל וסוכם על הקמת צוות בדיקה משותף שיבחן שורה של צעדים שיאפשרו לחברות ה-Low Cost לפעול בישראל. מנכ"ל משרד התיירות הביע את תמיכתו בקידום התוכנית לשיפור רמת הרעש בנתב"ג, שתאפשר לחברות ה-Low Cost לנחות ולהמריא בנתב"ג מעבר לשעות הפעילות הקיימות היום. זאת, מתוך הכרה כי חברות אלה מפעילות מטוסים מטיפוס 4 המוגדרים כמטוסים שקטים במיוחד. "משרד התיירות ממשיך בפעילות לפתיחת השמיים בכל המישורים ובהם גם ההערכות הנדרשת להבאת טיסות Low Cost לישראל. התרשמותי מהמוכנות של נמל התעופה בן גוריון לקלוט תיירים ולעמוד ביעדי התיירות הניכנסת לשנים הקרובות", אמר המנכ"ל.

בנוסף דנו השניים בשידרוג המעברים היבשתיים והתאמתם לדרישות התיירות הניכנסת. יצוין, כי במהלך שנת 2005 עברו במעברי הגבול כ-800 אלף תיירים. כמו כן סוכם, כי עם סיום עבודת הוועדה לצימצום החסמים בתיירות, רשות שדות התעופה, שירות הביטחון, המשטרה ומשרד הפנים במהלך החודש הקרוב, יחלו הגורמים לטפל בנושא בהתאם להמלצות לצד פתיחת סבבי הדרכה נוספים בתחום השירות מול התייר.

גידול של 107%, בירושלים המערבית 195 אלף לינות ישראלים - גידול של 90%; בים המלח 226 אלף לינות - גידול של 19%; באילת 755 אלף לינות ישראלים - גידול של 7%. בטבריה חלה ירידה תלולה בהשוואה לאוגוסט אשתקד - 66%, בנהריה - 61%, בחיפה - 44% ובקיבוצים 3%. תפוסת החדרים הארצית הממוצעת באוגוסט היתה 63%, ירידה של 11% בהשוואה לאשתקד. באילת עמדה התפוסה על 85% - עליה של 4%; בים המלח 77% - עלייה של 3%; בנתניה 77% - עלייה של 4%; בהרצליה 75% - ירידה של 13%; בתל אביב 73% - ירידה של 17%; במערב ירושלים 63% - ירידה של 1%; בקיבוצים 62% - ירידה של 22%; בחיפה 29% - ירידה של 51%; בנהריה 26% - ירידה של 58%; בטבריה 20% - ירידה של 68%.

המחלקה הכלכלית של "התאחדות המלונות בישראל" בודדה את נתוני המלונות במחוז הצפון בחודש אוגוסט כדי לקבל תמונת מצב ברורה לגבי המלונות שם. בסה"כ חלה ירידה של 63% בכלל הלינות (ישראלים + תיירים). לינות התיירים ירדו ב-91% (התרסקות בתיירות הניכנסת לאזור). בלינות הישראלים חלה ירידה של 56%. תפוסת החדרים החודשית הגיעה ל-24% בלבד, בהשוואה ל-62% באוגוסט בשנה שעברה. הנתונים נראים עגומים במיוחד על רקע השוואת התוצאות בצפון הארץ עם הישגים שנרשמו בינואר-יוני. במחצית הראשונה של השנה, טרם המלחמה, חל בצפון גידול של 62% בלינות התיירים ותפוסת החדרים גדלה ב-21%. בטבריה גדל מיספר לינות התיירים ב-100% ותפוסת החדרים השתפרה ב-26%, בחיפה חל גידול של 16% בלינות התיירים וגידול של 12% בתפוסה.

טובה פינטו, מנכ"לית התאחדות המלונות בישראל: "גם באזורים בהם חל גידול משמעותי בתיירות הפנים בעקבות המלחמה, כמו בהרצליה, בתל אביב ובירושלים, חלה ירידה בתפוסת החדרים הממוצעת. כדאי גם לשים לב לעובדה כי באוגוסט חלה ירידה, אשר תבוא לידי ביטוי במאזני המלונות במרכז הארץ ובדרום בשל ההנחות והמיבצעים שניתנו לתושבי הצפון. למזלנו, הצרפתים לא ביטלו לחלוטין הקיץ את בואם לארץ, שאלולא כן התמונה היתה קשה יותר".

לדבריה, בספטמבר העמיק המשבר בתיירות הניכנסת. למרבה הצער התחזית לחודשים הקרובים היא המשך משבר עמוק בתיירות בשל ביטולים רבים של סוכני נסיעות מחו"ל והפסקת הזמנת להגעה לארץ מצד קבוצות ויחידים. "אם המדינה לא תפתח אלתר מסע נימורץ בחו"ל ותוציא אל הפועל צעדים שיוקיים להצלחת התיירות - נראה בחודשים הקרובים פיטורים המוניים בתעשיית התיירות, הפסדים ניכרים של גורמים הפועלים בתעשייה וירידות משמעותיות בהכנסות המדינה מתיירות".

באוגוסט 2006 חלה ירידה של 36% בלינות התיירים בארץ, אשר המשכה את הירידה בלינות התיירים שהחלה ביולי, עם פרוץ המלחמה. סה"כ נרשמו באוגוסט כ-539 אלף לינות תיירים, לעומת 846 אלף לינות באוגוסט אשתקד, כך מוסרת המחלקה הכלכלית של "התאחדות המלונות בישראל". הירידות התלולות ביותר היו כמובן בצפון הארץ, שם התרוקנו המלונות כמעט לחלוטין.

בטבריה נירשמה באוגוסט ירידה של 92% בלינות התיירים. בנהריה ירידה של 86% ובחיפה ירידה של 77%. ירידות בלינות התיירים נירשמו בכל חלקי הארץ האחרים: בקיבוצים 59%, בירושלים 34%, בים המלח 32%, בתל אביב 31%, בנתניה ובהרצליה 25% ובאילת 15%. עד יום פרוץ המלחמה, ה-12 ביולי, נרשמו במלונות בכל הארץ גידולים מרשימים בלינות תיירים, שביטאו את התאוששות הענף מהמשבר הקשה שעבר בתקופת האינתיפאדה, והובילו לאווירה של אופטימיות. מהיום בו פרצה המלחמה, התהפכה המגמה. לעומת זאת, בלינות הישראלים חל באוגוסט גידול של 5%.

סה"כ נירשמו במלונות ישראל 1,642,000 לינות ישראלים. מספר זה מבטא גידולים חריגים במספר לינות הישראלים במלונות במרכז הארץ ובדרום בעקבות התגייסות אותם מלונות למיבצע אירוח מסובסד של אנשי הצפון שנמלטו מאימת הטילים, ומצד שני את ביטולי הנופש הרבים בשל צו 8 וסיבות אחרות שקשורות במלחמה, ואת השבתת הפעילות במלונות הצפון חלק ניכר מהחודש. בתל אביב נירשמו 84 אלף לינות ישראלים - גידול של 138% בהשוואה לאוגוסט 2005; בהרצליה נירשמו 11 אלף לינות ישראלים - גידול של 124%; בנתניה 23 אלף לינות ישראלים



השפים של מלונות "שרתון ישראל" נסעו בתקופת המלחמה לפנק את החיילים בצפון והכינו ארוחה לתפארת במיטבח של קיבוץ כפר גלעדי. שף מלון "שרתון מוריה" תל אביב גולן ישראלי, שף מלון "שרתון סיטי טאוואר" גיל בלחסן, מנהל המיטבח החם במלון "שרתון מוריה" תל אביב תומר בטיטו וטבח מלון "שרתון מוריה" תל אביב כפיר חדד פינוקו את החיילים.

## ספא חדש בקלאב הוטל: ג'ים קלאב טבריה



ספא יוקרתי חדש ומועדון בריאות וכוסר משוכלל נפתח במלון "קלאב הוטל" בטבריה. "ג'ים קלאב טבריה" מביא גישה חדשנית ויחודית בתחום, מנוהל על ידי "אהוד נופש וספורט", המנהלים רשת של מועדוני בריאות וספא ברחבי הארץ. ספא "ג'ים קלאב טבריה" מעמיד לרשות המטופלים מיגוון רחב של טיפולי ספא מפנקים ומרגיעים המורכבים על ידי צוות מטפלים מקצועי על פי בחירת הטיפולים המתאים תוך הקשבה לגוף ולנפש גם יחד.

ובש; טיפולים עמוקים, ביניהם טיפול רקמות עמוקות; טיפולי כף רגל, טיפולי רפלקסולוגיה, טיפולים סיניים, שיאצו וטווינה.

## צו לנופש משפחתי לחיילי המילואים

"התאחדות המלונות בישראל" בשיתוף גלי צה"ל יצאה במסע פרסום הקורא לחיילי המילואים שהשתתפו בלחימה בלבנון ומשום כך ויתרו על חופשה בקיץ, להגיע לנופש משפחתי במלונות ישראל בהנחה של 30%. רשימת המלונות שהשתתפו במיבצע שנימשך כשבועיים בחודש ספטמבר, הופיעה באתר התאחדות המלונות בישראל: [www.israelhotels.org.il](http://www.israelhotels.org.il). הרשימה הקיפה עשרות מלונות בכל הארץ - אילת, אשקלון, ים המלח, ירושלים, תל אביב, נתניה, חיפה, נצרת, נהריה, צפת ובתי הארחה של הקיבוצים. האטרקטיביות של מיבצע "צו מילואים" כפולה, היות ומחירי המלונות בתחילת ספטמבר ירדו משמעותית לעומת המחירים בחודשי השיא יולי ואוגוסט. מדובר ב-30% הנחה על המחירון החדש. לרגל המיבצע החל מסע ייעודי בגלי צה"ל שהבטיח לחיילי המילואים הנאה מיוחדת בנופש במלונות. המסע כלל עשרות רבות של תשדירים ונימשך כעשרה ימים.

## נשיא ההתאחדות אלי גונן פונה אל מלונאי הצפון

בימים אלה חוזרים מלונות הצפון לפעילות לאחר תקופת המלחמה שבה היו סגורים בשיא העונה.

צריך לקוות שהתקופה הקשה מאחורינו ואנו חוזרים לפעילות אינטנסיבית בתיירות הפנים ובתיירות הנכנסת. תוכניות משרד התיירות לצאת בקמפיין שיקרא לתושבי ישראל לצאת לנופש בצפון הן ראויים ונעשות בזמן הנכון. כך גם הפעילות המתוכננת להשבת התיירות הנכנסת.

אני מקווה שממשלת ישראל תעמיד את המשאבים המתאימים לביצוע פעולות אלה. ברצוני לברך אתכם על החזרה לפעילות, וזאת גם הזדמנות להביע הערכה לכל מלונאי ישראל שנרתמו והעמידו עשרות אלפי חדרים לטובת אירוח תושבי הצפון - חלק ללא תשלום וחלק במחירים מיוחדים. אני מקווה שבעקבות הפעילות להחזרת התיירות לצפון יגיעו הישראלים לאתרי התיירות ולמלונות, אך לשם כך אני ממליץ למלונות לעשות מאמץ ולהציע מיבצעים מיוחדים.

אזורים ניבחרים במחוז צפון:			
שם האזור	תיירים	ישראלים	סה"כ
טבריה	-92%	-66%	-69%
חיפה	-77%	-44%	-54%
נהריה	-86%	-61%	-64%

## מלון GOLDEN CROWN בנצרת ניפתח מחדש

מלון "רנסנס", שהפסיק את פעילותו המלונאית ברבע האחרון של שנת 2000 עם פרוץ האינתיפאדה השנייה, ניפתח מחדש בשם GOLDEN CROWN. המלון סמוך להר הקפיצה בכניסה לנצרת. בנצרת פועלים כיום כ-900 חדרי מלון בכ-10 מלונות בדרגות תיירות שונות. פתיחת המלון תעשה בצורה הדרגתית, כאשר בתחילת נובמבר יפתחו 100 חדרים ועד מאי 2007 יפתחו בהדרגה כל 245 חדרי המלון ושלוש סוויטות. עם פתיחת המלון יפתחו גם כל השטחים הציבוריים, הלובר, חדר האוכל ואולמות האירועים: אולם מרכזי עד 1,200 איש, אולם ל-300 איש, אולם ל-200 איש, אולם ל-100, וספא שכולל חדר-כושר, חדרי טיפולים, סאונה רטובה, סאונה יבשה ובריכה

חיצונית (בעונה). גם חנויות המלון תפתחנה במרוג. המלון יתמחה בעיקר בשוק הבחורים בתיירות פנים ובתיירות הניכנסת לקבוצות (בעיקר תנועה צליינית). האסטרטגיה הפרסומית תיתן דגש על שירותי המלון ברמה גבוהה, המשלבת מכירת העיר נצרת כחווית אירוח במלון, הכוללת יציאה לסיורים וביקור באתרים ניבחרים בעיר, לצד חוויה גסטרונומית המשלבת את המיטבח המקומי עם מיתחמי המזון והמשקאות במלון. הבעלים הפעיל של המלון הוא בשיר עבד אל ראזק, שיזם את הפעלתו המחודשת של המלון. חברת הייעוץ "אקסקליבור יועצים", בבעלותם של מיקי שורץ ורוי רז, מלווה את כניסתו מחדש של המלון לשוק, בתחום המיתוג והשיווק.



## מלונאים

# המוסף הכלכלי

ליקט: סגן נשיא ההתאחדות רוני פיבקו

# ניהול

# הכנסות

# המלון

1/4

# ניהול

# הביקוש

# למלון?

הצעד הבא באופטימיזציה של המלאי

מהו ניהול הביקוש בהקשר המלונאי?

הפצה מיטבית של מלאי החדרים.

היסטורית הוכח כי עיקר ההתמקדות בתהליך ניהול הכנסות מתרכז בקביעת הקפדנית של מחירים ודפוסי שהייה המניבים את ההכנסה הכוללת הגבוהה ביותר. עם זאת, תהליכי ניהול הכנסות רבים, המבוצעים יומיומית, הפכו למשימות פקידותיות של בקרת מחירים וזמינות בערוצים החיצוניים. ערוצים חיצוניים אלה כוללים מערכות הפצה כוללות (GDS), ערוצים סיטונאיים (מקוונים ולא מקוונים) וסוכנויות תיירות קמעונאיות באינטרנט. מלונאים רבים רואים בניהול הכנסות ובניהול הערוצים החיצוניים מקבץ פעילויות מנותקות, המבוצעות – אולי ברצף ולא מכלול פעולות המשקף תהליך מקיף אחד. הנתק הזה מציג בפני תעשיית המלונאות בעיה והזדמנות לשינוי, גם יחד. במקום להוסיף ולקיים את התהליכים הנפרדים של היום, יש לשאוף לכך שמודלים, גישות ותפקידים של ניהול הכנסות יתפתחו וישקפו את המורכבות של סביבת הפצה, כיום ובעתיד. ההתפתחות הנוספת הזו של ניהול הכנסות נקראת: "ניהול ביקוש".

ניהול הביקוש מאפשר למלונות לאמוד ולהעריך את כל ערוצי הפצה, הן החיצוניים והן הפנימיים, בשעה שהם מגבשים אסטרטגיות לניהול הכנסותיהם. למלונות דרושה, כמובן, היכולת להוציא אסטרטגיות אלה מן הכוח אל הפועל באופן עקבי ויעיל, להעביר את המחירים והזמינות שנקבעו לערוצי הפצה ולקבל מהם – באמצעות חיבור אוטומטי – עדכוני הזמנות בזמן אמיתי.

### הסביבה הנוכחית

קונספט "ניהול הכנסות" הוצג לראשונה בפני תעשיית המלונאות לפני כ-15 שנה, כשאיש לא שיער עדיין את מספרם הרב של ערוצי הפצה האפשריים כיום לחדרי מלון ואת המהפכה העצומה שיחולל האינטרנט בתעשיית הנסיעות והתיירות. גם כיום אנו

דומה כי המנהלים ברשתות מלונות, בחברות-ניהול ובמלונות פרטיים כאחד, יסכימו כי לניהול הכנסות (Revenue Management, בקיצור ולהלן: RM), נודע תפקיד חיוני ביעול ייצורן של הכנסות המלון. ההסכמה היא על חשיבותה של הדיפרנציאציה במחירי האירוח ועל מכירת הלינות בערוצים שונים כמו מערכת הפצה כוללת (GDS: Global Distribution System), סיטונאים, סוכנויות תיירות מקוונות וערוצי הפצה חיצוניים אחרים. אולם תהליכי ניהול הכנסות והכלים הקיימים כיום לאו דווקא תומכים בגיוון הביקוש הזה באופן מלא.

משתמשים בהצלחה בתהליכים ובטכנולוגיות מסורתיות של ניהול הכנסות לצורך עיבוד המידע הבסיסי הדרוש למקסימיזציה של ההכנסות. פעולות מסורתיות אלה של ניהול הכנסות משולבות לעיתים תכופות בתגובות אינטואיטיביות, קרי: הניחוש הטוב ביותר של מנהל ההכנסות (או מנהל ההזמנות) באשר לערוצים החיצוניים בהם יש להשתמש כהשלמה למוקד הטלפוני הפנימי, לאתר האינטרנט הרשמי ולמכירות הישירות של המלון.

### מורכבות השוק

נוף ההפצה המלונאי השתנה דרמטית בשנים האחרונות. מעולם לא היו הזדמנויות רבות כל כך להפצת חדרי המלון ומעולם לא היו ההחלטות מבלבלות כל כך. בעבר נראה היה "בסדר" לחזות את החודשים הבאים לפי "תחושת בטן", על-סמך ניסיון

## קיומם של מחירים שונים, בערוצי הפצה השונים, עלול ליצור בלבול בשוק וחוסר אמון בקרב לקוחות בכוח.

ואינטואיציה. השאלות המורכבות יותר הן אלה: איזה מוצר אנו מוכרים בדיוק? באילו ערוצים אנו משתמשים כדי למכור? מתי עלינו למכור ובאיזה מחיר?

סוכנויות הנסיעות המקוונות שינו באופן מהפכני את מפת ההפצה התיירותית. מגמות נוספות התורמות למורכבות הגוברת של תהליכי הפצה הן: זמני ביצוע קצרים יותר לרישום, מחירים משתנים לכל הזמנה, ערוצים מעורפלים וציפיות הולכות וגדלות של הלקוחות לקבלת שירות מידי בזמן אמיתי.

קיומם של מחירים שונים בערוצים הקמעונאיים השונים עלול ליצור בלבול בשוק וחוסר אמון בקרב הלקוחות. סיטונאי תיירות מתנגדים בתוקף להנהגת שויון מחירים בכל אתרי המכירות הקמעונאיים, שכן גם מנקודת מבטו של הסיטונאי, המכירה כיום מורכבת וקשה הרבה יותר בגלל ריבוי ערוצי המכירה, בשל קיומם של מודלים עסקיים מתחרים ומחמת מלונות המסרבים להתחייב להקצאת חדרים קבועה. הסיטונאים המובילים

המשך בעמוד 9

# בדוק את כישוריך החשבונאיים!

## מהן המיומנויות החשבונאיות והפיננסיות החשובות ביותר לניהול המלון?

## דירוג 24 מיומנויות המפתח, לפי סדר חשיבותן לניהול המלון, לדעת מנהלי כספים וחשבים במלונות בעולם

הכלכלה הגלובאלית הולכת ונעשית ברובה מבוססת שרות. לענף האירוח חלק נכבד במגזר השירותים הגדל במהירות רבה. לחצי התחרות מחייבים כישורים ומיומנויות מתאימים מצד מנהלי המלונות, כתנאי למילוי נאות של תפקידם. על מנהלי מלונות להשתמש במגוון מיומנויות לביצוע מטלותיהם.

### מאפייני המשיבים

319 מנהלי כספים השיבו לסקר, שיעור תגובה של 56,9% (202 מן המשיבים נשאו בתואר חשב או סגן חשב. 48 (15%) החזיקו בתואר מנהל כספים ראשי. שאר המשיבים נשאו מגוון תארים אחרים: גזבר, סגן נשיא לענייני כספים ועוד. 195 מהם (61.1%) היו בעלי יותר מ-15 שנות ניסיון כחשבים; ל-107 (33,5%) היו בין 5 ל-15 שנות ניסיון. 225 (70.5%) ממנהלי הכספים דיווחו שהם בעלי תואר ראשון, לפחות; 51 (16%) הודיעו שבאמתחתם תואר שני. כמחצית מן המשיבים עבדו במלונות שגודלם פחות מ-500 חדרים, ומחציתם בקומפלקסים גדולים יותר. 25% היו בעלי הסמכת ה-HFTP כמנהלי כספים

אחת המיומנויות החיוניות היא השימוש בדו"חות החשבונאות הניהולית, שמפיקים מנהלי הכספים והחשבים במלונותיהם. מכיוון שחשבי ומנהלי המלונות פועלים בנפרד ובצוותא להשגת יעדים משותפים, יש עניין בשאלה: כיצד מדרגים מנהלי הכספים את מיומנויותיהם החשבונאיות והפיננסיות של מנהלי המלונות, עימם הם עובדים? ממצאי המחקר מצביעים על 24 מיומנויות מפתח בחשבונאות ניהולית, שהן החשובות והשימושיות ביותר למנהלי מלונות במילוי תפקידם.

### הגישה המחקרית

נשלחו בדואר שאלונים לדגימת 560 חשבים, חברי ה-HFTP, הארגון הבין-לאומי

מורשים במלונאות (CHAE - Certified Hospitality Account Executive).

### תוצאות המחקר

החשבים המשיבים דירגו את כל 24 המיומנויות כ"חשובות", ובמקרים רבים כ"חשובות מאוד", למנהלי המלונות. כפי שניתן לראות בטבלה 2, ערכי הממוצע של 24 המיומנויות נעים בין 2.653 ל-4.529. הדירוג הממוצע של כל 24 המיומנויות הוא 3.578. המשיבים דירגו את השליטה בדו"ח רווח והפסד (Income Statement), הבנתו וניתוחו, כמיומנות החשובה ביותר למנהלי מלונות. הדירוג הממוצע 4.529 שניתן לדו"ח רווח והפסד מלמד כי החשבים, כקבוצה, סבורים כי מיומנות זו היא לפחות "חשובה מאוד", ולמעשה "חשובה ביותר" למנהלים.

לאחר דו"ח רווח והפסד ניצבים, בסדר החשיבות, מיומנויות התקציב התפעולי (Operating Budget) עם 4.403 בממוצע, וניתוחי סטייה – "הביצוע לעומת התקציב" (Variance Analysis), עם ממוצע 4.339. שלוש מיומנויות אלה שבראש סדר החשיבות מתמקדות למעשה בתפעול: דו"ח רו"ה מראה את סה"כ ההכנסות וההוצאות הממשיות במשך התקופה הנמדדת, ובסיומה – ההכנסה (או ההפסד) נטו; התקציב התפעולי הוא תוכנית פיננסית שימושית, המאפשרת השוואה לתוצאות האמיתיות. זאת, הנעשית בכל חודש ובסוף התקופה הנמדדת כולה (בדרך כלל – שנה), מאפשרת לנתח את סטיית התוצאות האמיתיות מיעדי התקציב התפעולי.

המיומנויות שדורגו במקומות ארבע עד שש היו: תחזית פיננסית, בקרות חשבונאיות וגיליונות אלקטרוניים. כל אחת משלוש מיומנויות אלה קיבלה ערכי ממוצע גבוהים מ-4, המצביעים על כך שחשבי המלונות דירגו אותן כ"חשובות מאוד" למנהלים.

### טבלה 1: רשימת המיומנויות החשבונאיות והפיננסיות החשובות למנהלי מלונות

ניתוח נקודת האיזון	תקציב הון	תקציב מזומנים	תקציבים גמישים	תקציב תפעולי	ניתוחי סטייה	מאזן	דו"ח רווח והפסד	דו"ח מקורות ושימושים	תחזית פיננסית	ביקורת פנימית	ניהול מלאי	חשבות שכר	תמחור	ניתוח יחסים Analysis Ratio	מס הכנסה	מס רכוש	מיסוי והוצאות נלוות לשכר	בקרות חשבונאיות	טכנולוגיית מידע	תמחור מבוסס פעילות	גיליונות אלקטרוניים	חשבונאות רכוש (נכס)	קבוע	פחת	דו"ח תזרים מזומנים
--------------------	-----------	---------------	----------------	--------------	--------------	------	-----------------	----------------------	---------------	---------------	------------	-----------	-------	----------------------------	----------	---------	--------------------------	-----------------	-----------------	--------------------	---------------------	---------------------	------	-----	--------------------

הצפויים בעתיד. תקציב הון מביא בחשבון גם את תזרימי המזומנים הקשורים בהשקעות הון. ניהול המלאי מתמקד ברכש המלאי (המצריך שימוש במזומנים) ובשימוש בו. המיומנויות שקיבלו את הדירוג הכללי הנמוך ביותר (פחות מ-3 לפי טבלה 2) הן מיסוי והוצאות נלוות לשכר, מס רכוש, פחת, חשבונאות רכוש (נכס) קבוע, עלות מבוססת-פעילות ומס הכנסה. מיומנויות אלה הן ברובן טכניות מאוד, והשפעתן על תפעולו היומיומי של המלון היא מועטה בדרך כלל. שלוש מהן נוגעות למיסוי ומחייבות ידע טכני ניכר במסים. הפחת, אף הוא תחום עיסוק למעטים, המצריך ידע חשבונאי נרחב. בעלים וחברות ניהול מלונאיות מעוניינים בשאלות פחת וירידת ערך גם בהקשרי מס. העיסוק המפורט בנושאים אלה הוא ללא כל ספק באחריות החשבים ומנהלי הכספים, אך מן הראוי שלמנהלי המלונות יהיו מודעות וידע בסיסיים גם בתחומים אלה.

### מסקנות

ידע סביר בחשבונאות ניהולית חיוני למנהלי מלונות במאה העשרים ואחת. המחקר לעיל הציג 24 מיומנויות חשבונאיות שחשיבותן רבה לניהול המלון. החשובות ביותר הן אלה המתמקדות בתכנון, בדיווח ובניתוח של התפעול. המיומנויות הקשורות בתזרים המזומנים של המלון חשובות למדי, בעוד שנושאים הנוגעים

את עשרת המקומות הראשונים משלימות המיומנויות הבאות: דו"ח תזרים מזומנים, ניהול מלאי, תקציב הון ותקציב מזומנים. לכל אחת מהן, כפי שניתן לראות בטבלה 2, דירוג שבין 3.7 ל-3.8, שהוא קרוב ל"חשוב מאוד". במקד שלוש מיומנויות אלה ניצב תזרים המזומנים של המלון. בעוד שדו"ח תזרים

**מחקר בינלאומי שנערך בקרב מאות מנהלי כספים וחשבים של מלונות, מצא כי שלוש המיומנויות החשבונאיות החשובות ביותר לניהול המלון הן בסדר זה:**

- 1) דו"ח רווח והפסד
- 2) התקציב התפעולי
- 3) ניתוח הסטייה (variance) – "ביצוע לעומת תקציב"

במיסוי לסוגיו, חשובות פחות בדרך כלל.

# כישורים חשובונאיים

המשך מעמוד 8

טבלה 2: דירוג חשיבותן של המיומנויות החשובונאיות והפיננסיות למנהלי מלונות

המיומנות	ערכי הממוצע של החשבים
דו"ח רווח והפסד	4.529 (1)
תקציב תפעולי	4.403 (2)
ניתוחי סטייה	4.339 (3)
תחזית פיננסית	4.297 (4)
בקורות חשובונאיות	4.101 (5)
גיליונות אלקטרוניים	4.092 (6)
דו"ח תזרים מזומנים	3.782 (7)
ניהול מלאי	3.740 (8)
תקציב הון	3.737 (9)
תקציב מזומנים	3.723 (10)
טכנולוגיית מידע	9.706 (11)
חשבות שחר	9.672 (12)
תמחור	3.670 (13)
מאזן	3.656 (14)
ביקורת פנימית	3.647 (15)
תקציבים גמישים	3.263 (16)
ניתוח נקודת האיזון	3.250 (17)
ניתוח יחסים	3.025 (18)
מיסוי והוצאות שחר	2.992 (19)
חשובונאות רכוש קבוע	2.966 (20) תיקו
מס רכוש	2.966 (20) תיקו
פחת	2.839 (22)
תמחור מבוסס פעילות	2.835 (23)
מס הכנסה	2.653 (24)
ממוצע כללי	3.578

הערה: התשובות הומרו לערכי ממוצע כלהלן:

- חשוב ביותר - 5
- חשוב מאוד - 4
- חשוב - 3
- חשוב במקצת - 2
- לא חשוב - 1

בתעשיית האירוח (HFTP - Hospitality Financial & Technology Professionals). מטח הארגון באוסטיין, טקסס, ארה"ב. (www.hftp.org). המדגם נערך בחודשים ספטמבר-נובמבר 2005. עורכי הסקר: פרופ' ריי שמידגול, בית הספר למנהל מלונאי, Michigan State University ופרופ' ג'יימס דאמיטינו, המחלקה לחשובונאות, Central Michigan University.

על חשבים ומנהלי כספים מקצועיים, במיוחד מי שלהם הכשרה חשובונאית מלאה, לחלוק ברצון את מומחיותם ומיומנותם עם אנשי הניהול התפעולי של המלון.

המלון ייצא נשכר מן השיתוף הזה אם צוותי הניהול שלו, והמנהל בראשם, יהיו בעלי מיומנות פיננסית וחשובונאית רבה יותר, דבר שישפר את איכותו הכללית של הניהול ויסייע בהשגת מטרותיו.

## מקורות

את המדגם והמחקר עליהם מבוסס המאמר יזם וערך הארגון הבינלאומי של חשבים

# ניהול הכנסות המלון

המשך מעמוד 7

הנכון, אלא גם את ערוץ המכירה הנכון בזמן הנכון! מכיוון שהשינוי העיקרי בסביבת ההפצה כיום הוא מספר המשתנים שיש להביא בחשבון לשם קביעת תמהיל הערוצים הנכון, הרי הבנה יסודית של כל ערוצי המכירה ושל מכלול הגורמים המשפיעים על רווחיותו של כל ערוץ תביא לאסטרטגיית מכירות נכונה, מפורטת וישימה.

דורשים גישה ישירה, בזמן אמיתי, למלאי החדרים של המלון והרשאה לצטט זמינות ולהציע מחירים עד לחדר האחרון, באופן זהה למערכת ההזמנות המרכזית (CRS) של המלון.

## המצב האידיאלי

המאפיין הבסיסי של חברה המשתמשת בעקרונות ניהול הביקוש הוא קישוריות מספקת בין הספק (המלון או הרשת) למפיצה. כאשר זרימת המידע תהיה אוטומטית, הספקים והמפיצים יצעדו צעד גדול לקראת אינטגרציה ומטרות רווחיות משולבות. חשוב שערוצי ההפצה יקבלו תדיר את המחירים והזמינות המעודכנים והרווחיים ביותר. תהליכים משופרים, כמו העברת הזמנות אוטומטית ועדכוני מחירים זמינות בזמן אמיתי, מפחיתים במידה רבה את ההתעסקות הנדרשת לטיפול בהזמנות ש נ ש ל ח ו ב פ ק ס ובאקסטרה-נט משותף.

כדי להצליח בניהול הביקוש, חשוב לנתח ולהפעיל נכונה את תמהיל הערוצים הרווחי ביותר: לקבוע לא רק את מכירת החדר הנכון במחיר

## התפתחות, לא סיום

על המלונאות להיענות לחזון החדש של ניהול ההכנסות, המשלב באופן מיטבי בין ניהול ערוצים יעיל ואוטומטי לעלויות הפצה אופטימאליות. במסגרת חזון זה יש להעריך נכונה את כל מקורות הביקוש, להמליץ על תמהילים אופטימאליים של ערוצי מכירה ולהוציא המלצות אלה לפועל. כתוצאה מכך עשויים כל הצדדים למשולש ההפצה - אורחים, מפיצים וספקים (מלונות) - להרוויח.

לדיון נוסף: כתב-העת Hospitality Upgrade, גיליון אביב 2006. [www.hospitalityupgrade.com](http://www.hospitalityupgrade.com)

## בגיליון הבא:

### "Are you being served...?"

על פרמטרים של שביעות רצון אורחים: מדוע לקוחות חוזרים ולמה הם...עוזבים?

### שמאות אורחים

הערך לא נקבע ב...ערך!

על מדדים לקביעת ערכם של אורחי המלון

### פרוייקט "Guestroom 2010"

חדרי המלון בסוף העשור הנוכחי:

אורחים במנהרת הזמן

# "אני מתחייב לשמור אמונים..."

על תוכניות נאמנות ושימור לקוחות במלונאות האומנם בזבוז של זמן, כסף ומאמץ?

תוכניות נאמנות הן כיום חיוני נפרץ בענף האירוח, וחברות מלונאיות מוציאות כסף רב לפיתוחן, לשיפורן ולתחזוקתן של תוכניות מתוחכמות ומורכבות. חברות גדולות כ"הילטון", "מריוט", "סטארוד", "אינטרקונטיננטל" ואחרות, טוענות כי תוכניות הנאמנות שלהן שוות כיום עשרות מיליוני דולרים, שעה שכל חבר במועדון "המנויים" הזה חוזר, לכאורה, שוב ושוב אל המותג הנבחר שלו, ומייצר בכך למלון הכנסות גבוהות יותר מהכנסות אורחים שאינם חברים במועדון, ובאופן כללי פועל בלויאליות ובמסירות. האמת, מסתבר, מעט פחות מפוארת: רבים מן הלקוחות האלה, הנאמנים-לכאורה, הם בעצם... "מופקרים" מאוד! הם חברים בעת ובעונה אחת במספר תוכניות נאמנות ושימור לקוחות, ובוחרים בכל פעם במלון אשר יספק לדעתם, באופן המיטבי, את צרכי האכסון העכשוויים שלהם. זאת ועוד: מחקרים מצביעים על כך שתוכניות נאמנות מלונאיות אינן משפיעות באופן מובהק על בחירת מלון נתונה של לקוחות. מגוון שיקולים אחרים (מחיר, מיקום, אווירה ועוד), משפיע, ככל הנראה, הרבה יותר מן הנאמנות ל...תוכנית הנאמנות. אם לומר זאת בפשטות: מרבית תוכניות הנאמנות המלונאיות פשוט אינן עובדות!

הן אינן מצליחות להשיג את מטרותן: לכידה ושימור של אורחים (חוזרים). למרות זאת, רוב החברות המלונאיות המובילות ממשיכות להשקיע כסף רב בהפעלת תוכניות הנאמנות שלהן, למרות העדר כל הוכחה, כמעט, בדבר השפעתן הישירה על השורה התחתונה בתוצאותיו העסקיות של המלון.

מאמר זה בוחן חלק מן הסיבות לכישלון המתמשך, ומציע למלונאים הצעות

המשך בעמוד 10

אחדות לשיפור האפקטיביות של "מועדון החברים" כלומר, כיצד להפיק רווחים מתוכניות הנאמנות שלהם.

## נקודות, נקודות ועוד נקודות

אחד הכשלים העיקריים נעוץ בעובדה שרבות מן התוכניות הקיימות אינן בעצם תוכניות נאמנות, כי אם תוכניות גמול! לכאורה, הבדל של דקדוקי עניות, אך הוא חשוב פרקטית וקונספטואלית כאחד. בניגוד לסברה כי תוכניות הנאמנות מבוססות על עקרונות של ניהול קשרי לקוחות, בסייען לנו "להכיר את הלקוח" ו"ליצור אינטראקציה חלקה בכל נקודות המגע עימו", הרי שרובן הגדול מתמקד בפעולה אחת, חוזרת ונשנית: מתן גמול ללקוחות כל אימת שהתארחו במלונות החברה. סקירת החומר הפרסומי של רוב תוכניות הנאמנות המלונאיות מוכיחה כי כולן, למעשה, מדגישות "נקודות" או "קילומטרים"/"מיילים", המוענקים ללקוחות בתמורה לשהייתם. ההבדלים בין התוכניות השונות מתמצים, למעשה, במספר הנקודות שמקבל הלקוח עבור כל אירוח, ובמגוון הגמולים שיקבל לאחר מכן, בתמורה לנקודות שצבר. עם הזמן, נעשות רוב התוכניות דומות זו לזו במידה רבה, עד ששוב אין להבדיל ביניהן ואין דבר שיעורר את התלהבותם של לקוחות להעדיף מי מהן.

תוכניות נאמנות המבוססות על נקודות מנסות, למעשה, "לקנות" את נאמנות הלקוח. סביר להניח כי אסטרטגיה זו לא תצליח, שכן נאמנות אמיתית, ארוכת טווח, אינה ניתנת לקנייה. לקוח שמגיעו הם הגמולים יעבור, בפשטות, ממלון אחד למלון אחר, בו יוכל לקבל מספר נקודות גדול יותר. אפשר, כמובן, למשוך טיפוס לקוח זה בחזרה, באמצעות הצעת גמולים רבים יותר, מעשה שסופו ספיראלה יקרה ואין סופית: המלונות מעניקים עוד ועוד, מתוך ניסיון למשוך חברי מועדון ולשמור על נאמנותם. במקום להיות סממן מבלבל, הפכו הנקודות והקילומטרים, או המיילים, לדבר המובן מאליה

ללקוח, ועלויות תפעול מועדוני הנאמנות נסקו לגבהים אבסורדיים, ללא כל קשר לתועלתם האמיתית.

## הפתרון - דירוג?

יש הוכחות לכך שמועדוני חברים המבוססים על נקודות הם, פרדוקסאלית, בעלי השפעה פחותה על סוג הלקוחות אותו במיוחד מבקשים רוב תוכניות הנאמנות למשוך אליהן ולשמור: הנוסעים המתמידים (בנסיעות עסקים Business Frequent Travelers), שתרומתם היחסית להכנסות (ולרווחיות) המלון - בדומה לחברות התעופה - גדולה פי כמה משיעורם המוחלט בקרב כלל הלקוחות. אורחים אלה נמנים בדרך-כלל על מספר תוכניות נאמנות, וזוכים ביותר נקודות מכפי שיוכלו אי-פעם לנצל. מכיוון שהם מרבים לנסוע בלאו הכי (על בסיס חשבון נסיעות והוצאות אישי), אין להניח כי יפדו את הנקודות תמורת גמולים הקשורים ב...נסיעות. יש צורך אפוא בתמריצים אחרים כדי להניע פלח שוק זה ואכן, חברות מלונאיות רבות אמצו אסטרטגיות תגמול אחרות: בידול של רמות החברות בתוכנית ומנוי עילית מדורגים ("כסף", "זהב", "יהלום", "פלטינום", "טיטניום" ועוד היד נטויה...). לאורחים מתמידים במיוחד מובטח סטטוס גבוה יותר, הטבות רבות כמו אזורי קבלה (check-in) מיוחדים, שעת עזיבה (check-out) מאוחרת וחדרים משודרגים במידת האפשר. תוכניות נאמנות המבוססות על דירוג מעין זה מתבססות על משיכה רגשית. הן מתגמלות לקוחות נאמנים בחברות בעלת אופי סלקטיבי יותר, המשגרת אליהם איתותים קבועים של חשיבות ומיוחדות.

## בניית קשרי לקוחות

באמצעות טכנולוגיה מתוחכמת יכולים כיום המלונות לאתר, לאחסן ולשלוף פרופיל מפורט ביותר של העדפות אורחיהם התכופים. השאלה היא איזה שימוש נעשה בהם?

במחקר שעשתה לאחרונה חברת Accenture האמריקנית בקרב נוסעי עסקים, אמרו יותר ממחציתם כי המלון המועדף עליהם לא תמיד מזהה אותם כלקוחות מתמידים. כחמישית מן הנשאלים מסרו כי מזהים אותם בשם, אך לא נוהגים בהם אחרת מכל אורח רגיל.

המחקר בדק גם האם חברות מלונאיות משתמשות בנתונים מתוכנת נאמנות הלקוחות כדי להפוך את הדוא"ל השיווקי שלהם לאישי יותר. התשובה הייתה חד-משמעית: "לא!" אפילו חברות הענק המלונאיות, בעלות תוכניות הנאמנות המתחכמות ביותר, השתמשו בדיוור המונים (mass) סטנדרטי. לכאורה, כדי לבנות קשרים אישיים עם אורחים מתמידים, בעידן בו לקוחות משתוקקים ליחס אישי, כמה יעיל יכול זה כבר להיות?

זהו, בעצם, לב העניין: למרות הצהרותיהן על ניהול קשרי לקוחות, מעט חברות מלונאיות מוכנות, טכנולוגית או פסיכולוגית, לאמץ תוכניות נאמנות המבוססות על קשרים אמיתיים.

ניהול קשרי לקוחות (CRM) אמיתי הוא דבר שונה מאוד מן המערכות מבוססות הגמולים שאנו מפעילים כיום. פילוסופיית ה-CRM צריכה לחלחל לכל הארגון ולהתמקד בבניית קשרים ארוכי-טווח, משמעותיים ואמיתיים, עם כל אורח יחיד. הכרה ויחס אישי הם נקודות מפתח, מפני שהם גורמים ללקוח להרגיש מיוחד ועוזרים ליצור קשר רגשי, החיוני לשם נאמנות אמת.

כדי להשיג זאת, יש להפוך את המידע על העדפותיהם והתנהגויותיהם של לקוחות, החבוי כיום במסד הנתונים של תוכניות הנאמנות, לגלויים וזמינים בכל נקודות המגע עם האורח, ולהכשיר את העובדים לשימוש שיטתי בנתונים אלה כדי להעצים את חוויית האירוח של הלקוח. על תרבות הארגון להסתגל לזיהוי הלקוחות השונים שיש להתייחס אליהם באופן שונה. יש לנוע מגמולים יקרים ולא-יעילים (מבוססי נקודות או דירוג) לעבר מתן הכרה מוחשית ויחס אישי. זה לא צריך להיות יקר; רק הדבר הקטן, היחיד הזה, החשוב לאורח פלוני, שיגרום לו לומר: "וואו, הם זוכרים!".

# התנועה האווירית כראי התירות העולמית

## תחזית התעופה האזרחית לשנים 2006 - 2010 וגם... "חמש הגדולות"

י.א.ט.א. (I.A.T.A - International Air-Transport Association), הארגון הבינ-לאומי לתובלה אווירית, חוזה מגמות בתנועת נוסעים ומטענים בעולם בחמש השנים הבאות. נתוני התעופה האזרחית העולמית משקפים, בדרך כלל, מגמות מקבילות בתנועת תירות הנופש והעסקים בעולם.

הגידול בתעופה העולמית לפי אזורי מפתח של תנועת נוסעים אווירית:		
מטען	הגידול בתנועת הנוסעים המצרפית 2010-2006	האיזור
4.6%	5.9%	צפון אטלנטי
6.0%	5.8%	טראנס פאסיפי
4.1%	5.1%	בתוך אירופה
8.5%	6.8%	בתוך אסיה הפאסיפית
5.7%	5.9%	אירופה לאסיה הפאסיפית
4.5%	5.7%	אירופה לאפריקה
5.1%	6.6%	המזרח התיכון לאפריקה
		המזרח התיכון לאסיה הפאסיפית
8.8%	6.7%	צפון לדרום אמריקה
3.7%	4.6%	בתוך אמריקה הלטינית
5.0%	4.2%	כל הקווים הבינלאומיים
6.3%	5.6%	

## חמש המדינות המובילות בשיעורי הצמיחה בתנועת הנוסעים האווירית, בשנים 2006-2010\*

המדינה	גידול בתנועת נוסעים מצרפית 2006-2010	המדינה	גידול בתנועת נוסעים מצרפית 2006-2010
פולין	11.2%	סין	14.4%
סין	9.6%	קטאר	12.5%
צ'כיה	9.5%	סרי-לנקה	12.2%
קטאר	9.2%	מקאו	11.6%
טורקיה	8.9%	דרום קוריאה	10.7%

\*תחזיות התנועה שמפרסמת I.A.T.A הן מצרפיות (aggregate), כלומר מבוססות על נתונים מצטברים של חברות תעופה החברות בארגון, באזור נתון.

ארגון י.א.ט.א. מייצג כיום 265 חברות תעופה סדירות ברחבי העולם, המהווים 94% מן התנועה האווירית הבינ-לאומית הסדירה. ההשלכות הכלכליות של נתוני התחזית לעיל מפורטות במחקר חדש מטעם קבוצת (Air Transport Action Group) ATAG, על יתרונויותיה החברתיים והכלכליים של התובלה האווירית. מוסד זה הוא קואליציה בין-לאומית, עצמאית, של ארגונים וחברות העוסקים בתובלה האווירית, אשר התאגדו למטרות מחקר ופעולה כלפי ממשלות וגופים סטטוטוריים המשפיעים על התעופה האזרחית המסחרית בעולם.

**תחזית החומש 2010-2006 של I.A.T.A על תנועת הנוסעים האווירית, צופה גידול מהיר לתעופה באסיה ובמרכז אירופה**

לעיון נוסף:

www.iata.org/pressroom/economics  
www.atag.org

# נחתם הסכם להפסקת ההעסקה של עובדים זרים במלונות אילת

לעובדים הזרים יינתנו 7 חודשים להיערך להפסקת העבודה, הם יקבלו פיצויים ויהנו מתנאים סוציאליים מלאים.

## גבר לתינוקות במלונות פתאל

רשת "מלונות פתאל" חתמה על הסכם שיתוף פעולה עם מותג מזון התינוקות "גרבר", במסגרת הרחבת השירותים הניתנים למשפחות המתארחות עם תינוקות. למישפחות יחולקו במתנה ערכות מזון ממותגות של "גרבר". הערכות, שעוצבו במיוחד לפרויקט, כוללות מחית שלב 1, עוגית אצבע, דוגמית דייסה, סינר וכפית חד פעמית. שיתוף הפעולה עם "גרבר" הינו חלק מהרחבת השירותים לציבור המשפחות עם תינוקות, אשר מהוות 40% מהלינות ברשת. לאחרונה השיקה רשת "פתאל" תוכנית מיוחדת הנקראת CLUB BABY WELCOME MED במועדון "קלאב מד" באילת, המעניק את כל הדרוש למשפחה הטרייה המגיעה לנופש במלון – עגלת תינוקות, חדרים בטיחותיים ומאובזרים בכל הציוד הדרוש לטיפול בתינוק ועד למכשירי סטריליזטור, בקבוקים ומזון שמרספות ותוכניות בידור לקטנטנים הכוללת מרינטות, התעמלות תינוקות, שיעור שחייה לתינוקות, ערבי מוזיקה ועוד. סמנכ"ל שיווק ומכירות של רשת "מלונות פתאל" ענת סטריק-דהאן, מציינת: "אנו ממשיכים לפתח מוצרים ייעודיים המקלים על לקוחותינו ומשדרגים את חוויית השהות שלהם במלון. משפחות רבות מגיעות למלונות עם תינוקות, והתופעה הולכת וגדלה בין השאר בגלל העובדה שהמלונות מציעים היום מיכלול של פתרונות – משירותי שמרספות ועד לשירותים מיוחדים בחדר".

מאז ומעולם לבסס את הענף על עובדים ישראלים בלבד. המקום היחיד בארץ, בו לא הייתה ברירה אלא לבקש היתרי עבודה לעובדים זרים במקצועות מסוימים בשל מחסור בידיים עובדות של ישראלים, הוא אילת. הצמיחה בתיירות בתקופה האחרונה מחייבת את המלונאים לגייס עוד ועוד עובדים. "בימים אלה אנחנו במהלכה של תקופת גיוס של אלפי עובדים חדשים למלונות בכל הארץ במיגון רחב של תפקידים – ממקצועות הניהול ועד מקצועות שתקופת הכשרתם קצרה", אומר אבי אלה. "אני מקווה כי התמריצים עליהם חתמנו במסגרת הסכם כולל יעודו עובדים ישראלים להצטרף לענף המלונאות, שתנאי העסקה בו הוגנים ביותר".

3. מענק לימודים. עובד שישלים חצי שנת עבודה במישרה מלאה יהיה זכאי לשובר בסך 5,000 שקל למימון לימודיו או לימודי ילדיו באילת. עובד שישלים שנת עבודה יהיה זכאי לממש את השובר גם מחוץ לאילת. עובד במישרה חלקית יהיה זכאי למענק לימודים שגובהו יקבע בהתאם לחלקיות המישרה בה הוא מועסק. מספר מיכסות מענקי הלימודים לא יעלה על מיספר מיכסות מענקי ההתמדה.

4. מגורים. "התאחדות המלונות באילת" מתחייבת במסגרת ההסכם לספק מגורים לעובדים רווקים או לזוגות נשואים ללא ילדים במחיר שלא יעלה על 350 שקל במימון העובד.

בתום דיונים ארוכים בין "התאחדות המלונות בישראל" לבין שירות התעסוקה, אגף התקציבים באוצר ולישכת שר המסחר והתעשייה, גובש הסכם למתן תמריצים לשם הגדלת מספר הישראלים המועסקים במלונות אילת, במקביל לביטול מיכסת העובדים הזרים במלונות העיר. עם כניסת ההסכם לתוקף, החל מינואר 2007, לא יועסקו יותר עובדים זרים במלונות. העובדים הזרים בעלי היתרי העבודה בישראל שעובדים כיום במלונות, יוכלו להשתלב בענפים אחרים שלהם יש עדיין היתרי עבודה. החתימה על ההסכם התקיימה בלישכת שר המסחר והתעשייה במעמד השר אלי ישי, הנשיא לשעבר של "התאחדות המלונות בישראל" אבי אלה, סגן הממונה על התקציבים רביב סובל ומנכ"ל משרד התמ"ת ר"ח גבי מימון. ההסכם מבוסס על החלטת הממשלה מאוגוסט אשתקד בעניין צימצום מיכסת היתרי העסקת עובדים זרים במשק.

תחילתו של הסכם זה ב-1 באפריל 2006. לפי הסיכום שהושג, היתרי העסקה לעובדים זרים בענף המלונאות יוארכו עד 31 באוקטובר 2006. עד יום זה תופחת מיכסת ההיתרים במחצית. החל מיום 31 בינואר 2007 תבוטל מיכסת ההיתרים להעסקת עובדים זרים במלונות אילת לחלוטין. יש לציין כי הסכם זה לא יחול על עובדים זרים מומחים במסעדות אתניות ועל עובדים זרים מומחים ששכרם גבוה מפעמיים השכר הממוצע במשק. לדברי הנשיא לשעבר של "התאחדות המלונות בישראל" אבי אלה, מדיניות התאחדות הייתה

לדברי השר אלי ישי מדובר בהפחתת מספרם של העובדים הזרים והחלפתם בעובדים ישראלים, תוך מניעת פגיעה במשק הישראלי והימנעות מצעדים שניזקם רב על תועלתם. ההסכם קובע מספר עקרונות יסוד, אשר מימונם יבוא במשולב מן המלונאים ומתקציב המדינה:

**עובדי אלדן במחווה לצפון: נופש בגלי כנרת בטבריה**

מלון הספא והנופש "רימונים גלי כנרת" בטבריה ארח את עובדי חברת "אלדן" במסגרת החלטת החברה להתגייס לשיקום הצפון ולהעתיק את נופש החברה השנתי מאילת לטבריה. במהלך חודש ספטמבר נפשו במלון 640 מנהלי ועובדי החברה ובני זוגם. מנכ"לית רשת מלונות "רימונים" חמדה הופמן, מסרה כי היא מביעה הערכה רבה להנהלת חברת "אלדן" על ההחלטה ושמחה על בחירתה להוציא את עובדיה לחופשה במלון "רימונים גלי כנרת". מנכ"ל חברת "אלדן" יוסי דהן, הוסיף כי חברת "אלדן" גאה לתרום את חלקה בפעילות כה חשובה למען שיקום העסקים בצפון והביע את תקוותו כי הדבר ישמש דוגמה לחברות נוספות.

1. מענקי התמדה. עובדי מישרה מלאה במקצועות שטיפת כלים וניקיון שטחים ציבוריים, יהיו זכאים למענק התמדה במימון המעסיקים בגובה 3,000 שקל לאחר 6 חודשי עבודה רצופים, ול-3,000 שקל נוספים עם השלמת 12 חודשי עבודה רצופים. עובדים במקצועות החדרנות יהיו זכאים למענק בגובה 6,000 שקל במימון המעסיקים לאחר 12 חודשי עבודה רצופים במישרה מלאה. לפי ההסכם, עובדים במישרה חלקית יהיו זכאים למענקים באופן יחסי להיקף משרתם, כאשר הממשלה תעניק למלונאים מענקים בגובה זהה מול מענקי ההתמדה.

2. מעונות יום, גני ילדים וצהרונים. הורים יחידים שיעבדו במלונות אילת במקצועות שטיפת כלים, נקיון שטחים ציבוריים וחדרנות, יהיו זכאים למימון ממשלתי מלא של מעונות יום וגני ילדים המפוקחים על ידי משרד המסחר והתעסוקה, או על ידי משרד החינוך. סעיף זה בא לתת תמריץ להצטרף לעבודה במלונות אילת בעיקר לאימהות חד הוריות.



## תעשיית התיירות באינטרנט - לאן?

**שיווק באינטרנט ומנועי החיפוש ערוץ המכירות האולטימטיבי לתעשיית התיירות**

בשיתוף Google ישראל, התאחדות המלונות בישראל וסקול תל אביב יום ג' 31 באוקטובר, מלון הילטון, תל אביב

על סדר היום:

9:00-10:00 התכנסות וארוחת בוקר

10:00-10:15 דברי פתיחה

10:15-10:30 "מיקומה של תעשיית התיירות בעולם ובישראל" נשיא התאחדות המלונות בישראל, מנכ"ל רשת מלונות שרתון ישראל, מנכ"ל משרד התיירות לשעבר, מר אלי גונן

10:30-11:00 "השיווק באינטרנט ותרומו לקידום התיירות בישראל" מנכ"ל Google ישראל, מר מאיר ברנד

11:00-11:30 "פרסום באינטרנט - הגדלת היקף המכירות, הגעה לשווקים חדשים והרחבת המודעות למותג" Esteban Walther - Head of Travel Europe Google

12:00 - דיון פתוח - שאלות ותשובות

12:15 - ארוחת צהריים קלה

13:00-15:00 אין לך עדיין קמפיין ב-Google? רוצה ללמוד איך להתחיל? קמפיין ב-Google צעד אחר צעד Google University



מחיר השתתפות: 250 ש"ח  
לאדם כולל מע"מ

לפרטים והרשמה:  
רומי גורודיסקי טל: 03-5170131 פקס: 03-5100197 מייל: rumi@iha.org.il

# יום האוורג'ון

## - תמר גולדמן -



האורחים בבוקר. כורעים (מימין לשמאל): אודי זיכרמן, שמוליק צוראל, עופרה גזית. צילום: אוהד ברדה.



מימין לשמאל: יעקוב אקריש - מנהל תיירות מועצה אזורית "תמר", שמוליק צוראל - מנהל שיווק התאחדות מלונות ים המלח, עופרה גזית - מנהלת פרסום, שיווק, דוברות ויחסי ציבור - המועצה האזורית תמר, דב ליטבינוף - ראש מועצה איזורית "תמר", נחום איצקוביץ' - מנכ"ל משרד התיירות, אודי זיכרמן - יו"ר התאחדות מלונות ים המלח.



בטקס הפתיחה של כנס ים המלח התכנסו במלון "נובוטל טלאסה" האורחים מחו"ל ומישראל. מימין לשמאל: מנהל חברת הניהול של "אקור כלל" דוד כץ, מנכ"ל "כלל תיירות" אריה אור, סמנכ"ל השיווק של "אקור כלל" עודד מרקוס, סמנכ"ל המסחר והשיווק של "אל על" רמי לוי.

פסחה). במקום גילו המטיילים מעיינות מים מלוחים ומתוקים שבקעו מתוך המצוק המתרומם מעל הים. הסוכנים קיבלו הסבר כי מדובר במעיינות הנמוכים בעולם, הבוקעים בגובה של 390 מטר מתחת לפני הים והשמורה מצוידת במגרשי חנייה, מקלחות, שירותים, מי שתייה, סככות צל. לקינוח, מאחר שביקור בים המלח ללא התנסות במריחת בוץ על הגוף לא נחשב לביקור, החל מהשקט והשלווה במקום, דרך טיפולי היופי, הקוסמטיקה, הבוץ ויכולת המינרלים והשמש הנימצאים במקום לטפל במחלות שונות, וכלה באתרים ההיסטוריים הנמצאים במקום ואפשרויות התיירות המדברית האטרקטיבית. בסיום הטקס פנו המשתתפים לסעוד ארוחת צהריים במלון "לוט", ולאחר מכן הסתייעו בשרותי האוטובוסים על מנת לעבור בין המלונות השונים ולעמוד על הדברים המייחדים כל אחד מן המלונות. כך יכלו הסוכנים לגלות כי מלון "שרתון מוריה" מציע לאורחיו חדרי שמש עם מרפסות שמש פרטיות או חדרי גן; כי מלון "גולדן סוליס" מתהדר בחמאם טורקי ייחודי וכי כל המלונות עשו שידרוג של שירותי הספא - ממיטקנים רפואיים יותר בהגדרתם למיטקנים המספקים גם שירותי יופי ובריאות (כתוצאה מכך הביקוש של לקוחות לסוג כזה של נופש הוא המוביל בים המלח). שבת השכם בבוקר יצאו מוזמני הכנס למצדה, והמתינו שם לזריחת השמש. לאחר שזו עלתה קיבלו הנוכחים סיור מודרך מטעם רשות הטבע והגנים הלאומיים, הדרכה שכללה גם את ארבעת חברי תיאטרון אספלט שסייעו בהעברת סיפור מצדה בצורה הומוריסטית ואינטראקטיבית. אלה שהיו מוכנים להתמודד עם החום הכבד בשעות הצהריים, שמו פעמיהם לעבר שמורת הטבע עינות צוקים (עין

כנס השיווק הבין-לאומי החמישי שהתקיים בים המלח בתחילת חודש ספטמבר, הוכרז כהצלחה מסחררת. בכנס לקחו חלק כ-150 סוכני תיירות ועיתונאים ממדינות אירופה ואסיה (אוסטריה, אוקראינה, איטליה, בלארוס, בלגיה, בריטניה, גרמניה, הולנד, הונגריה, נורווגיה, סין, סלובקיה, ספרד, צ'כיה, צרפת, פולין, קזחסטן, רוסיה, שוודיה ושווייץ), שהגיעו לארץ בטיסות "אל-על". במהלך שלושת ימי הכנס נחשפו המשתתפים לכל הדברים הניפלאים שיש לים המלח להציע לנופשים במקום. המוזמנים לכנס התארחו ב-13 מתוך 14 המלונות במקום (מלבד מלון "רויאל", שאינו חבר בהתאחדות המלונות בים המלח), כאשר מארגני הכנס דאגו כי המשתתפים יגיעו לכמה שיותר מלונות, נוסף על המלון המארח אותם. את יומם הראשון פתחו סוכני התיירות בסיור ספארי מטעם קיבוץ עין גדי באזור הרי סדום. לאחר ביקור קצר אצל אשת לוט החלה הנסיעה בתוואי המדברי, כאשר לעיני הנוסעים ניגלה הנוף המדהים של ים המלח, הרי ירדן והרי סדום (טיולי הספארי מתקיימים, מלבד באזור הרי סדום, גם בדרך התבלינים העתיקה וכן ניתן לערוך סיורים בירדן וסורים ליליים). לאחר ארוחת צהריים קלה בבית הארחה בקיבוץ עין גדי, זכו הסוכנים לסיור בקיבוץ, המהווה אואזיס מיוחד במינו בנוף המדברי, ובחדרי האירוח (150 במספר). ארוחת הערב והמסיבה במלון "קראון פלזה" בערב הראשון, איפשרו לסוכנים להתוודע לספא המלון ולחוף הים הצמוד לו, ואלה שכוחם עוד היה במותנם המשיכו ל-"after party" שהתקיימה בדיסקוטק של מלון "גנים" המשופץ. בטקס הפתיחה של הכנס, שהתקיים באולם הכנסים המחודש של מלון "נובוטל טלאסה", הדגיש מנכ"ל משרד התיירות נחום איצקוביץ',



# שרתון מוריה תל-אביב זכה בפרס יוקרתי של שרתון העולמית



עומד במרכז: מנכ"ל המלון רפי כרמון עם הצוות הבכיר.

השוררת לאחרונה בארץ, ובכל זאת מלון "שרתון מוריה" תל אביב זכה לקבל את הפרס החשוב הזה. "שיפור הרווחים משנה לשנה במלון במדינת ישראל המתחזה באירופה הוא הישג כפול ומכופל", אמר אלי גונן. הכנס היווה המשך לתהליך התרבות האירגונית ש"סטארוד" חרתה על דיגלה, ועיקרה – שיפור השירות והתפעול. כנס דנו בכלים נוספים ובטכנולוגיות מתקדמות המאפשרים להגיע למטרה שהוצבה.

מלונות "שרתון ישראל". זו הפעם הראשונה שמלון בישראל זוכה בפרס יוקרתי כזה. מנכ"ל "שרתון ישראל" אלי גונן שקיבל את הפרס, אמר כי זהו הישג ניכר ביותר, בעיקר כאשר המתחרים הם מלונות הממוקמים באירופה באזורי התיירות האטרקטיביים ביותר. אלה מלונות יוקרתיים המתנהלים באווירה שקטה ורגועה ומארחים הרבה נופשים ואנשי עסקים, לעומת האווירה הלא קלה

הכנס השנתי של "שרתון" אזור אירופה, המזרח התיכון ואפריקה (אליו משתייכת רשת "שרתון ישראל") התקיים במונטה קרלו. במסגרת הכנס ניתנו פרסים על ידי נשיא STARWOOD EUROPE רולנד ווס. מלון "שרתון מוריה" תל אביב זכה בפרס על שיפור מתמיד ברווחים והגידול הגדול ביותר בתוצאות העיסוקיות. הוא הוכרז כאחד מתוך עשרה המלונות היוחיים ביותר באירופה והרווחי ביותר מתוך

# צניעות. תכונה חיונית לאיש מכירות

- ישראל ציגלמן -

את קבוצת התיירים המגיעה מיפן. עובדיו של אותו מפעיל הם אלה היודעים לדבר שפות זרות. ציגלמן המכירות של לישיבת התיירות הישראלית אמר לבנות ביקוש לחבילות תיור בישראל הן בקרב גורמים מקצועיים אלה בענף התיירות ביפן, והן בקרב קהל התיירים שהם בבחינת משתמשי קצה. אחד מנציגי המכירות המיומנים שעבדו בלישיבת התיירות היה עם רקע מצוין. הוא משכיל, דובר שפות זרות, טייס לשעבר והוא אף הגיע ממשפחת סמוראים מכובדת בארצו. אך מסתבר, כי הוא היה עם כישורי יתר. סוכני נסיעות יפנים שהיו אמורים להיות לקוחותיו, חשו לפיכך לא בנוח בקרבתו. אגב שתיה של אלכוהול, אחד מהם הסביר זאת למנהלו של ציגלמן המכירות. סוכן הנסיעות אמר, כי בענף שלו סוכני הנסיעות הם אנשים פשוטים ולא משכילים, ולכן הם חשו מרוחקים מעט מנציגי המכירות של משרד התיירות, אשר נתפס על ידם כמתנשא מעליהם. האם זהו קושי רק ביפן? לא. גם בארצנו, כמו בכל ארץ, רצוי להתאים את איש המכירות אל סוג הלקוחות אשר להם הוא אמור למכור. הרי כבר השלב הראשון, במהלכו של פגישת מכירה, הוא שלב בו איש המכירות נידרש להשיג כימיה עם הלקוח שלו. גם לאיש מכירות אמפאטי קשה להשיג כימיה כזו אם הלקוח תופס אותו כנישא הרבה מעל הלקוח. אמנם, התחנכנו ללכת לאורו של הפסוק "והצנע לכת...", אך איש מכירות טוב צריך להצניע לכת גם בקשריו עם לקוחותיו.

הרבה מאוד אירגונים מעסיקים אנשי מכירות. לעיתים הם קרויים גם "נציגי מכירות". נוכל למצוא אנשי מכירות בכל שלושת המיגזרים: במיגזר העסקי, בממשלה ואף במיגזר העמותות. נהוג להעסיק אנשי מכירות כאשר האירגון המפעיל אותם פועל בתוך שוק תחרותי, וכאשר הערך הכספי של עיסוק המכירה מספיק גבוה כדי להצדיק ביקור שטח מצד איש מכירות אצל הלקוח. בארצנו, אירגון גדול מעסיק אף כמאה אנשי מכירות, אירגון בגודל בינוני יעסיק שישה-שמונה אנשי מכירות בעוד אירגון קטן יעסיק רק איש מכירות אחד או, לכל היותר, שני אנשי מכירות.

איש מכירות נידרש להרבה כישורים. הוא צריך להיות "חולה הגה", "אופטימסט", "רעב", "אמפאטי", "נודניק" זאב בודד ("סוליבט"), יודע לספק בדיחות, בעל "עור של פיל" ואף דומה לחתול. אך, אחת התכונות, אשר לא נוהגים להדגיש אותה למרות שגם היא חשובה לאיש מכירות, היא הצניעות. מסתבר, כי לקוחות נירתעים מלקנות אצל איש מכירות שניתפס כנישא מעליהם, גם אם יש מאחוריו כישורים המצדיקים זאת. את הלקח הזה למד, לא מכבר, נציג של משרד התיירות ביפן. בלישיבת התיירות של ישראל בארץ זו הועסק נציג מכירות אשר עבד מול סוכני נסיעות ביפן. זוהי ארץ אשר יש בה הפרדה בין סיטונאי תיירות (אשר רוכש רק את הטיסה ארצה, אך יש לו בנוסף קשר אל קהל התיירים הנוסעים מיפן לחו"ל) ובין סוכן נסיעות, הידוע בתור "מפעיל של שירותי קרקע" מרכיב עבור התייר היפני את חבילת שירותי הקרקע המבוקשת, למשל, בישראל. אותו מפעיל שירותי קרקע עובד מול משרד נסיעות בארץ, אשר קולט

הכותב הוא מנכ"ל מכון ציגלמן לחקר השיווק. כלכלן, משפטן, מוסמך למינהל עסקים ומומחה לחקר שווקים.

## סנטרל פארק. מלון בוטיק במיתוג מחדש

שליש מן החדרים היו תפוס על ידי ישראלים מנהריה, מטבריה, ממעלות, מכרמיאל, מעכו, מחיפה ומישובים נוספים בצפון.

**קולט עליה ורוכש מט"ח**  
מלון "סנטרל פארק" קלט עולים חדשים עם נסיון מלונאי, כחלק מתהליך מיצוב המלון כמלון אלגנטי-אירופי. מנהל הקבלה הוא וולטר קנגה, מדרום אפריקה, שהיה מנהל הקבלה במלון "שרתון" בבואנוס איירס. בלובי עובד אריאל מגיטמן, מלצר מקצועי שהגיע מארגנטינה. אחראי הלובי הוא שרף ג'פרי, ערבי ישראלי שחי שש שנים בצ'כיה. השף הוא בריאן, יליד דרום אפריקה. הבעלים של מלון "סנטרל פארק" איציק דיין, רכש לאחרונה אגרות חוב של עיריית אילת בסכום של 150 אלף שקל. "אני מאמין באילת", אמר איציק דיין, "ושמח לסייע לה בתחום הכלכלי".

עוצב בסיגנון ייחודי לו. בית הקפה "דנה", לנשים בלבד, בסיגנון אנגלי-כפרי, פאב בסיגנון אירי-סקוטי ומועדון לילה בסיגנון מרוקאי-מזרחי. יש גם מועדון כושר חדיש ומשוכלל, אולם סקוויש ושולחנות ביליארד. ניתן ליהנות משרותי הספא של המלון, מגקווי, מסאונה רטובה ויבשה ומטיפולי עיסוי אישיים. על מנת למצב את המלון על פי הקווים המועדפים על איש העסקים, מסביר בעל המלון איציק דיין שלשיתו, עדיף לראות את המלון חצי מלא אך ממוצב נכון – מלון בוטיק שקט, עסקי ואינטימי. מערך השיווק והמכירות במרכז הארץ מנוהל ומונחה על ידי אור ברקת, בעלת ניסיון רב בענף התיירות, ששימשה כמנהלת השיווק של רשת מלונות "שלום פלאזה". המלון ממוקם סמוך לשדה התעופה באילת, עובדה שמקלה על האורחים להגיע אליו. לדברי מנהל המלון אבי טורס, הישראלים מגיעים לאילת בהחלטה קצרה וספונטנית, אך המלון ערוך לכל מצב. במהלך המלחמה היתה במלון תפוסה של 100%, כששני

מלון "סנטרל פארק" באילת השלים מהלך מיתוג מחדש. המלון מיעד את עצמו למי שאוהב חופשה שקטה ואינטימית. המלון פונה לקהל שמחפש אפשרות לשבת בבריכה וליהנות מקריאה ללא מוזיקה רועשת ולקהל שמעריך איכות אדריכלית. ציורים של הציירת אילנה דיין תלויים על הקירות, הריהוט ניבחר בקפידה תוך ליווי צמוד וקפדני של מעצבת הפנים לימור לוי. זה הקו בו בחרו ללכת האדריכל בני טיטו ובעלי המלון איציק דיין: שיק אירופי אלגנטי בקווים נקיים. המלון מיועד לתייר הישראלי הסולידי, לתייר מחו"ל, לאיש העסקים ולקבוצות איכות קטנות המגיעות בעיקר לקיום התכנסויות עסקיות פרטיות או למטרות חופשה קלאסית רומנטית. 170 החדרים מעוצבים ומאובזרים במיטב הנוחות, ביניהם חדרי "טראס", חדרי גן בקומת הקרקע הפונים לנוף הירוק ולמידשאות של פארק בנימין. יש ארבע סוויטות מרווחות ודירת יוקרה מסוגנת על גג המלון. כל אולם בשדרת הבידור



שחקן הקולנוע הבלגי ז'אן קלוד ואן דאם הגיע לישראל וגר במלון "הילטון תל אביב". קיבל את פניו מנכ"ל המלון רוני פורטיס.

מידע על מינויים חדשים במלון יתקבל בברכה  
וודפס במדור כוכבים בעמוד 2

# הדולר הוורוד

רמי הסמן, MBA

## מלונות אפריקה ישראל:

### רוח תיפעולי של 15 מיליון שקל

הקשר עם הסוכנים הגדולים באירופה ובארה"ב כדי לצמצם באופן ניכר את נזקי המלחמה. בעלי המניות שלנו מאמינים בתיירות בישראל. אנו ממשיכים בעבודת ההקמה של מלון העסקים היחודי שאנחנו בונים בהשקעה של 13 מיליון דולר במרכז עזריאלי בתל אביב, ולאחר שהשלמנו במחצית הראשונה של 2006 עבודות שיפוץ ושיפור בעלות כוללת של יותר מ-20 מיליון שקל במלונותינו בירושלים, בתל אביב, בטבריה, בים המלח ובאילת, אנחנו נערכים עכשיו לשדרג את אתר המרחצאות חמי טבריה."

מנכ"ל "מלונות אפריקה ישראל" אומר כי במקביל לשידור המלונות והרחבת הפעילות בישראל, למשיך התברה ותפתח גם את פעילותה באזורי תיירות בחו"ל – ובעיקר ברוסיה. הוא מסר כי מלון הספא "פלזה" בקיסלובודסק, הפך בחודשים הספורים מאז החל לפעול במתכונת מלאה למוקד משיכה פופולארי לתיירים בודדים, לקבוצות המקיימות במקום כנסים עסקיים ולספורטאים המקיימים מחנות אימונים. בימים אלה בוחנת החברה הצעות להקמת מלונות נוספים בקיסלובודסק ובמוסקבה.

חברת "מלונות אפריקה ישראל" סיימה את הרבעון השני של 2006 עם רווח נקי של 5.2 מיליון שקל לעומת רווח נקי של 1.7 מיליון שקל ברבעון המקביל אשתקד. "מלונות אפריקה ישראל" מפעילה בארץ תישעה מלונות "הולדיי אין" ו"קראון פלזה", את מרחצאות "חמי טבריה" ושותפה באטרקציה התיירותית "עיר המלכים" באילת. ברוסיה שותפה החברה במלון הנופש והספא "פלזה" בעיר התיירות קיסלובודסק. מדיווח החברה עולה, כי במחצית הראשונה של 2006, השיגה "מלונות אפריקה ישראל" רווח תיפעולי של 15 מיליון שקל לעומת 1 מיליון שקל בלבד במחצית הראשונה של 2005. הרווח התיפעולי של הרבעון השני של השנה הגיע ל-13.1 מיליון שקל לעומת 4 מיליון שקל ברבעון השני אשתקד.

הכנסות החברה גדלו במחצית הראשונה של 2006 ב-33%, ל-158 מיליון שקל, לעומת 118 מיליון שקל הכנסות בחציון המקביל אשתקד. ברבעון השני של 2006 הגיעו הכנסות החברה ל-91.2 מיליון שקל – גידול של כ-30% לעומת סך הכנסות ברבעון המקביל אשתקד.

הגידול הניכר בהכנסות הניב ל"מלונות אפריקה ישראל" במחצית הראשונה של 2006 גידול של 253% ב-EBITDA של החברה (הרווח התיפעולי לפני מס, פחת והוצאות מימון) – ל-32 מיליון שקל, לעומת 12.6 מיליון שקל בתקופה המקבילה אשתקד. EBITDA הרבעון השני של 2006 הסתכם ב-21.3 מיליון שקל לעומת 10.5 מיליון שקל ברבעון המקביל אשתקד – גידול של יותר מ-100%.

מנכ"ל "מלונות אפריקה ישראל" אריאל קפון, מציין כי לאור איכותו של המוצר התיירותי שמשפיק החברה לאורחיה, השיגו מלונות "קראון פלזה" ו"הולדיי אין" ברבעון השני של 2006 תפוסה ממוצעת של יותר מ-70%. זהו שיעור תפוסה הגבוה ביותר מ-5% ממוצע התפוסה הארצי, המדווח על ידי "התאחדות המלונות בישראל". "הלקוחות – מישראל כמו גם מהעולם – ובמיוחד התיירים שמגיעים מצרפת, הופכים את הביילוי במלונות "קראון פלזה" ו"הולדיי אין" למסורת של בילוי משפחתי. ב"עיר המלכים" באילת ביקרו כבר יותר מחצי מיליון מבקרים."

באשר להשלכות המלחמה בצפון, אומר אריאל קפון, כי אין ספק שהמלחמה בצפון בכלל והנחייית פיקוד העורף לסגור את המלונות באזור הצפון, הסבו נזקים רבים לענף התיירות, ההיערכות המיידית, חלופות האירוח בשאר מלונות החברה ברחבי הארץ וההתייחסות המופלאה של כל בעלי התפקידים בכל המלונות ללא יוצא מן הכלל, איפשרו לשמר את הקשר גם עם תיירים שהחליטו לדחות את הביקור בישראל למועד מאוחר יותר. עם ההכרזה על הפסקת האש, חודש



מנכ"ל רשת "מלונות פתאל" גדי פריבר ארח 200 מיישפחות של אנשי צד"ל שעזבו את ביתם בצפון בגלל המלחמה. במלון "מג'יק פאלאס" באילת נערך קוקטייל לכבודם בהשתתפות ראש העיר אילת מאיר יצחק הלוי ומנכ"ל אירגון "וראיטי ישראל" עו"ד אורי סלונים, שהיה שותף לתרומת החדרים.

## מנות אישיות של סלטים ביתיים

שביעות רצונו, תוך הבטחת רמת טריות גבוהה של המנה. הסלטים באריזות אישיות ניבחרו בקפידה וזוכים להצלחה: כרוב אדום – סלט המדגיש את הטריות ועסיסיות הכרוב; טחינה – בעלת מירקם עשיר של סומסום וארומה אוריינטלית; חציל במיונו – סלט החצילים הנימכר ביותר בישראל; חמוס – עשוי באהבה בטעם שהישראליים הכי אוהבים. לדברי מנהלת "נסטלה פוד סרוויס" איילת רוזן, "נסטלה פוד סרוויס" מבינה את הצרכים הייחודיים של השוק המקצועי המחפש מנות מדודות של סלטים מצוננים הניתנות לשינוע במהירות ובקלות יחסית, ושיש להן יכולת להגיע באיכות גבוהה וטעימה לכל מקום. "לכן בחרנו להביא לשוק את המנות האישיות של "צבר" המעניקות פתרון להגשת סלטים במנות מדודות להשלמת הארוחה."

"נסטלה פוד סרוויס", חטיבת המזון לשוק המקצועי מקבוצת "אסם", יוצאת בסדרת מנות אישיות של סלטים ביתיים מבית "צבר" (100 גרם למנה). הסלטים במנות האישיות מיועדים להקל על הרכבת המנה בשוק המקצועי: הסעדת מפעלים, בתי ספר, גני ילדים ובתי חולים, ואף לאפשר למסעדות המקיימות שירותי שליחויות להכניס גם מנת חומס לתפריט השליחויות שלהם. יותר מ-800,000 מנות מסופקות מידי יום בשוק ההסעדה. חלקן מוגשות לסועדים כמנות אישיות ולא כחלק מהמנות המוצעות על גבי פס ההגשה. במיוחד עבור מנות אלה, ומתוך הבנה כי הסלטים הינם חלק בלתי נפרד מהארוחה ומהווים בה מרכיב חשוב, יוצאת "נסטלה פוד סרוויס" עם סדרת מוצרי סלטים אישיים מבית "צבר", שמטרתם לספק לסועד מנה אישית של 100 גרם ולהבטיח את

כשדנים בסוגיה של תיירות גאה – פנייה של ענף התיירות בישראל ובארצות חוץ לפלח שוק להט"ב (לסביות, הומואים, בי וטרנס), עלינו כאנשי מקצוע להתמודד עם ארבעה מיתוסים. המיתוס הראשון – כי לא קיים שוק. רק בנייתו נתונים מהשוק האמריקני אנו למדים כי מדובר בפלח שוק של כ-12 עד 25 מיליון צרכנים, בעלי הכנסה למשך-בית של כ-60% מעל לממוצע

הכלל-ארצי, עם הכנסה פנויה כוללת של 350 עד 450 מיליארד דולר, נוטים לאמץ חידושים, בעלי רמת נאמנות גבוהה למוותג וסיגנון חיים אורבאני, משכיל, טרנדי, בלייני ומחוברות גבוהה לאינטרנט. המיתוס השני – כי אין מתחרים. כפי שניתן לראות כאן ממגוון הקמפיינים, לפחות בארה"ב ובאירופה אין מדובר בשוק חדש, וגורמים רבים בעולם כבר קפצו על העגלה, כולל רשתות המלונות מהמובילות בעולם המתחרות על הדולר הורוד. המיתוס השלישי – כי אנחנו יודעים הכול. ממנו צריך להיזהר במיוחד, מאחר ויש דרכים שבהן נכון לפנות לשוק הגאה ויש דרכים סטריאוטיפיות שמהן מומלץ להימנע. על-כן חובה להיעזר באנשי מקצוע מומחים. המיתוס הרביעי והאחרון – אין לנו כסף להשקיע בפלח שוק נוסף. מאחר וקיימים ערוצי מדיה ייחודיים לקהילה בארצות רבות, העלויות של קמפיין שיווקי ותקשורתי מפולח מטר, יהיו נמוכות מאשר פניה לפלחי שוק חליפיים, שהדרך היחידה להגיע אליהם היא באמצעות המדיה הכללית.

הכותב מרצה לשיווק מדיני וחברתי בבית הספר למינהל-עסקים במרכז הבינתחומי בהרצליה, וחוקר במיתוג מדינות בבית הספר למימשל באוניברסיטת תל-אביב.

## מיקבץ בעמוד הבא

## ענבל בנה סוכה

במלון "ענבל" בירושלים הוקמה סוכה ענקית עם יותר מאלף מקומות ישיבה, בה הגיש צוות המלון יותר מ-3,500 ארוחות ביום. הסוכה קושטה ב-145 ניברשות, 900 זרי פרחים וציורים מנופי ירושלים. על גג הסוכה הונחו 850 ענפי דקל מאזור ים המלח. שף המלון איציק מזרחי וצוותו שינו מדי יום את התפריט ואת התאורה. במהלך שבוע החג התקיימו בסוכה אירועים פרטיים וב-12 מהסוויטות במלון הוקמו סוכות פרטיות במרפסת – מול העיר העתיקה. תפוסת המלון בימי החג היתה מלאה.

## שני פרסים יוקרתיים למלונות שרתון בעולם

מלונות "שרתון" בעולם קיבלו שני פרסים יוקרתיים: על פי בחירת קוראי מגזין Business Traveller באנגליה, ניבחרה רשת "שרתון" העולמית כרשת המלונות הטובה ביותר עבור אנשי עסקים. רשת "שרתון" זוכה בפרס זה בפעם ה-14 ברציפות.

הפרס השני – מועדון הלקוחות המתמידים S.P.G. (Starwood Preferred Guest) ניבחר שוב, בפעם השביעית ברציפות, למועדון הניבחר בשל ההטבות הייחודיות שהוא מקנה לחברים בו. גם בחירה זו נעשית רק על ידי קוראי ה-Business Traveller, כך שהיא משקפת את חוויותיהם במהלך נסיעותיהם הרבות.

# דחית - בכית!

כך מגדיר ד"ר יוסי טוביאנה, פסיכולוג קליני בכיר, את אחת הסיבות שיוצרות לחץ על מי שמוטלת עליו משימה ואיננו מזדרז לבצע אותה. בהתכנסות של "איגוד מנהלי בתי מלון בישראל" במלון "שרתון" בתל אביב, קיבלו הנאספים עצות מפי מומחה איך להישאר רגוע בעולם לחוץ. "אדם צריך לדאוג למשאבים אישיים מאזנים, אחרת רמת השחיקה גדלה", מסביר יוסי טוביאנה. כל אחד מגיב אחרת ללחצים - וזה ניתן לשינוי. למשל, פעם ראשונה בפקק מלחיצה הרבה יותר מאשר שהיה בפקק מדי יום ביומו. הלחץ קיים כאשר האיוון הרגשי מופר ואדם שואף לחזור לאיזון. הלחץ נובע ממיכלול המשימות המוטל ותלוי בסביבת העבודה ובאישיותו של האדם. התגובות האפשריות ללחץ הן הצורך באירגון מחודש, חיזוק השליטה העצמית, עצבנות, בילבול, כעס ותיסכול, דיכאון, חרדה ופחד, הימנעות והתרחקות, חוסר ישע

ואפילו שמחה ועליצות. ההמלצה החמה ביותר של ד"ר יוסי טוביאנה היא להפחית לחץ באמצעות תירגול טיי צ'י - מצב שיוצר מיקוד, ניתוק מהסביבה, מנוחה ושיחרור על ידי תנועה מבוקרת. "חשיבה על דברים חיוביים והפעלת דמיון מודרך, מקנים רגיעה והרגשה יותר טובה. הדבר מכין אותנו לפעילות הממשית", מסביר יוסי טוביאנה. יש אמצעים שונים, לדברי המרצה, להפחית לחץ אישי: תזונה נכונה, מנוחה ושיחה עם אנשים, הפסקה בפעילות, תירגול רגיעה, שימוש בהומור, לקיחת פחות משימות, פעילות ספורטיבית, פעילות התנדבותית, יציאה משיגרה ובילויים.

לחץ הוא בדרך כלל חלק מסדר היום, אבל הוא לא מחויב המציאות. אפשר לטפל בו, להפחית ממנו ולצאת ממנו - בהתייחסות נכונה מתוך הבנת הסיבות ובתירגולים מתאימים שכל אחד יכול לעשות בלי כל קושי.

## אחוזת יערות הכרמל יבחרה לספא הטוב ביותר



המצביעים התבקשו לבצע את בחירתם רק בהתייחס לאתרי ספא בהם ביקרו באופן אישי ב-3 השנים האחרונות. "הבחירה שנעשתה השנה הייתה המקיפה ביותר עד כה - עם יותר אנשים אשר הצביעו ליותר אתרי ספא על גבי הגלובוס", אמר פיט אליס, מנכ"ל חברת Spa Finder. "ברכות לאחוזת יערות הכרמל, אשר הינה הספא המנוסה והמתוחכם ביותר. חובבי ספא ברחבי העולם אמרו את דברם, ובחרו את יערות הכרמל אתר האהוב עליהם ביותר במזרח התיכון".

"יערות הכרמל" אחוזת בריאות וספא, בבעלותה ובניהולה של רשת מלונות "ישרוטל", זכתה בפרס Finder Reader's Choice לשנת 2006 על היותה הספא הטוב ביותר במזרח התיכון.

Spa Finder הינה החברה הגדולה בעולם לשיווק ותקשורת של אתרי ספא. הפרס מבוסס על סקר שבוצע בקרב צרכנים באמצעות אתר Spafinder.com ומגזין Luxury SpaFinder. אשר אותם קוראים מיליוני צרכני ספא בשנה. מנכ"ל רשת מלונות "ישרוטל" רפי שדה, מסר שזהו כבוד גדול עבור אחוזת "יערות הכרמל" להימנות על רשימת אתרי הספא הטובים בעולם. "כאחוזת ספא צעירה יחסית, אנו גאים מאד בהישג המכובד, כאשר אלפי אורחים ומבקרים מרחבי העולם בחרו בנו כספא הטוב ביותר במזרח התיכון. אין ספק שזאת התוצאה של השמירה הקפדנית שלנו על רמת הטיפולים אותם אנו מציעים לאורחינו, על החדשנות המתמדת בטיפולים ועל השירות והאיכות יוצאי הדופן במקום", הוסיף רפי שדה.

קוראי מגזין Spa Finder והגולשים באתר Spafinder.com בחרו באחוזת "יערות הכרמל" מבין 1,000 אתרי ספא שונים ברחבי העולם.

מידע על מינויים חדשים במלון יתקבל בברכה ויודפס במדור כוכבים בעמוד 2

## השקעה של 4.5 מיליון דולר בשידרוג מלון דניאל



במלון העסקים "דניאל", על חוף ימה של הרצליה, הושלם באחרונה תהליך שיפוץ יסודי בעלות כוללת של כ-4.5 מיליון דולר. השיפוץ התבצע בשלבים במשך 4 השנים האחרונות. מטרתו המרכזית הייתה התאמת אופיו של המלון לקו המאפיין מלונות עסקים חדשניים ברחבי העולם - קו המשלב עיצוב פונקציונאלי עם תחושת ביתיות לאורך העסקי. חדרי העסקים החדשים עוצבו על ידי האדריכל בוקי צוקר המתמחה בעיצוב בתחום התיירות.

מלון "דניאל" משייך לקבוצת מלונות Tamares. במלון 200 חדרים, כאשר חדרי העסקים - "קלאב" ו"דה-לוקס" - מוקמו במסגרת השיפוץ ב-3 קומות נפרדות. תהליך השיפוץ בוצע לאחר מחקר מעמיק באשר לצרכי אנשי העסקים, תוך השוואת המגמות בתחום ברחבי העולם. סמנכ"ל השיווק של קבוצת Tamares רונית קופלנד, מציינת כי בשיפוץ הושם דגש על "איזון נכון ונבון" בין הפונקציונאלי לפן העיצובי: "מצד אחד, איש העסקים ימצא בחדר את כל מבוקשו - מאינטרנט אלחוטי ומסך פלזמה גדול. מצד שני, כמו במלונות עסקיים מובילים אחרים בעולם, אנו מעניקים לאורך תחושה ביתית ומרגיעה - גם באמצעות העיצוב וגם באמצעות נוף הים, הייחודי לנו". האיזון בין השניים בא לידי

ביטוי במיפרט חדרי העסקים המשודרגים במלון. לכל חדר מרפסת המשקיפה לים וחדר אמבטיה מרווח הכולל שירותים ומקלחון נפרדים. הריהוט מעץ וונגה, קירות החדרים צבועים בגוון בהיר ומראה גדולה מונחת על הרצפה, נושקת לתקרה. התאורה הרכה משתלבת עם פרטי האמנות הייחודיים המאופיינים בצבעוניות עזה. בחדרי הקלאב ממתנינים לאורך פרקט עץ, חלון גדול מתכוונן בין חדר השינה לאמבטיה, מסך פלזמה רחב ומערכת סטריאו חדישה. חדרי ה"דה לוקס" החדשים מאובזרים במסכי LCD. איש העסקים המתארח זכאי ליהנות משירותי טרקלין העסקים המאובזר של המלון ללא תשלום נוסף. לצד מלון דניאל פועל מלון הספא Shizen. במלון מרכז ספא ו-40 חדרים בסיגנון ה"זן" היפני. Shizen כולל חדרי טיפולים ומיתקנים (בריכות, חדר כושר, סאונה, ג'קוזי ועוד) וגישה נוחה לחוף הים. ב-1 בינואר 2007 יפתח מלון נוסף של הרשת באזור ים המלח. המלון, "גולדן טולייפ ים המלח" יקרא בקרוב מלון "דניאל ים המלח". קבוצת מלונות Tamares הינה חלק מקבוצת Tamares העולמית אשר הוקמה לפני 60 שנה, וכיום בעלות פויו זבלדוביץ. Tamares הינה חברה השקעות פרטית העוסקת בתחומים של נדל"ן, טכנולוגיה, תעשייה, מלונאות ותקשורת.

## נסטלה פוד סרוויס הכריזה על מיבצע של פינוק

עם סיומה של עונת הקיץ "נסטלה פוד סרוויס", חטיבת המזון לשוק המקצועי של קבוצת "אסם", יצאה בפעילות שיווקית ממוקדת ויחודית לתחום המסעדות, המאפשרת למסעדנים לזכות בחבילות נופש מפנקות ולהתרגע לאחר הלחץ של הקיץ. "נסטלה פוד סרוויס" הינה החברה היחידה והראשונה הפועלת מבחינה שיווקית בתחום היוזמת פעילויות מגוונות ורבות לשוק, על מנת להעשיר את עולמם ואת מקצועיותם של המסעדנים. בין הפעילויות שנעשו עד כה - כנסים מקצועיים והפקת מדריכים של פינוק, שבו באמצעות צבירת נקודות הניתנות עם קניית מוצרי "אסם", יכול המסעדן ליהנות

ממיבחר של חופשות במלונות, פינוק בספא יוקרתי, הזמנות לארוחות בוקר ולסרטים ברחבי הארץ. המיבצע ללא גבולות, ומאפשר צבירת נקודות וקבלת מספר רב של מתנות. ככל שהמסעדן יקנה יותר מוצרים - כך יצבור יותר נקודות ויכול לזכות ביותר פינוקים - והכל במהלך שלושה חודשים. מנהלת "נסטלה פוד סרוויס" אילית רוזן, מסבירה כי תחום המסעדות מטופל בעיקר על ידי סיוטונאים ולכן אינו נהנה מהערכים המוספים שחברה גדולה כמו "נסטלה פוד סרוויס" יכולה להעניק להם. "אנו משקיעים הרבה משאבים על מנת לאפשר למסעדנים להתמקצע ולשפר את עסקיהם, ואפילו - כמו במיבצע זה - ליהנות".

## מיקבץ

מלון "פסטורל" בכפר בלום מפעיל סופי שבוע מוזיקליים-קולינריים - עיגוגי פסנתר: הופעות של מתי כספי, דני גוטפריד, אהרלה קמינסקי, יוראי אורון, יוני פרחי. וגם - ריקודים סלונים לצלילי פסנתר וסילו בוקר בגליל.



"ישרוטל פונדק רמון" ואילן'ס בית של קפה, ארוח סוף שבוע של חוויות קפה איכותי. המשתתפים נהנו מסדנות מקצועיות, מהרצאות מרתקות, מטיוול ג'יפים לעומק המכתש, מאירוח במאהל בדואי, מארוחת בוקר עשירה ומתבשילי גורמה בניחוח מדברי במסעדת הפונדק. בנוסף - התקיים בלובי מופע ג'אז.



ארוחת גורמה שנימשכה שלוש שעות, התקיימה במלון הסקוטי בטבריה. בארוחה הוגשו מתכונים מקלאסיקת הקולנוע - המיטבח של מרתה, החגיגה של באבט, ביג נייט ועידן התמימות. במהלך הארוחה הוצגו קטעי סרטים על מסך ענק.



מנכ"ל מלונות "ישרוטל" רפי שדה הזמין את כבאי הגליל המערב והמזרחי עם בני משפחותיהם לחופשה של שלושה ימים במלונות "ישרוטל" באילת. 500 הכבאים ובני משפחותיהם התארחו במחוזרים של שלושה ימים במלונות "ישרוטל אמבסדור" ו"ישרוטל המלך שלמה", נהנו מאירוח מלא וצפו במופע WOW הבין-לאומי בתיאטרון "ישרוטל".



במסגרת אירועי התרבות והקולינריה במלון הסקוטי בטבריה, התקיימה במקום חגיגה של דגים, פירות ים וויסקי. שפית המלון ענת אוטולונגי אירחה את השפים דיוויס דוד וסטס לפידות ממסעדת פיש בראשון לציון. בנוסף - סדנות בירה וויסקי עם יו"ר עמותת הויסקי בישראל יונתן שי ומופע ג'ז חי.



רשת "ישרוטל" תקיים באילת בתחילת נובמבר פסטיבל ברידג' בין-לאומי. צפויים להגיע כ-100 שחקנים מכ-10 ארצות וכ-1,000 מתחרים מישראל. הפסטיבל יתקיים במרכז הכנסים הבין-לאומי של מלון "ישרוטל רויאל ביץ" ובאולם האירועים של מלון "ישרוטל המלך שלמה" - בליווי קוקטייל גבינות ויין ושירה בציבור.

# המלונות הטובים ביותר בחרו במזרנים הטובים ביותר!



★ רשת מלונות ישרוטל ★ רשת מלונות דן ★ רשת מלונות רימונים  
 ★ מלונות אפריקה ישראל ★ רשת מלונות קונטיננטל  
 ★ רשת מלונות פתאל ★ דיוויד אינטר קונטיננטל  
 ★ כרמל ★ רשת קלאב הוטל ★ רשת מלונות קיסר  
 ★ רשת שרתון מוריה ★ רשת אטלס ★ רשת מלונות  
 פרימה ★ רשת אקור כלל ★ רשת מרייט ★ הילטון  
 ת"א ★ מלון הנסיכה אילת ★ רשת מלונות אילת  
 אין ★ הילטון מלכת שבא אילת ★ גנים ★ דניאל  
 שידן - הרצליה ★ לוט, הוד, נירוואנה ים המלח ★  
 כנען ספא ★ רנסנס - ירושלים, ת"א ★ קרלטון -  
 נהריה, ת"א ★ נובוטל, רויאל - ים המלח ★ מלון  
 חורף גיא ★ קלאב הוטל - לוטרקי יוון ★ פורום,  
 גלרט, נובוטל, מרידיאן - בודפשט ★ בתי הארחה  
 ומלונות בקיבוצים ★ מלון ורלן - פריז ★ מלון אופרה  
 רומניה ★ מלון מוקסה רומניה ★ מלון ונציה רומניה  
 ★ מלון סנטרל רומניה ★ מלון קוונטיין-הולנד

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



כורסאות לובי

רויאל

HEAVY DUTY

סיישל חד מושבי

SERTA RESORT

## עמינח AMINACH

King Koil

Serta

