

Краснодарский край

ВЫСОКИЙ

СЕЗОН

Июнь — июль 2010 / № 1

ОТЕЛЬЕРУ:
цена
победы

ОТДЫХАЮЩЕМУ:
частное
расследование

ПУТЕШЕСТВЕННИКУ:
в ногах
правда есть!

Профессионально о курортах, туризме и отдыхе

▶ **СЛОВО В СЛОВО**



Дорогие друзья!

Курорты Краснодарского края — без преувеличения жемчужина нашей страны. Теплые моря и высокие горы, тысячелетние дольмены и реликтовые леса, целебные источники и грязи, пещеры и водопады. И все это богатство работает на туризм, отдых, лечение кубанцев и гостей края.

Санаторно-курортный комплекс сегодня — одна из самых инвестиционно привлекательных площадок региона. Причем Азово-Черноморским побережьем наш потенциал в развитии индустрии отдыха отнюдь не исчерпывается.

Зимняя Олимпиада — 2014 создает все условия для продвижения горноклиматического курорта Красная Поляна и пропаганды активного, здорового отдыха. Кубань — еще и центр ярких традиционных культур. Так что наших гостей привлекает также событийный, исторический и винный туризм.

Мы гордимся тем, что индустрия отдыха и развлечений достойно выдержала испытание кризисом — объем инвестиций вырос в 1,2 раза! Но, уверен, Кубани под силу взять еще более высокую планку. Именно наш регион с его потенциалом имеет все возможности стать курортом мирового уровня!

Нам крайне необходимо научиться привлекать туристов и в межсезонье, чтобы они приезжали на отдых в Краснодарский край в течение всего года. Важная роль в этом отводится специализированным средствам массовой информации. Новый журнал «Высокий сезон. Краснодарский край», убежден, поможет еще эффективнее решать нашу общую задачу. Успехов в новом «высоком» сезоне! **ON**

Губернатор Краснодарского края
А. Н. Ткачев

Переходим на летнее время

Каждое лето на Кубани наполнено яркими событиями. О том, на какие из них в этом году стоит обратить особое внимание, рассказал Дмитрий Никифоров, руководитель департамента комплексного развития курортов и туризма Краснодарского края.

О векторах движения

Долгое время наши курорты ассоциировались только с пляжным и морским отдыхом. Сегодня главная задача — развивать разные виды отдыха. Например, в этом году мы вплотную занимаемся продвижением приключенческого, горного, экологического направлений активного туризма. Ведется работа по развитию агротуризма. Прилагаются все усилия, необходимые для сохранения детского отдыха. Большое внимание уделяется этно- и событийному туризму, которые уже сегодня целенаправленно привлекают в наш край значительное количество туристов.

О интересных событиях

Я уверен, что среди мероприятий, которые пройдут этим летом, каждый гость и житель нашего края найдет для себя что-либо интересное. Например, для любителей качественной музыки предлагаются такие орп-аиг мероприятия, как рок-фестиваль «Кубана-2010» и стартующий в этом году фестиваль электронной музыки. В Сочи запускается «Культурная Олимпиада», которая ежегодно будет проводиться в преддверии Олимпийских игр. Поклонников этнотуризма порадуют «Фестиваль арбузов», набирающий полную силу в этом году и, конечно же, казачий фестиваль «Легенды Тамани», приобретающий всероссийское значение. Продвигаются новые маршруты винного туризма, который активно развивается в крае



на протяжении последних лет. Нашими силами в этом году запускается четыре плановых пешеходных маршрута, пользовавшихся в советское время высокой популярностью.

О центре притяжения

Всех гостей и жителей нашего края приглашаю посетить не только курортные города, но и внимательно приглядеться к столице Кубани. Помимо того, что Краснодар — это центр делового туризма, здесь путешественник спокойно может остановиться на день-два для культурного отдыха. У нас есть куда пойти, что посмотреть, где насладиться хорошей кухней и в целом интересно провести время. Один только ритуал «Час славы Кубани», который проходит в воскресные и праздничные дни перед зданием краевой администрации, — очень яркое зрелище, достойное того, чтобы приехать в наш город. В целом, я считаю, что пришло время развивать Краснодар как туристский центр, используя все его территориальные и инфраструктурные преимущества. **ON**

НАДЕЖДА на лучшее



Советы опытного топ-менеджера: Григорий Ольшанский, генеральный директор курортного комплекса «Надежда. SPA & Морской рай», рассуждает на темы горячих вопросов, в том числе, как выжить в межсезонье и что отталкивает зарубежного гостя.



О строительстве бизнеса и роли случая

В гостиничный бизнес я попал, можно сказать, волей случая. Проработав более 30 лет в структуре «Газпрома», получил поручение организовать строительство курортного комплекса «Надежда». В 1994 году в должности заместителя директора газотранспортного объединения прибыл в Геленджик, а после завершения строительства остался этот объект эксплуатировать. Для того чтобы успешно справиться с этой задачей и понять, как правильно развивать бизнес, в срочном порядке прошел стажировку в Турции, Германии, Америке. Ну а дальше все пошло по плану, работать было интересно и комфортно, ведь этот бизнес строил сам в прямом смысле слова.

О том, где начинается конкуренция

Когда в 1999 году проходил стажировку в Америке, ознакомился с системой, которая работает на Западе уже давно и очень успешно. В каждом штате, в каждом городе есть ассоциация или партнерство предприятий туристической отрасли, созданное для того, чтобы общими усилиями продвигать курорт, решая вопросы пиара, взаимопомощи и т. д. Все плюсы можно перечислять долго, но тогда я понял, что это именно то, что нам нужно. Когда в 2000 году первый раз в Геленджике собрали представителей отрасли и предложили им объединиться, многие говорили: «Хорошо, я вступлю в партнерство, а организация даст мне денег на ремонт?». Приходилось долго объяснять, что организация создается вовсе не для решения личных и материально-технических проблем. Вторым камнем преткновения стал вопрос: «А как же конкуренция?». Я рассказывал, что конкуренция возникает только с того момента, когда гость переступит порог конкретного гостиничного заведения. А для того, чтобы турист приехал в наш город, нужно объединить усилия. Чтобы это происходило как можно чаще, нам надо объединиться. К сожалению, общий уровень сознания на тот момент был не готов к совместной деятельности. Только спустя пять лет, когда все соприкоснулись с реальными условиями работы в рыночных условиях, мы вернулись к этому вопросу. На первом этапе в НП «Курорт Геленджик»

вступило порядка 20 организаций, сегодня же их насчитывается 180. Причем это не только предприятия гостиничного сектора, к нам активно присоединяются организации, так сказать, «второго эшелона» — торговля, медицина, строительство, объекты показа и развлечений и др., все, кто так или иначе задействован в сфере туризма. В результате общими усилиями продвигая город, мы продвигаем себя. Директора предприятий уже ощущают результат. Если сравнить Геленджик сейчас и десять лет назад, то это же небо и земля. По этому пути сегодня уже идут и другие города края — Анапа, Сочи.

О непривычной вежливости и кадровом голоде

Сегодня все понимают, что прошли времена, когда на входе стояла толпа и умоляла швейцара впустить их в ресторан, а официант вместо «здравствуйте» пренебрежительно цедил «что надо?». Но к сожалению, качество обслуживания по-прежнему находится на низком уровне. Многие клиенты настолько к этому привыкли, что чувствуют себя не в своей тарелке, когда к ним обращаются с улыбкой и на Вы.

Как ни банально это звучит, но в нашем деле кадры решают все. А это большая проблема — наши учебные заведения готовят специалистов по изжившей себя системе. Мне кажется, что они еще не проснулись, иначе как объяснить, что обучающимся дается 95 % устаревшей теории и всего лишь 5 % практики. И то практика «с блокнотиком»: пришли, посмотрели на работу персонала со стороны и ушли восвояси. В Европе, да и во всем мире обучение в школах гостиничного бизнеса ведется по системе: 60 % практики и 40 % теории. И практика проходит как положено, на рабочем месте, где студент реально работает поваром или администратором. Когда же к нам приходит менеджер и говорит, что он готов работать, то зачастую не знает даже ответа на вопрос, с какой стороны подходить к гостю. В результате сегодня на рынке огромный дефицит квалифицированных поваров, а также горничных, официантов и барменов. В таких условиях единственный путь — это обучать персонал своими силами. Например, НП «Курорт Геленджик» старается решать эти вопросы, организуя мастер-классы, на которых преподают общие принципы науки и практики общения с гостем.



О строгом контроле и двойных стандартах

Сейчас все говорят о повышении качества обслуживания, толком не зная, что это такое. Качество обслуживания складывается из стандартов качества и контроля их исполнения. А общих, единых стандартов как таковых не существует. Судите сами: в одной гостинице пол деревянный, в другой — линолеум, в третьей — на полу ковер. Все, единого стандарта по уборке уже быть не может. Такие стандарты строго индивидуально должны быть созданы для каждого типа гостиницы, отеля, санатория на базе мировых и государственных критериев качества обслуживания. А уже после этого можно говорить об их неуклонном исполнении и каком-то повышении качества обслуживания.

Об искусственных горах и здоровой пище

Нереализованных идей очень много, например, есть мысли построить небольшой ледовый каток, чтобы дополнительно привлечь гостей в межсезонье. Помимо этого в Геленджике есть горы, правда, они небольшие, высотой до 800 метров, а ведь именно с этой высоты начинается выпадать снег. И мы с коллегами недавно обсуждали можно ли так сказать, досыпать гору на 500—600 метров выше общего уровня, чтобы создать горнолыжный курорт в миниатюре.

Сегодня над этим, конечно, можно смеяться, но пройдет лет 10, и может быть, придем к этому.

Что касается более приземленных идей, то мы активно развиваем SPA-направление, медицину, сферу развлечений. Например, я понял, что нужно работать с профессиональными аниматорами, которые будут развлекать гостей. Летом у нас задействовано 12—14 человек, в межсезонье 4—6. И это не просто одетые в костюмы студенты, наши аниматоры работают с гостями как по развлекательным программам, так и индивидуально в совершенно разных направлениях: идут с ними в горы, на шашлыки, обучают танцам, аэробике и т. д.

Также стоит уделять внимание питанию: если еще вчера все считали, что шведский стол — это здорово, то сегодня наши гости уже не хотят ходить с тарелками. Им уже интересно питание из свежих продуктов по эксклюзивному меню. Поэтому в этом сезоне в одном зале ресторана будем экспериментировать: кормить гостей по изысканному заказному меню.

О дешевом здоровье и дорогом трансфере

Отдых на курортах Краснодарского края многообразен, но если говорить о развлечениях, то на первом месте по популярности пока что остается море, пляж и все связанные с этим виды отдыха. Но зарубежного туриста этим не привлечь. Я считаю, упор нужно делать на здоровье — SPA и медицина. Сегодня лечиться у нас значительно дешевле, чем за рубежом. Кроме того, даже в отдельно взятом Геленджике есть все: и достойное проживание на разных уровнях, и объекты показа, и развлечения.

И только одна проблема, из-за которой зарубежные гости к нам не едут. Это очень высокая стоимость трансфера. В свое время мы занимались этим вопросом: предлагали АЛК организовать недорогие чартерные рейсы, но они не пошли ни на какие скидки. В результате по сей день мы неконкурентоспособны на международном рынке. Я знаю, что сейчас краевая администрация разработала программу «Русская Одиссея» для привлечения зарубежного потребителя, и искренне надеюсь, что организации экономически привлекательного трансфера в ней будет уделено достаточно внимания.

Об итогах работы и мерах спасения в межсезонье

На мой взгляд, прошлый год в силу кризисных явлений для всех в целом был сложный по доходности и загруженности. Например, комплекс по сравнению с 2008 годом потерял 11 %, но это еще хороший показатель. Насколько знаю из прессы и общения с коллегами, сочинский бизнес потерял порядка 20—30 %. Сейчас наш пакет услуг, включающий в себя бизнес, отдых и лечение, конкурентоспособен. В этом году планируем выйти на докризисный уровень, по крайней мере, результаты мая и июня позволяют на это рассчитывать.

В среднем загруженность нашего номерного фонда в сезон составляет 85—95 %, в межсезонье — 25—30 %, и в целом по году — 50—55 %. Эффективно привлекают потребителя в межсезонье медицина, SPA и конгресс-мероприятия: корпоративы, семинары, выставки, концерты, когда за основу берется создание событий.



О недостигаемых инновациях

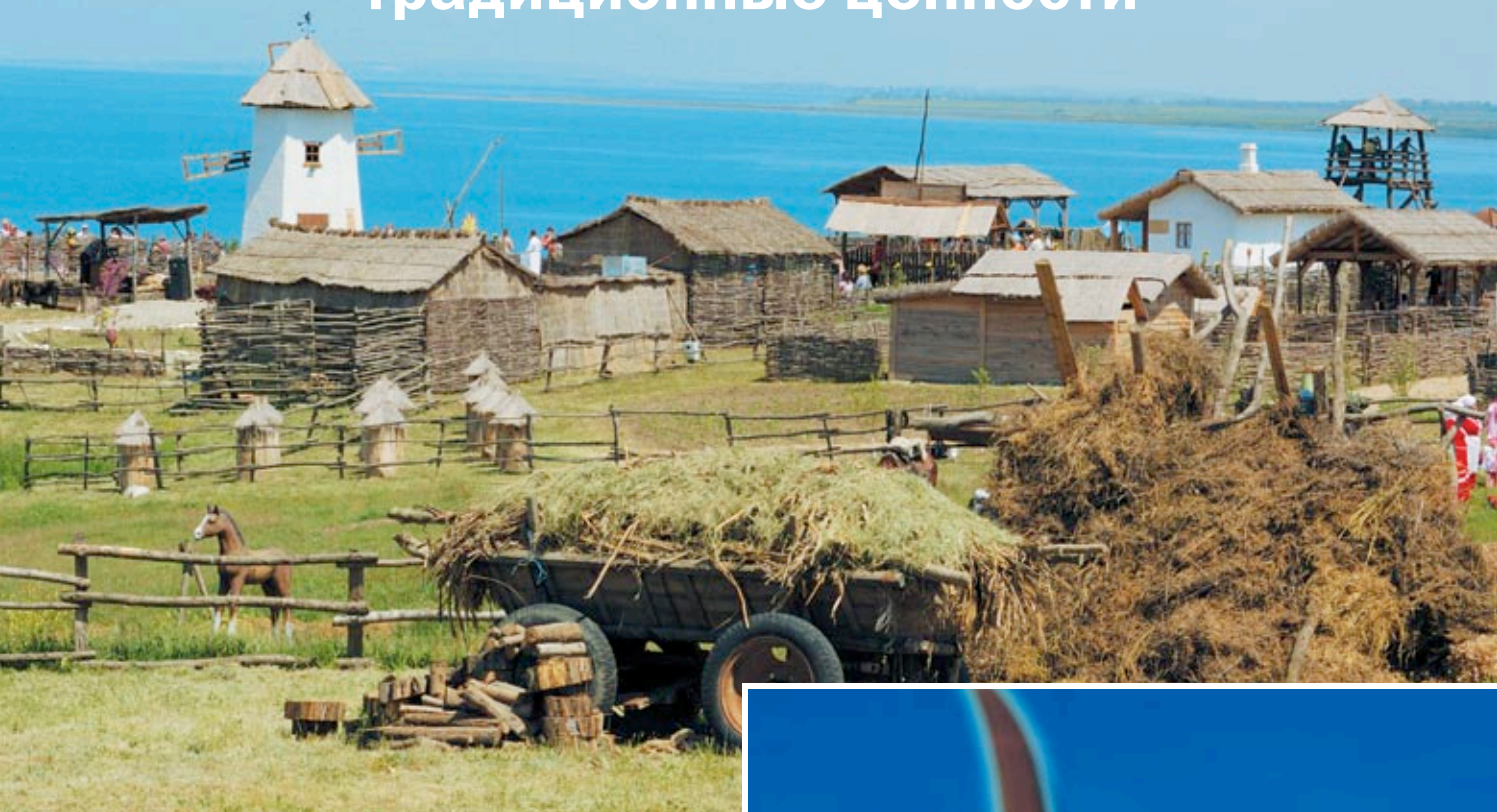
Для привлечения потребителей можно и подводные, и ледовые отели построить, и гостиницу в виде тюрьмы оборудовать, но это не стратегическая инновация. В Америке, в штате Колорадо, я столкнулся с глобальной системой управления. Между гостиницами налажена компьютерная сеть, которая позволяет оперативно взаимодействовать с поставщиками оборудования, мебели, продуктов, прачечными, в общем, всеми участниками туристического комплекса. К примеру, заказываешь по сети 2 кг парного мяса по твердой цене, и оно будет доставлено тебе свежим в нужный день и к назначенному времени. Никто у себя не держит штатных озеленителей — есть одна на все гостиницы компания, которая работает по строгому графику: приехали, отработали и уехали на следующий объект. Этот конгломерат настолько живой и организованно управляемый, что кажется просто сказкой. Можно быстро и без переплат посредникам заказать любую продукцию, попросить помощи у другого отеля, например по кухне. Эту систему я увидел 10 лет назад, но у нас она по сей день остается фантастикой. Уже хорошо, что видно, в каком направлении двигаться. И я надеюсь, что мы доживем до того момента, когда в гостиничном бизнесе можно будет быстро решать вопросы, просто нажимая на кнопки. **ON**



▶ ПАНОРАМА СОБЫТИЙ

«АТАМАНЬ — 2010»

традиционные ценности



Рождение самого большого в России культурно-этнографического комплекса «Атамань» состоялось 5 сентября 2009 года. За два с лишним осенних месяца этот музей под открытым небом принял свыше сорока тысяч посетителей. После зимней паузы комплекс гостеприимно распахнул ворота для всех желающих погрузиться в живую казачью быль — в зените мая здесь состоялось открытие летнего туристического сезона «Атамань—2010».

Открытие «Атамани» прошло под звуки духового оркестра и торжественный парад флагов городов и районов Кубани. Фестивали «Радуга семейных талантов» и «Истоки» собрали талантливых умельцев и яркие творческие коллективы со всей Кубани. В это время полным ходом шло веселье и в каждом подворье реконструированной в соответствии с двухсотлетними традициями деревни. Со всех концов неслись задорные песни, гости с удовольствием принимали участие во всевозможных играх и конкурсах.



Впервые открылся магазин кубанской одежды — курень «Крамарня Кубанского Одягу», где были представлены костюмы казаков еще начала 19 века. Порадовала «Атамань» и новыми туристическими услугами. Количество точек общественного питания в виде кафе под открытым небом, трактиров, вареничных и блинных явно увеличилось по сравнению с прошлым годом. Также выросло и количество сувенирных лавок, в которых каждый мог выбрать подарок по душе на память о Кубани, например, пряник «Тамань», который выпустило специально к открытию второго сезона ООО «Старотитаровский хлебозавод».

А вечером на главной сцене прошел фестиваль казачьего юмора, в котором участвовали 17 студенческих команд из разных уголков Кубани. По оценкам компетентного жюри — краевой команды КВН «БАК-соучастники», особенно ярко проявили себя студенты-юмористы из Краснодара, Сочи и Армавира. [ON](#)

текст Галина Кучинская / фото Иван Марук

▶ **ПРОДВИЖЕНИЕ**

В Гуамском ущелье профессиональные альпинисты оборудовали целый парк экстремального отдыха и предлагают попробовать адреналин на вкус всем желающим.

ВЕРШИНЫ ИЗОБРЕТАТЕЛЬНОСТИ



Екатерина Середа,
директор агентства
активного отдыха
«Клуб приключений»



Высокий сезОН: Екатерина, расскажите, что послужило предпосылками для работы в сегменте экстремального туризма? И почему именно на территории Гуамского ущелья?

Екатерина Середа: Во-первых, на выбор повлияла необыкновенная красота и богатство природы этого района, его близость к морю. Во-вторых, рельеф местности позволяет этот проект сделать уникальным. Сегмент рынка экстремального туризма в России пока не велик, зато имеет большой потенциал роста. Пять лет назад этот турпродукт находил спрос у одного человека из ста, сегодня же активным туристом считает себя каждый десятый россиянин. Именно поэтому мы стремимся развивать новые направления приключенческого туризма и экстремального отдыха при активной поддержке администрации Апшеронского района.

ОН: В чем же уникальность проекта «Клуб приключений»?

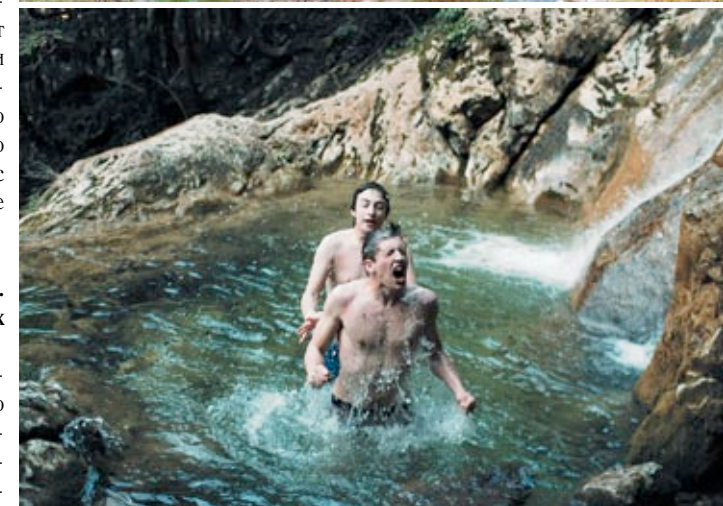
Е.С.: Мы даем возможность увидеть район Гуамского ущелья с другой стороны, а точнее говоря, с другой высоты. Нами оборудовано несколько маршрутов, специальная подготовка которых делает возможным передвижение по неприступным, на первый взгляд, скалам даже для неискушенных туристов. Особенно впечатляет спуск по троллею над ущельем, когда 250 метров пролетаешь всего за 20 секунд. Желаящие испытать хотя бы частичку эмоций, которые испытывают альпинисты при восхождении, также получают возможность побыть «счастливым и немым». За новыми эмоциями к нам приезжают как частные, так и корпоративные клиенты. Как правило, это приключения на один день, но опыт проведения outdoor-программ показывает, что одного дня все-таки маловато, 2-3 дня — в самый раз. Ведь у нас есть возможность организовать многодневные активные туры с приключениями, которые не будут повторяться.

ОН: В горах, как пел еще Высоцкий, «климат иной». Каков объективный уровень риска для неподготовленных туристов?

Е.С.: Программы, конечно, связаны с преодолением разных препятствий: будет и высота, и скалы, и вода. Без этого и желанный адреналин не забурлит в крови. Но границы риска тщательно выверены, а клиенты — застрахованы в прямом и переносном смысле. Все, чем рискуют люди, — это потерять страх высоты. Возможно, придется сбросить на пути немного лишнего веса и усталость серого городского быта.

На маршрутах используется только сертифицированное снаряжение ведущих мировых брендов — Black Diamond, Camp, Petzl. Все конструкции и системы обеспечивают двадцатикратный запас прочности. Гиды «Клуба приключений» — это профессиональные альпинисты из знаменитой команды Ивана Аристова, совершившие восхождения на Эверест, Макалу, К2, Броуд-Пик и Гашербрум... Но это уже отдельная история, которую сами гиды расскажут вам при встрече. **ON**

Краснодарский край, Апшеронский район
хутор Гуамка, ул. Железнодорожная, 34
тел.: (861) 29-000-28, +7 988 2-444-221
e-mail: admin@clubadventure.ru, ICQ: 596507342



Стильная Укладка

Набережная Геленджика по праву стала одной из достопримечательностей города-курорта. Высокая эстетическая привлекательность, как и протяженность набережной, возрастает год от года. Работы по строительству от укладки плиточного покрытия до установки освещения полностью производила фирма «С-Дон». В 2010 году эта фирма была реорганизована в компанию «С-Дон-Юг», которая продолжила строительство набережной на радость жителям и гостям курорта.



Начиная с 1998 г. фирма «С-Дон» одна из первых в России стала специализироваться на укладке плиточного покрытия. Технология по укладке плитки, изготовленной по немецкой технологии, была разработана специалистами организации. На сегодняшний день компания осуществляет работы в большинстве городов Краснодарского края, а также в Ростовской области и Ставропольском крае.

На территории всего МО Геленджик компания «С-Дон-Юг» уже не первый год занимается строительством жилья, благоустройством территории города, набережной. В этом году планируется продлить набережную еще на 900 метров.

Постоянный штат «С-Дон-Юг» насчитывает порядка 200 квалифицированных специалистов. В периоды высокой нагрузки за счет дополнительно привлекаемых работников на объектах может работать от 500 до 1000 человек.

В большинстве случаев работая с бюджетными средствами, компания выступает как генподрядчик, обеспечивая не только общестроительные работы и укладку тротуарного покрытия, но и установку малых архитектурных форм, освещения, поливочных систем и озеленения. Плиточные материалы преимущественно поставляются с заводов ООО «Выбор-С» — давнего партнера компании. 

КОРОТКО О ГЛАВНОМ

Основные преимущества плитки перед обычным асфальтовым покрытием заключаются в следующем:

1. Плитка более долговечна, срок ее эксплуатации составляет до тридцати лет и более. Компания дает гарантийный талон на выполненные работы сроком до пяти лет.
2. Плиточное покрытие экономически выгодно. Если необходим ремонт коммуникаций, проходящих под плиткой, то ее можно разобрать, а по окончании ремонтных работ вновь уложить на место.
3. Плитка обладает высокой морозостойкостью и выдерживает 200 циклов заморозки при температуре -40°C .
4. Плитка является экологически чистым материалом: в летний период она не выделяет вредные испарения, как асфальт, и нагревается на солнце всего на $2-3^{\circ}\text{C}$ больше, чем земля.
5. После дождя на тротуаре из плитки нет луж — очевидное удобство для пешеходов.
6. По сравнению с асфальтом, плиточное покрытие обладает гораздо большей эстетической красотой и привлекательностью.

КОРОТКО О ГЛАВНОМ

Семинар-совещание профессионалов индустрии развлечений проводится в Сочи уже на протяжении 20 лет под бессменным руководством Лилианны Сидоренко, вице президента САПИР, директора ООО «Центр по безопасности аттракционов». За это время его посетило более 3000 человек. В мероприятии постоянно принимают участие более 200 владельцев и руководителей парков культуры и отдыха, передвижных аттракционных комплексов, крытых развлекательных комплексов, начальники управлений культуры и представители администраций почти со всех регионов России и стран СНГ, представители ведущих российских и зарубежных компаний, производящих аттракционную технику и других заинтересованных организаций.

ЗАЯВКИ НА УЧАСТИЕ ПРИНИМАЮТСЯ ДО 1 АВГУСТА 2010 Г.
За подробной информацией обращаться в оргкомитет семинара-совещания: **Лилианна Сидоренко**, руководитель совещания, вице президент САПИР, директор ООО «Центр по безопасности аттракционов»: тел. +7 909 45-7777-8.
Андрей Петренко, зам. руководителя, тел. +7 961 500-57-57. 350051, г. Краснодар ул. Лузана, 19, оф. 17 тел. 8 (861) 224-42-27 факс 224-19-81 e-mail: ilat2004@mail.ru ygaspark@mail.ru

СЕМИНАР-СОВЕЩАНИЕ ПРОЙДЕТ ПРИ ПОДДЕРЖКЕ
— Министерства культуры РФ;
— Союза городов Центра и Северо-Запада России;
— Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии;
— ИААРА — Международной ассоциации парков и аттракционов;
— ЕААРА — Евроазиатской выставки развлекательного и паркового оборудования.

и в аквапарке. Например, в вечернее время в аквапарке пройдет интерактивное шоу «Мильен-пати», на котором наглядно покажут, как нужно организовывать настоящее шоу. Ведущими тематических секций станут опытные специалисты в индустрии развлечений, тренеры по развитию бизнеса. Участники мероприятия смогут познакомиться с ведущими отечественными и зарубежными профессионалами аттракционного бизнеса, построить безопасную работу развлекательного оборудования с учетом последних нормативных требований и узнать массу полезной информации. К примеру, на семинаре-совещании будут озвучены такие темы, как:

— Площадка с аттракционами, детская комната — постоянный источник денежных средств и эффективное средство в привлечении посетителей. Рецепты — руководство для новичков. Формирование в сознании посетителей и персонала понятия «безопасность на аттракционах»;

— В чем выгода и стабильность прибыли работы с брендами? Использование известных брендов Warner Brothers Entertainment, Walt Disney Company и Marvel Entertainment в создании тематических площадок, развлекательных центров;

— Мастер-классы «Праздник — это просто! Руководство к действию для каждого», «День производителя», тренинг «Взрослые продажи через детские ощущения. Мозаика чувств через разум» и многие другие мероприятия с привлечением самых компетентных экспертов индустрии развлечений.   

и владельцев развлекательных центров, пансионатов, санаториев, гостиниц, баз отдыха и ресторанов. Организаторы обещают раскрыть секреты стабильного круглогодичного получения прибыли, используя основы безопасности, знания в области управления персоналом, новые технологии привлечения посетителей.

В отличие от привычных заседаний в душных залах, работа этого семинара-совещания будет проходить на свежем воздухе — в формате тематических секций в Навалишенском ущелье в горах на берегу реки

ОБУЧЕНИЕ РАЗВЛЕЧЕНИЮ

Как развивать бизнес, избегая распространенных ошибок, быстро окупая вложения и легко привлекая инвестиции? Эти и многие другие вопросы индустрии развлечений профессионалы будут обсуждать в Сочи с 20 по 26 сентября.

Не будет откровением, что для увеличения количества посещений любых объектов развлечения от ресторанов до ТРК необходимо создать комфортные условия для семейного отдыха. Как говорят профессионалы: «Подарить эмоции — значит продать услугу». Хорошо помогают в этом игровые площадки, комнаты, аттракционы малых форм и грамотная организация праздников. Как подобрать качественное и быстроокупаемое оборудование без посредников? Как найти и обучить персонал? Ответы на вопросы, касающиеся различных видов аттракционной техники и смежных областей развлекательного бизнеса, можно будет узнать на XX Юбилейном семинаре-совещании профессионалов индустрии развлечений.

Самое крупное корпоративное мероприятие отрасли пройдет в Сочи с 20 по 26 сентября. Союз ассоциаций и партнеров индустрии развлечений (САПИР) приглашает принять участие в семинаре-совещании управляющих

▶ ВОПРОС ГОМЕРА



ЦЕНА ПОБЕДЫ

Ценовая разница между кубанскими и зарубежными отелями все заметнее. Как формируются цены, и можно ли изменить подход местных операторов к ценообразованию? Этот вопрос обсудили аналитик отрасли Владислав Таушанов и отельер Александр Мальцев.

Высокий сезон: Какова сегодня средняя стоимость услуг в гостиничном секторе края?

Владислав Таушанов, ведущий специалист департамента российского туризма агентства «Л-КИМ»: В наших здравницах от 2,5 до 5 тыс. рублей с человека в зависимости от сезона — это усредненный вариант. Гостиницы уровня 4 звезды продают номера за 4–5 тыс. рублей в пик сезона. Самый дорогой отдых предлагает сегодня Сочи, но в крае отелей высокого класса хватает, например в Кабардинке или Лазаревском. В любом случае, если сравнить пиковые цены во всех отелях, они окажутся на одном уровне. При этом распределение очень неравное: есть отели, которые в июне устанавливают цены ниже среднерыночных по краю, зато уже в июле поднимают планку выше, чем другие гостиничные операторы.

Александр Мальцев, генеральный директор пансионата «Урал»: Стоимость двухместного номера средней категории в нашем пансионате —

4200 рублей. Что входит в эту сумму? Номер оборудован всем необходимым, в наличии все средства гигиены. Питаться можно любое количество раз в любое время с 7.30 до 22.00. А с 22.00 лобби-бар также предоставляет ряд бесплатных услуг. Помимо основных пунктов программы обслуживания, в эти 4200 рублей входит также медицинское обследование и лечение, которое курируют доктора пансионата.

ON: Как вы считаете, почему кубанские отельеры устанавливают цены выше, чем турецкие или египетские?

В. Таушанов: Это потому, что в России очень короткий сезон. За три месяца бизнесу надо окупить все годовые затраты — и налоги, и ремонт, и зарплаты, и коммунальные расходы. Потребитель платит за все сразу в период высокого сезона. При этом важно понимать, что именно входит в заявленные отелем цены, тут тоже все неравномерно. Например, есть заведения, которые

работают по системе «ультра все включено», где номер стоит 4900 рублей с человека, но и пакет услуг настолько обширный, что не все успевают даже ими воспользоваться. А есть отели, где в пакет включено только трехразовое питание и цена на отдых там будет существенно ниже.

В любом случае цены в кубанских отелях нужно снизить как минимум в два раза. Это порог, который отделяет наших бизнесменов от зарубежных. За 2000 рублей туристы еще готовы воспринимать местный сервис, а все, что дороже, уже вызывает скепсис. Конечно, и в пик сезона можно приобрести путевку в отель за 2950 рублей. В эту стоимость войдут только номер и завтраки, но в Турции за эти деньги клиенту предоставляют полный спектр услуг.

Цены в кубанских отелях нужно снизить как минимум в два раза. Это порог, который отделяет наших бизнесменов от зарубежных.

А. Мальцев: Из наших 4200 рублей около 30 % идет на проживание, еще 30 % — на лечение и аналогично — на питание. Остальные 10 % — транспортные, хозяйственные и коммунальные расходы. В итоге наценка не превышает 5–8%. Правда, 4200 рублей — это пиковая стоимость, в июне мы продавали номера за 3600 рублей, а в мае — за 2400 рублей. Как вы видите, цена наших услуг вполне оправдана. Но я не понимаю, почему «соседи» — расположенные поблизости отели и гостиницы — анализируют наши цены и устанавливают такие же, хотя перечень услуг у них на порядок меньше! В пансионате «Урал» точно известно, сколько налогов

приносит одно койко-место — порядка 98 000 рублей в год. Весь пансионат платит ежегодно более 43 млн рублей налогов, это составляет 6 % от общей прибыли. Получается, мы точно знаем, какие цены нужно установить, чтобы не было необоснованных наценок, но и чтобы мы могли исправно платить по счетам. Большинство предпринимателей не задумываются об этом, и пытаются заработать любыми способами.

ON: Какие же меры нужны для того, чтобы сдерживать необоснованное повышение цен?

В. Таушанов: Отели должны работать гибко! Например, существует понятие горячей путевки. Этой технологией пользуются везде, но только не в Краснодарском крае. Гостиницы будут стоять пустыми, а цены не сбросят. Это связано в первую очередь с желанием отельеров брать по максимуму, чтобы выжить. Кроме того, многим кажется, что если кто-то купил путевку заранее за 4000 рублей, а кто-то купил чуть позже за 2000 рублей, это несправедливо. Хотя в эти 4 тысячи входит снижение рисков клиента, он покупает не только путевку, но и спокойствие, уверенность. Так почему бы не снизить стоимость для тех, кто приобретает турпакет в срочном порядке?

А. Мальцев: Нужен четкий контроль рынка. Многие пытаются получить быструю прибыль во время пикового сезона. Куда ни посмотри — везде высокклассные отели, дорогие. А ведь это не так, у многих цена не соответствует реальному перечню и качеству услуг. Из-за этой странной традиции устанавливать цены «как у соседа» в целом и отстают курортный бизнес Кубани. В первую очередь страдают действительно хорошие отельеры, которые должны еще извиняться за свои цены, и, конечно, сами отдыхающие. **ON**

▶ АНАЛІТИКА



ЧАСТНОЕ РАССЛЕДОВАНИЕ

О необходимости «вывода из тени» частных квартиросдатчиков говорят все чаще. Престиж курортов края, безопасность туриста, наполнение бюджета налогами — все это ставится под угрозу разветвленной сетью частных, играющих не по правилам рынка.

Всем выйти из сумрака

Уклоняясь от налогов, частные квартиросдатчики и владельцы мини-гостниц ежегодно наносят урон консолидированному бюджету Краснодарского края в размере более 1 млрд рублей. С советских времен край был местом паломничества уставших за год тружеников. Отдыху в стенах благоустроенных санаториев некоторые предпочитали незатейливое размещение в домике рядом с морем. XXI век лишь усилил тенденцию. В прошлом году только 25 % туристов приехали в Краснодарский край по путевкам, остальные 75 % разместились в частном секторе и автокемпингах. Под средства летнего заработка идут квартиры, индивидуальные жилые дома, временки, мини-гостиницы. Все средства размещения отличает один признак — они являются собственностью физического лица. Одно дело, если владелец на добровольных началах зарегистрировал свою предпринимательскую деятельность и исправно платит налоги, другой вопрос, если бизнесмен работает «в тени».

Под натиском УВД и налоговой инспекции с каждым годом растет число желающих начать работать по закону. И если два года назад в крае на налоговом учете числилось 11 678 субъектов предпринимательской деятельности, оказывающих услуги по кратковременному проживанию отдыхающих, то в 2009 их было уже 13 799. Лидируют по постановке «на карандаш» Сочи и Геленджик. В этих муниципальных

образованиях в среднем на 80 % увеличилось количество поставленных на налоговый учет. В числе отстающих оказались Анапа и Новороссийск. В прибрежных городах за прошлый год количество зарегистрированных субъектов, оказывающих услуги по кратковременному проживанию, катастрофически упало. В Анапе на 21,5 %, а в Новороссийске аж на 60,7 %.

Существенно простимулирует частных на выход из тени законопроект по введению новой системы налогообложения для частного сектора на основе патента. Сейчас он находится на рассмотрении в Государственной Думе. Патент станет «бумагой доступа», позволяющей осуществлять предпринимательскую деятельность по оказанию услуг размещения. Он будет иметь срок действия, варьируемый от нескольких месяцев до года. Стоимость патента определяется из величины ЕНВД. Выгода для налоговых органов очевидна: они получают гарантированную оплату налогов до факта оказания услуг, что исключает какие-либо махинации со стороны предпринимателя. А вот владельцу частного средства размещения нужно будет строить свой бизнес с оглядкой на патентные затраты, так как он, по сути, покупает бумагу, которая только позволит ему получать прибыль, а будет ли она — вопрос другой. В то же время, купив патент, предприниматель закрывает для себя все бумажные вопросы и спокойно работает положенный срок. Ему даже не нужно сдавать налоговую отчетность.

Беззащитные гиганты

В прошлом году по путевкам на курортах края отдохнуло около 3 млн человек, в то время как частный сектор обслужил в два раза больше туристов — почти 6 млн. Причина подобного перекоса — на поверхности. Стоимость путевки в пансионаты и дома отдыха на порядок выше аналогичного по времени отдыха в стенах квартиры «бабы Зои».

Высокая стоимость пансионатного отдыха в какой-то мере оправдана: до 2006 года в санаторно-курортном комплексе существовали льготы по налогу

на имущество и земельному налогу. Их отмена привела к увеличению налогового бремени предприятий и, как следствие, к увеличению себестоимости размещения и цены путевок. Регулярному увеличению цен способствуют растущие платежи за коммунальные услуги, продукты питания, хозяйственные расходы, банковские кредиты. Только за прошлый год затраты здравниц возросли на 15–25 %. Конечно, ощутимые коммунальные расходы и дорогие продукты питания забирают часть средств и у частных. Но у них нет такого количества инфраструктуры, парковых зон, пляжных территорий, требующих постоянных денежных вложений.

Ситуация налоговой нагрузки предприятий организованного и частного сектора сложная. Потребительский спрос на частные услуги несравнимо выше, значит и основная часть налоговых поступлений в бюджет должна идти именно от них. На практике все наоборот. Именно санатории и пансионаты приносят несравнимо больше денег в бюджет. Часть этого перекоса, конечно, отдана на совесть «теневиков». Но основная причина — в налоговой нагрузке на одно койко-место в организованном и частном секторе. По итогам прошлого года НДС вырос на 7 %, налог на имущество — 11 %, а единый налог на вмененный доход и налог по упрощенной системе налогообложения снизились на 20–30 %. Квартиросдатчики, основные плательщики ЕНВД и упрощенки, опять получили фору перед предприятиями организованного сектора. На долю санаториев и пансионатов, численностью 1 500 предприятий, пришлось более 90 % налоговых поступлений (свыше 4,5 млрд), а 20 000 квартиросдатчиков внесли всего около 300 млн.

У региона нет другого пути, как стимулировать регистрацию частного бизнеса. На кону — значительные налоговые поступления и имидж курортов Краснодарского края. Очевидный спрос на средства размещения экономкласса можно подкрепить альтернативными предложениями, к примеру, построить специализированные молодежные отели, насытить рынок двух- и трехзвездными отелями. А гость нашего края сам решит «рублем», где ему остановиться. Главное, чтобы вне зависимости от его предпочтений он захотел вернуться снова. **ОН**

КОРОТКО О ГЛАВНОМ

Два года назад в крае на налоговом учете числилось 11 678 субъектов предпринимательской деятельности, оказывающих услуги по кратковременному проживанию отдыхающих. В 2009 их было уже 13 799. Лидируют по постановке частных «на карандаш» Сочи и Геленджик.



Включено и изучено



Спорная позиция

Социологические исследования показывают, что система «все включено» пользуется все большей популярностью у российских туристов. Количество россиян, покупающих путевки на отдых по этому принципу, за последние 5 лет выросло вдвое, а на европейских направлениях, по данным Интерфакса, даже утроилось. Конечно, эти показатели относятся в первую очередь к за-рубежным курортам, и прежде всего к Турции, где до 90 % отелей анталийского побережья взяли на вооружение систему «все включено».

В этой тенденции нет ничего удивительного. Во-первых, предпочтение отдыха all inclusive обусловлено ментальной любовью к халяве. Во-вторых, уровень, да и образ жизни россиян по сравнению с теми же девяностыми значительно изменился: дешевые и «сердитые» кемпинги, базы отдыха и совдеповские гостиницы уже порядком надоели. К тому же, отдыхая по системе «все включено», туристы существенно экономят на дополнительных услугах. Если посчитать затраты на промежуточное питание или прокат пляжного инвентаря, то в розницу они будут стоять гораздо дороже, нежели приобретенные в пакете услуг.

Внутри нашей страны в прошлом году отдохнули более 32 миллионов российских туристов, что на 1,633 % больше показателей 2008 года. Но лишь 4 % из них отдыхали по системе «все включено». Эта цифра имеет под собой подоплеку не только традиционного недоверия к нововведениям: отечественные отельеры не спешат внедрять эту систему осознанно.

За рубежом отдых по принципу «все включено», как правило, применяют в гостиницах, пансионатах, расположенных на пустынных территориях за чертой города. Заведение самостоятельно выстраивает оборудованный аттракционами пляж и другие объекты инфраструктуры развлечений, чтобы компенсировать отсутствие объектов показа и отдыха в округе. Такой отдых ориентирован только на ту категорию туристов, которая не прочь провести недельку-другую в «резервации» и не стремится совершать прогулки, осматривать достопримечательности и т. д.

В Краснодарском крае нет необходимости мотивировать туриста отсиживаться за стенами отеля. Наоборот, природно-климатические условия, культурно-исторические

и другие достопримечательности располагают к отдыху вне места размещения. Наши здравницы в основном расположены в населенных пунктах Черноморского побережья, что дает иностранным и иногородним туристам, помимо экскурсий, дополнительную возможность самостоятельно увидеть, как живут и чем дышат люди в новом для них регионе. К тому же, покупать тур по системе «все включено» целесообразно только в большой отель с широким спектром развлечений. На Кубани же преобладают места размещения со средними и малыми номерным фондом и инфраструктурой. На Черноморье сама идея отдыха — гостиница — положить вещи и переночевать — экономически подпитывается большим количеством предприятий, предоставляющих узконаправленные виды услуг: от тиров и велопрокатов до самобытных баров, дискотек и аквапарков. Поэтому массовый переход на all inclusive сегодня не только не улучшит ситуацию в турсекторе нашего региона, но и может навредить, оставив без работы значительное количество малых и средних участников рынка.

Отдых по принципу all inclusive, или «все включено», стремительно покоряет сердца и кошельки потребителя во всем мире. Но в России все и без ограничений предлагает далеко не каждая гостиница, справедливо не считая эту систему панацеей.



Объективная потребность

Ситуация на рынке сегодня складывается таким образом, что грамотное внедрение системы «все включено» как одной из услуг на наших курортах, конечно, необходимо. Но нововведение эффективно скажется на бизнесе только при адекватном соотношении цена-качество. «Пока не будет конкуренции за клиента, цена вряд ли упадет», — заявляют некоторые отельеры. Можно, конечно, дожидаться насыщения местного рынка и потом снижать свою сверхприбыль до разумной. Но в ближайшие годы эта система точно останется невостребованным ноу-хау для побережья Черного моря, в лучшем случае на нее будут переходить 1–2 серьезных участника рынка в год. А тем временем зарубежные соседи, к которым тем же москвичам лететь дешевле, бесповоротно укрепят позиции. Задавленные ценовым демпингом, мы уже проигрываем в конкурентной борьбе соседям на другом берегу Черного моря. К тому же в этом году зарубежные туроператоры уже пошли на существенное увеличение количества вылетов из Краснодара на курорты Турции, Греции, Болгарии, Кипра, Испании и Италии.



Сами туроператоры ближайшие перспективы развития клубного отдыха на отечественных курортах оценивают со сдержанным оптимизмом. Во-первых, наше общество еще не совсем готово к введению такой системы обслуживания, недостаточно развита культура поведения даже за тем же шведским столом, и таких примеров можно привести очень много. Во-вторых, за рубежом, прежде чем человек начинает работать официантом, он проходит курсы, где его учат, как подавать еду, как разговаривать с клиентами и даже как ненавязчиво улыбаться. У нас же на этих должностях работают те, кто больше нигде не смог устроиться. На первый план выходит низкая квалификация обслуживающего персонала, с которым потребитель будет общаться круглыми сутками. Ведь он не просто ночует

в гостинице, он проводит в ней все свободное время, как того требует «всеобъемлющая» концепция. В-третьих, переход на систему требует затрат на закупку соответствующего оборудования: «шведской линии», автоматов для розлива напитков, шезлонгов и зонтиков, наконец. И это помимо того, что здравница должна иметь большую территорию и развитую инфраструктуру в виде бассейнов, тренажерных залов, детских комнат, собственного пляжа.

Опытные образцы

В России система «все включено» развивается фактически только в последнее десятилетие. Первым российским отелем, опробовавшим новую схему работы, в 2004 году стал

«Прометей-клуб» (4 звезды) в Лазаревском. Сегодня в крае по такому же принципу работают не так много отелей. В Анапе это пансионат с лечением «Урал» (4 звезды), клубный отель «Ривьера» (4 звезды), в Геленджике — пансионат «Сосновая роща», в Туапсинском районе — курортный комплекс «Гамма» (5 звезд), в Со-чи — «Прометей-клуб» (4 звезды) (Лазаревское), пансионат «Шексна» (3 звезды) (п. Вардане), сочинский санаторий «Заполярье», «Сочи Бриз отель» (3 звезды).

Примечательно, что благодаря вольному переводу на язык русского менеджмента all inclusive приобретает уникальные преимущества. Одной из находок стало качественное и разнообразное питание, которое нам привычно. Да, блюда не так красиво украшены, нет особого разнообразия кондитерских изделий, импортных спиртных напитков, но зато гость в любое время может перекусить нормальной едой, а не фастфудом, которым ограничивается промежуточное питание во многих зарубежных отелях. Так, в анапской «Ривьере» — это узбекская кухня, блины, пицца, фрукты, алкогольные коктейли, местные вина, пиво, в пансионате «Урал» — шведская линия, работающая до 22.00.

Отдых с детьми — еще одна важная составляющая клубного отдыха. «Клубный отдых рассчитан прежде всего на семьи с детьми, — рассказывает руководитель отдела маркетинга клубного отеля «Ривьера» Наталья Коваленко. — Во-первых, это позволит сэкономить немалые средства на напитках, питании и развлечении ребенка. У нас предусмотрено детское меню на шведской линии, фрукты, блины, пицца, мороженое, газированные напитки без ограничений в течение дня, детские игровые площадки, бассейн, игровые автоматы и даже детский клуб. С детьми на протяжении дня постоянно занимается команда аниматоров — им весело и интересно отдыхать, и родители могут позволить себе расслабиться».

Изюминкой российской системы all inclusive является включение в стоимость отдыха полноценного санаторно-курортного лечения, как в пансионате «Урал» и санатории «Заполярье» в Сочи, и SPA-процедур, как в отеле «Ривьера». «В турецких отелях, — подчеркивает Наталья Коваленко, — как правило, все лечебные процедуры и SPA, а именно посещение

ПО ПОЛНОЙ ПРОГРАММЕ

В мире система «все включено» развивается с середины XX века. Но стандарта по списку услуг, которые должны входить в пакет «все включено», до сих пор не существует. Все зависит от страны, класса отеля, возможностей и фантазии администрации. Концепции «ультра все включено», «супер все включено» также отличаются количеством и качеством предоставления дополнительных услуг на усмотрение администрации.



Благодаря вольному переводу на язык русского менеджмента all inclusive приобретает уникальные преимущества. Одной из находок стало качественное и разнообразное питание, которое нам привычно.





джакузи, различного вида саун, бань и фитобаров в стоимость не входят».

Еще в отличие от турецких и европейских отелей, «всеохватывающий» пакет услуг предоставляют наши здравницы круглый год. «Система «все включено» в наших здравницах ничуть не хуже, чем в турецких отелях, — рассказывает генеральный директор компании «Л-КИМ» Евграфова Людмила. — Мы уже давно работаем с отелями, предлагающими такой вариант обслуживания. Как правило, клиенты, побывавшие в этих здравницах, туда возвращаются, поскольку питание, уровень обслуживания и инфраструктура у этих отелей на порядок выше, чем у других объектов Черноморского побережья. Особенно популярны туры выходного дня по системе «все включено» в межсезонье. Но летом у этих отелей, к сожалению, очень высокая цена, что, естественно, отпугивает

людей и заставляет их искать более дешевый отдых, который они и находят в той же Турции».

Медленно, но верно

Система клубного отдыха на Черноморском побережье тем не менее развивается: отели включают в стоимость новые услуги, развивают инфраструктуру. Примечательно, что, несмотря на сложную экономическую ситуацию, никто в прошлом году полностью не отказался от обслуживания клиентов по этой системе. В некоторых отелях лишь сократили количество предоставляемых услуг по промежуточному питанию. А в курортном комплексе «Гамма» наоборот, с 1 августа 2009 года ввели систему «ультра все включено». «До сих пор подобный отдых был доступен только за границей, — рассказывает коммерческий директор комплекса Анна Севакова. — Система

«ультра все включено» подразумевает наличие максимально широкого перечня услуг, входящих в стоимость тура. Общий перечень услуг в данном пакете приближается к двум десяткам. Например, наши гости могут бесплатно пользоваться не только услугами баров и ресторанов, но также посещать термальную зону SPA-комплекса, боулинг, бильярд, дегустационный зал». В результате, по словам Анны Севаковой, продажи в комплексе в этом году выросли по сравнению с прошлым почти на 100 %. Не отстают от этих показателей и цифры по реализации конгресс-услуг: «ультра все включено» также стало оптимальным решением вопроса об организации достойного уровня бизнес-мероприятий.

Очевидно, клубный отдых имеет ряд плюсов, и чтобы он прижился, его нужно аккуратно интегрировать в нашу реальность. All inclusive является тем форматом отдыха, который отвечает потребностям ожиданиям самых разных сегментов курортного рынка. Отельер вместо сложных для воплощения индивидуальных решений предлагает одно-единственное, в рамках которого можно обеспечить гостям удовлетворение их потребностей. Руководителю заведения остается следить за тем, какие новые услуги могут стать актуальными, и оперативно включать их в стоимость проживания с максимальной экономической эффективностью, тем самым повышая свою конкурентоспособность. **ON**



Изюминкой российской системы all inclusive является включение в стоимость отдыха полноценного санаторно-курортного лечения. В турецких отелях, как правило, все лечебные процедуры и SPA в стоимость не входят.

В отпуск надолго

«Утром — стулья, вечером — деньги» — насколько эта формула сегодня применима к туристической сфере? Оценка эффективности потребительского кредитования отдыха и путешествий как инструмента маркетинга.



Владимир Улыбин, директор представителя ЗАО «ФИНАМ» в Краснодаре и Ростове-на-Дону



Программа «отпускного кредита» — просто один из продуктов линейки потребительского кредитования, и его процентная ставка редко отличается от обычного потребительского кредита.

Возможность путешествовать в кредит у россиян появилась еще лет десять назад. С началом бума кредитования многим казалось, что у этого продукта неплохое будущее. Банки расширили линейку продуктов, турфирмы получили еще один маркетинговый рычаг, туристы — возможность съездить в путешествие сейчас, а заплатить потом. Какое-то время все были довольны и счастливы. Банки уверяли, что вот-вот, еще немного, и рынок туристического кредитования развернется в полную силу, турфирмы радостно рекламировали прелести поездок в долг, а наиболее любознательные туристы поспешили опробовать новые кредиты.

Но с приходом Кризиса Великого и Ужасного банки наметили на нехватку ликвидности и рост объемов просроченных кредитов и заявили об ужесточении требований к заемщикам. Спрос на кредитные продукты упал, и отдых в долг не стал исключением. Если на январь 2009 года сумма кредитов, предоставленных физическим лицам, составляла, по данным ЦБ, 4017,2 млрд руб., то на апрель 2010 года она составляет 3536,3 млрд руб.

Хотя по отношению к марту этого же года наблюдается некоторый позитив — сумма кредитов, предоставленных физлицам, в апреле выросла на 0,3 %.

Банки сейчас находятся в достаточно сложном, неопределенном положении — с одной стороны, они накопили высокую ликвидность, с другой стороны — на них давит низкий спрос на кредиты. Получается заколдованный круг, выйти из которого можно, только снижая ставки. Первыми на этот шаг пойдут крупные банки, которым стоимость фондирования обходится существенно дешевле. Пример уже показал Сбербанк, который снизил ставки по кредитам.

Собственно, программа «отпускного кредита» — просто один из продуктов линейки потребительского кредитования, целевой кредит на отдых и его процентная ставка редко отличается от обычного потребительского кредита. Другое дело, что его оформление может быть проще и быстрее. Но кризис при всех его негативных сторонах оказал и положительное влияние — заемщики стали более качественно оценивать свои риски и воздерживаться от необдуманных решений. **ON**

► БИЗНЕС-ИССЛЕДОВАНИЕ



Культурная программа

Винный тур может стать настоящим праздником для привередливого гурмана и увлекательным приключением для активного путешественника. Виноделы сравнивают полноценный тур с бокалом изысканного напитка: он должен быть наполнен благородным содержанием и не оставлять неприятного осадка. Причем если вы отправитесь в винный

Мариета Емтыль,
руководитель
Консорциума
«Отраслевой
Информационно-
маркетинговый
Центр», президент
клуба «Винный
путешественник»



Винная карта

Отдых, расслабление, удовольствие — это отпуск. Каждый из нас ждет его как глотка свежего воздуха. Отдых, расслабление, удовольствие — это вино. Мелодичный звон бокалов, приятная компания, изысканный вкус... Тот, кто предпочитает получить двойную порцию эмоций, отправляется в винный тур.

КОРОТКО О ГЛАВНОМ

На потребительском рынке за последнее время увеличился процент профессиональных покупателей вина. Сформировалась среда потребителей, умеющих правильно покупать товары в рознице, проверив его качество и убедившись в подлинности винного продукта. На эту группу, которая сегодня формирует спрос, и ориентируются организаторы винных туров. Клиентам предлагают дегустировать вина только в местах их производства, чтобы прочно связать в своей памяти и воображении букет и вкус напитка с тайной его происхождения в природе, историей и духом местности.



тур, то вовсе не значит, что путешествовать доведется только по пунктам винной карты. Скорее, речь идет о посещении винодельческих регионов. А уж там в соответствии с программой путешествие будет наполнено интересными событиями и экскурсиями. Это может быть участие в винных фестивалях, осмотр древних замков, посещение многовековых виноградников, погребов, дегустация местных вин, общение с мастерами-виноделами, ужин по древним традициям, посещение центров винотерапии и даже театрализованные действия в винных подвалах.

Винный туризм неразрывно связан с застольем. На вкус вина влияют блюда, с которыми его подают, а на ощущения от употребления вина — атмосфера, царящая за столом. Лучше всего удаются туры, когда между всевозможными дегустациями и прогулками по погребам у вас есть возможность насладиться красотами той местности, где находится хозяйство. Быт людей, причуды природы, местный менталитет — все это тоже влияет на вкус вина и создает особую ауру ярких впечатлений от путешествия.

Любой винный тур должен соответствовать некоторым специфическим требованиям, кото-

рые отличают этот вид туризма от прочих. В частности, главным событием путешествия является посещение винных подвальных или погребков. При этом речь идет не о хранилищах какого-нибудь крупного винодельческого завода, а о небольших хозяйствах, площадь виноградарских угодий в которых обычно составляет от 1 до 20 га. В таких авторских хозяйствах всегда собраны коллекции, изготовленные специально для посетителей. Здесь можно оценить по достоинству не только напитки, но и технологическую культуру производства, познакомиться с виноделами, узнать о вековых традициях хозяйства.



В Европе под понятием винного туризма подразумевают посещение винодельческого поместья или региона, чтобы понять суть вина, познакомиться с историей и традициями местности, людьми, которые его делают.

Индустрия в бокале

Винный туризм прекрасно развит во множестве стран, поддерживается государством и образует серьезную статью дохода как для местного туристического бизнеса, так и для винной индустрии. За примером далеко ходить не надо: во Франции, Италии, Германии, даже в Молдове, уже не первый десяток лет существует программа развития винного туризма.

К примеру, Франция в нашем сознании неотделима от французского вина, а для самих виноделов туризм — серьезная статья дохода. В этой стране насчитывается более 5000 объектов разной величины, так или иначе связанных с виноделием. Занимая общую площадь под виноградники около

850 000 га в 17 виноградарских регионах, винным туризмом занимаются 50 различных структур. И как результат их объединенных усилий — в год 7,5 млн туристов отправляются винными маршрутами. При этом около 50 % туристов оставляют при посещении объекта не менее 78 евро, а 25 % и более тратят 150. Нетрудно подсчитать, что в среднем винные путешественники приносят отрасли 750 млн евро в год.

В целом под понятием винного туризма в Европе подразумевают посещение винодельческого поместья или региона, в котором производится то или иное вино, для того, чтобы понять его суть, познакомиться с историей и традициями местности, людьми, которые его делают. В общем, для того, чтобы соединить вкус вина с тем окружением, которое его

создает. Но в понимании россиян винный туризм — нечто совершенно другое. Зачастую туры посещают люди неподготовленные, из-за чего экскурсии получаются скомканными, все происходит быстро, проездом и зачастую во время летней жары. Никакого отношения к адекватному винному туризму это не имеет. К сожалению, сегодня винный туризм не такой уж популярный вид отдыха у россиян. Из тех, кто посещает Краснодарский край, лишь 1 % заезжает на винодельни, а объем средств, поступающих от туристов в бюджет предприятий и государственную казну, достаточно мал. И причин тому много.

Во-первых, в России так и не сформировалась культура питания, ценителей вин не так уж много. Вспомните сами, когда в последний раз в ресторане вы заказывали вино? Во-вторых, со времен Советского Союза визит на винный завод воспринимается в первую очередь как посещение именно производственного объекта, а не винодельни — это, скорее, индустриальный туризм. В-третьих, долгое время винным туризмом у нас всерьез никто не занимался — ни производители, ни власти, ни организаторы туров. Однако в последние годы наблюдается устойчивая тенденция: направление становится более популярным.

Местный колорит

На рынке туристических услуг Кубани винный туризм — явление сравнительно новое. Готовые программы ознакомления с винными традициями предлагают не многие агентства, а такая услуга, как винный тур длительностью два и более дней, вообще редкость. Однако с винным туризмом уже знакомы многие. Трудно себе представить отдых на Кубани без посещения

ВИНА, КОТОРЫЕ СТОИТ ПОПРОБОВАТЬ

«Золото» по итогам дегустационного конкурса винодельческой продукции «Южная Россия — 2010»

ОАО «Миллеровский винзавод»	»» Вино Ведерниковское сухое белое «Губернаторское»
АПФ ОАО «Фанагория»	»» Вино выдержанное сухое белое «Крю Лермонт Совиньон Фанагории»
«Южная винная компания» филиал ЗАО «МПБК «Очаково»	»» Вина столовые сухие «Виорика», «Саперави»; вино столовое полусладкое «Виорика»
ГНУ АЗОСВиВ	»» Вино натуральное сухое «Каберне АЗОС»
ООО «Кубанская Винодельческая Артель»	»» Вино столовое сухое красное «Каберне»
ООО «Кубанские вина»	»» Вино натуральное сухое красное «Звезда Тамани. Каберне Совиньон»
АФ ЗАО «Мысхако»	»» Вина сухие красные выдержанные «MWV Кюве Мысхако», «Мерло Мысхако» Гранд Резерв
Chateau LUCAS	»» Вино столовое сухое красное Chateau LUCAS
АФ ООО «Саук-Дере»	»» Вино столовое сухое красное «Каберне Саук-Дере»
ТД ООО «Панагия»	»» Вино столовое полусладкое белое «Таманская лоза»
ООО «Русский Азов»	»» Вино столовое полусладкое белое «Русский Азов — Мускат», вино игристое белое полусладкое «Русский Азов»
ОАО «Цимлянские вина»	»» Российское шампанское выдержанное «Цимлянское полусладкое»
ОАО «МКШВ-КАВИГРИС»	»» Вино игристое полусладкое белое «Мускат Бештау»
АПК ЗАО «Геленджик»	»» Вино специальное «Улыбка», вино специальное выдержанное «Мускат Янтарный»
ООО «Кубань-Вино»	»» Вино специальное «Кагор Тамани»
ГНУ Северо-Кавказский зональный НИИ садоводства и виноградарства Россельхозакадемии	»» Вино специальное коллекционное десертное красное «Анарис»



одного из местных винных заводов. Поездки в Мысхако, Абрау-Дюрсо, Тамань и Крымск, пожалуй, стали обязательной программой для тех, кто желает посетить местные достопримечательности.

Но назвать посещение кубанских винодельческих предприятий полноценным винным туром пока нельзя. Хотя бы потому, что таковым его не воспринимают сами собственники винодельческих заводов. К тому же масштабное продвижение туров тормозит слабо развитая туристская инфраструктура. Налицо дефицит ресторанов с особенной местной кухней, сувенирных лавок, этнопоселений и других объектов индустрии развлечений. Только в последние годы винодельни Краснодарского края стали продвигать себя как туристические объекты: строить гостиницы, открывать дегустационные залы, копаться в архивах в поисках интересных фактов. Производят вино у нас более 60 крупных производств, но только 8 из них целенаправленно занимаются винным туризмом. Наиболее активно работают в этом направлении «Абрау-Дюрсо», «Фанагория», «Шато ле Гран Восток», «Мысхако», «Кубань-Вино». Кроме этого, развивается так

называемое «замковое» виноделие: строящиеся «Виноградники Гай—Кодзора» и «Крымское». В кругах ценителей известен представитель авторского виноделия Янис Каракезиди.

Немалую роль в популяризации винного направления туризма сыграло продвижение бренда «Кубанские вина» как на внутренне-российском, так и на международном рынках. Активизировались профессиональные винные путешественники — любители вин, а также люди, которые так или иначе причастны к виноделию. Так, в прошлом году край посетил французский винодел Ришар Деле, а также участники клуба профессиональных винных путешественников КОБАН.

Хорошим показателем развития сектора является появление компаний, которые строят свой бизнес именно на работе в сегменте винного туризма. Так, в 2009 году был образован клуб «Винный путешественник» (сайт www.winetourist.ru), который, опираясь на европейский опыт, профессионально занялся активной разработкой, организацией и продвижением винных и винно-гастрономических туров. К примеру, только в ноябре этого года запускается два тура — «Сам себе сомелье» и «Вина двух морей».

При составлении маршрутов в клубе «Винный путешественник» прорабатывают детали тура для каждого заказчика индивидуально. Организаторы сами проходят маршрут, стараясь на все посмотреть глазами туриста. Главная цель — добиться для гостя максимального комфорта, возможности спокойно полюбоваться пейзажем и насладиться дружеской атмосферой встреч, изысканной местной кухней и вином. Такие винные туры нельзя назвать дешевыми, но они того стоят. Если стандартная экскурсия от туроператоров на винзавод длится часа полтора

и в среднем стоит 250 руб., то под эгидой клуба туристы путешествуют 4—7 дней и могут провести на винзаводе до 4 часов. Тратят туристы в таком случае не менее 2000 рублей, благодаря тому что проникаются духом той местности, по которой путешествуют, и букетом дегустируемого вина.

Оценивая состояние винного туризма, участники местного рынка настроены оптимистично, отмечая, что ниша еще не занята. Предпосылки для развития хорошие: на рынке услуг Краснодарского края сегодня остро ощущается дефицит турпродуктов. А наличие развитого виноградарства и виноделия закладывает глубокий потенциал развития винного туризма на Кубани. **ON**

Виноделы сравнивают полноценный тур с бокалом изысканного напитка: он должен быть наполнен благородным содержанием и не оставлять неприятного осадка.



ЗДРАВИА ЖЕЛАЮ!



Широко представленные медицина и всевозможные оздоровительные услуги — одно из конкурентоспособных преимуществ курортов нашего края. Примечательно, что, не забывая о традиционных методиках, кубанские здравницы сегодня активно внедряют и современные ноу-хау.

■ В чем вся соль?

Лечение водой применяли еще с незапамятных времен, когда наши предки окунались в природные ванны, вырытые самым примитивным способом на месте выходов из земли минеральных источников. Легенды гласят, что в них заживляли раны воинов, исцеляли страждущих, омолаживали стариков, лечили детей. Спустя тысячелетия многое изменилось. Бальнеологические курорты превратились в высокотехнологичные медицинские центры, где природную минеральную воду применяют на основе научно разработанных программ и методик лечения в сочетании с современными достижениями физиотерапии.

«Применение новых методов современной курортологии в комплексе с минеральными водами, лечебными грязями и климатотерапией значительно повышают эффективность лечения больных в условиях санатория, — рассказывает заместитель генерального директора по медицинской работе санатория «Горячий Ключ» Евгений Калиниченко. — Тем более что наши новые методики опираются на применение препаратов из трав, природного сырья, витаминов, ферментов, биопрепаратов, способствующих очищению внутренней среды обитания клеток организма. Среди наших последних разработок — применение щелочно-минеральных солей «МайнеБазе». Организм человека, подверженный непрерывному воздействию негативных внешних процессов, зашлаковывается, то есть «окисляется». Внутри многих из нас преобладает кислотная среда, которую для поддержания здоровья необходимо периодически выводить из организма. Нейтрализовать кислоты и выводить шлаки следует щелочными ваннами, компрессами, питьем и промыванием».

Природная минеральная вода Горячего Ключа имеет в своем составе большое содержание щелочи, что определяет эффективность санаторно-курортного лечения. Однако не всем пациентам показано применять природные ванны, например людям с сердечно-сосудистыми заболеваниями и гипертоникам. В таких случаях доктора ищут адекватную замену природным водам, прописывая пациентам «жемчужные» ванны и другие виды искусственных бальнеопроцедур.

«Нас заинтересовали новые разработки коллег из Германии, — делится опытом Евгений Калиниченко, — они создали щелочно-минеральную соль «МайнеБазе» с микрочасти-



Организм со временем «окисляется» — зашлаковывается. Нейтрализовать кислоты и выводить шлаки следует щелочными ваннами, компрессами, питьем и промыванием.

цами из восьми драгоценных камней — агата, карнеола, цитрина, хризопраза, халцедона, сапфира, горного хрусталя и оникса. Кроме того, соль имеет в своем составе гидрокарбонаты и карбонаты натрия, способствующие получению щелочного значения воды равного pH 8,5. Это оптимальный щелочной показатель воды, идентичный околородным водам здоровой будущей матери».

При растворении рекомендуемой дозы такой соли в воде образуется здоровая щелочная среда, способствующая устранению метаболических процессов в организме, снижению лишнего веса, поддержанию в норме артериального давления и т. д. В санатории «Горячий Ключ» усиливают воздействие солей «МайнеБазе» так называемым «пузырьковым эффектом» и растиранием. В этом случае пациент, применяющий ванну, ощущает воздей-



ствие маленьких раздражителей — пузырьков в воде — и сам воздействует на кожу, растирая тело специальной щеткой. После полного курса таких процедур восстанавливается начальный гомеостаз у пациентов, который сохраняется в течение длительного времени.

Естественное лечение

«В сочетании с фундаментальными методиками и санаторно-курортного лечения не так давно стали использовать и астрагаловый сироп в каплях, — продолжает Евгений Калинин. — В его основе — богатый природный витаминно-минеральный биокomплекс с высоким содержанием органического селена в виде селенометионина, который оптимально усваивается организмом человека (95–98 % даже в преклонном возрасте). Пройдя курс «селенового воздействия», человек, страдающий сахарным диабетом, значительно улучшает свое самочувствие, происходит так называемая коррекция сахарного диабета». Астрагал относится к растениям, накапливающим селен, который запускает целый ряд ферментов, участвующих

в белковом, углеводном, липидном и энергетическом обмене, направляет работу ионов железа, меди и йода, играет важную роль в процессах репродукции клеток. Селен выполняет серьезную работу по координации функционирования соединительной ткани, благодаря которому происходит обмен веществ на клеточном уровне.

«Все наши новые методики основаны на применении самых что ни на есть природных компонентов традиционной медицины, — подчеркивает Евгений Калинин. — Одним из таких компонентов является и топинамбур (земляная груша) — растение, произрастающее в наших широтах. Самое ценное в нем — высокое содержание углевода инулина. Поэтому земляная груша полезна для питания больных инсулинозависимым диабетом. Кроме того, она хорошо выводит из организма соли тяжелых металлов, радиоактивные вещества, токсины, обладает очищающим и омолаживающим действием. Мы используем муку топинамбура для приготовления коктейлей на основе ананасового сока». Такой «коктейль здоровья» прописывают пациентам при лечении атеросклероза, гипертонии, ожирения, при подагре, радикулите и синдроме хронической усталости, а также для уменьшения инсулинозависимости.

Лечебные свойства топинамбура заинтересовали и докторов ООО «Санаторий «Изумрудный». Изучив эффект воздействия этого продукта на организм человека, специалисты «Изумрудного» включили топинамбур в рацион питания больных сахарным диабетом, гипертонией, страдающих повышенным холестерином, аллергическим дерматитом. «У нас он используется не только в виде коктейлей, но и в выпечке, блюдах из свежих овощей, напитках, — рассказывает заместитель директора по лечебной работе ООО «Санаторий «Изумрудный» Людмила Тараненко. — Пектин, инулин, фруктоза, незаменимые аминокислоты, ферменты, витамины и минеральные вещества, входящие в состав топинамбура, оказывают благотворное влияние на организм человека, восстанавливая его силы и здоровье. Диета с топинамбуром способствует снижению веса на 4–5 кг в среднем за один курс лечения. Через 10–15 дней после ежедневного приема этого продукта нормализуются обменные процессы, что и наблюдаем у наших пациентов в конце курса лечения».

В санатории «Изумрудный» уже не первый год изучают и успешно применяют в санаторно-курортном лечении природные факторы. Это



Лечение водой применяли еще с незапамятных времен, когда наши предки окунались в природные ванны, вырытые самым примитивным способом на месте выходов из земли минеральных источников.

реклама

«МАЙНЕБАЗЕ» — драгоценное здоровье

Мы часто слышим, что в организме нужно поддерживать кислотно-щелочной баланс, но о чем конкретно идет речь, понимает не каждый. Организм в норме состоит из 20 % кислот и 80 % щелочей. Несбалансированным питанием, злоупотреблением алкоголем, курением легко нарушить баланс, что приводит к развитию различных заболеваний. Чтобы восстановить кислотно-щелочное равновесие, нужно наладить правильный режим питания, вести здоровый образ жизни и проводить специальные процедуры, направленные на очищение организма.

Максимальные возможности для выведения шлаков и токсинов через кожные покровы открывают ванны с целебной солью «МайнеБазе» из Германии — научная разработка потомственного немецкого врача Петера Энтшуры. Инновационный продукт содержит несколько секретов, которые обуславливают его исключительное действие. Например, в составе соли — гидрокарбонаты и карбонаты натрия, способствующие получению щелочного значения воды равного pH8,5, идеально подходящего для принятия общих и местных ванн, компрессов, обертываний, косметических процедур и полосканий.

Кроме этого, соль «МайнеБазе» обогащена микроэлементами из 8 драгоценных камней. Еще древние целители отмечали: «Растения наделены огромными силами, камни — величайшими».

- Нейтрализует кислоты
- Выводит шлаки и токсины
- Значительно улучшает внешний вид кожи
- Действует против микозов
- Эффективен при лечении проблем кожи — нейродермита, псориаза, аллергии
- Дезодорирует

Обрести драгоценное равновесие красоты и здоровья с «МайнеБазе» даже в домашних условиях просто и приятно!

Эксклюзивный импортер в Россию и страны СНГ
ООО «Торговый дом «МайнеБазе»
товары для здоровья и красоты
344007, г. Ростов-на-Дону, ул. Семашко, 51
тел. (863) 269-90-45
факс (863) - 240-73-19
e-mail: info@meinebase.ru
www.meinebase.ru



и природная минеральная вода, натуральные травяные и скипидарные ванны по методике профессора Залманова, фитоглиноterapia, озокеритотерапия, гирудотерапия, озонотерапия в сочетании с аппаратной физиотерапией (БОС — аппарат для коррекции зрения, общей магнитотерапии и др.). Назначение таких процедур, как считают доктора санатория, является наиболее естественным, а значит эффективным и безопасным лечением.

Не так давно здесь стали применять солодовые ванны. Проросшие зерна ячменя содержат в активной форме витамины А, Д, Е, группы В, полисахариды, натуральный антибиотик гордецин. Зерна ячменя растирают в мелкую муку и добавляют в приготовленную ванну, куда на 10 минут погружают отдыхающего. С помощью применения солодовых ванн лечат заболевания нервной системы, щитовидной железы, сердечно-сосудистые заболевания, синдром усталости, а также другие болезни.

■ Сон в руку

Одной из новых технологий санаторно-курортного лечения в санатории «Предгорье Кавказа» стала сомнология — область медицины, посвященная диагностике и лечению

расстройств сна. Оказывается, храп, вызывающий раздражение у тех, кто обречен слышать его каждую ночь, нередко является синдромом обструктивного апноэ сна. «Это заболевание проявляется остановками дыхания во сне, что ведет к постоянному недостатку кислорода и существенному увеличению риска развития сердечно-сосудистых заболеваний и даже внезапной смерти во сне, — поясняет Елена Погорельская, главный врач ЗАО «Санаторий «Предгорье Кавказа». — К сожалению, в наши дни это очень распространенное заболевание, об опасности которого многие и не подозревают».

За сутки мы делаем около 20 тысяч вдохов, пропуская через себя 10 кубометров воздуха. Сердце сокращается около 100 000 раз и прокачивает 7 тонн крови. Все это нужно для обеспечения единственного показателя — насыщения артериальной крови кислородом. Мы можем прожить без пищи около месяца, без воды — около 7 дней. В организме создаются запасы жира и жидкости на случай отсутствия пищи и воды. К сожалению, природа не предусмотрела возможности накопления запасов кислорода в организме. Всего три минуты отсутствия дыхания или сердцебиения полностью истощают запас кислорода в организме, и человек может умереть. Таким образом, уровень насыщения артериальной крови кислородом (сатурация) является важнейшим параметром жизнедеятельности организма. Даже небольшие нарушения работы легких и сердца постепенно приводят



Храп нередко является синдромом обструктивного апноэ сна и существенно увеличивает риск развития сердечно-сосудистых заболеваний.

Топинамбур

(*Helianthus tuberosus*) —
порошок



МЕДИКО-БИОЛОГИЧЕСКИЕ СВОЙСТВА

● Порошок топинамбура обладает широким спектром воздействия на организм. В его состав входят белки, пектин, органические и жирные кислоты, аминокислоты, в том числе и незаменимые, которые синтезируются только растениями. Это аргинин, лейцин, лизин, гистидин, изолейцин, валин, метионин, триптофан, фенилаланин. По содержанию витаминов В и С, железа и цинка топинамбур богаче картофеля и моркови в 3 раза.

● Введение топинамбура в пищу оказывает благотворное влияние на организм человека при стрессе, упадке физических сил, способствует улучшению зрения, укрепляет иммунную систему.

● Порошок топинамбура изготавливается из растительного сырья, выращенного в экологически безопасных районах. Продукт гарантированно не содержит солей тяжелых металлов, канцерогенов, мутагенов, гербицидов, пестицидов, патогенной флоры. Продукт утвержден НИИ Питания ТУ 9199-013-0035-31-58-97.

ПОКАЗАНИЯ ДЛЯ ПРИМЕНЕНИЯ:

- для уменьшения инсулинозависимости;
- при лечении атеросклероза, гипертонии, ожирения;
- при подагре, радикулите;
- при отложении солей и артритов;
- при язве желудка и двенадцатиперстной кишки, при гастритах;
- при синдроме хронической усталости.

Не имеет противопоказаний

ООО «Эспланада-Южная»
Краснодарский край
Староминский район
ст. Канеловская
ул. Кирова, 132 а
тел. (861) 535-23-13
e-mail: inulin@mail.ru



к развитию хронического недостатка кислорода (гипоксии), которая отрицательно сказывается практически на всех органах и системах организма. Человека беспокоят головные боли, снижение работоспособности, ухудшение памяти и внимания, сон становится прерывистым и неосвежающим, появляется дневная сонливость. Увеличивается риск артериальной гипертензии, нарушений ритма сердца, инфарктов, инсультов.

«Чтобы выявлять первопричину болезни и правильно проводить диагностику, мы создали кабинет нарушения сна, оборудованный современной аппаратурой, — рассказывает Елена Погорельская. — С помощью компьютерного пульсоксиметра проводим мониторинг насыщения крови кислородом пациента во время ночного сна. Пульсоксиметр выполняет более 20 тысяч измерений за ночь, что позволяет с высокой точностью диагностировать заболевание и правильно назначить лечение. Пациентам с тяжелой формой болезни назначаем применение специального СИПАП-аппарата, который помогает человеку дышать во сне и не дает спадаться дыхательным путям. Уже во время первого сеанса устраняются храп и остановки дыхания, нормализуется ночной сон и насыщение крови кислородом. При регулярном проведении СИПАП-терапии значительно улучшается качество жизни отдыхающих и устраняется риск развития серьезных сердечно-сосудистых осложнений».

Природа в новом свете

Как известно, санаторно-курортная индустрия базируется на использовании гидроминеральных и ландшафтно-климатических природных лечебных ресурсов. Горячий Ключ знаменит своими сероводородными и соляно-щелочными минеральными водами. Первые применяются наружно в виде ванн, а соляно-щелочные (они же гидрокарбонатно-натриевые) прописывают отдыхающим применять внутрь, то есть пить в определенных дозах до еды. На этом основано санаторно-курортное лечение, которое, в итоге дает 98-процентный эффект оздоровления от общего количества людей, прошедших курс на водах Горячего Ключа. Как и все современные бальнеокурорты, в Горячем Ключе ежегодно разрабатывают, апробируют и предлагают своим клиентам новые методики и программы лечения.

«В нашем арсенале более 150 медицинских методик и 10 программ. При их грамотном назначении и гармоничном сочетании с уникальными природно-климатическими факторами курорта эффективность санаторно-курортного лечения возрастает в разы, — убежден генеральный директор ЗАО «Санаторий «Горячий Ключ», заслуженный работник курорта и туризма, заслуженный медицинский работник Кубани Сергей Колесников. — Курортология, как и современная медицина, не стоят на месте. Непрерывное поступательное движение вперед, применение новых достижений в этой сфере во многом являются главной формулой успеха и секретом популярности любого современного курорта. Поэтому мы внимательно следим за всеми тенденциями и стараемся брать их на вооружение. При этом соблюдается главный принцип — не заменять природные процедуры, а грамотно дополнять их медицинскими ноу-хау».



Курортология не стоит на месте: не заменяя природные процедуры, грамотно дополняет их медицинскими ноу-хау.



Ключевое предложение



Сергей Колесников, заслуженный работник здравоохранения Кубани, генеральный директор ЗАО «Санаторий «Горячий Ключ»

HR-менеджеры и психологи единогласно утверждают: для того чтобы хорошо работать, нужно уметь правильно отдыхать.

Наибольший эффект от отдыха достигается, когда его сочетают с лечением. Многие уже сегодня простым гостиницам предпочитают здравницы с широким спектром услуг, расположенные в особых природно-климатических зонах. Руководителю или собственнику бизнеса, заботящемуся о своих сотрудниках, стоит обратить внимание не на берег турецкий, а на близлежащий курорт Горячий Ключ. Во-первых, это экономит средства компании на путевки. Во-вторых, подчиненные вместо угнетения организма системой «все включено», действительно будут поправлять свое здоровье.

Горячий Ключ выделяется умеренным климатом — в жаркую погоду здесь нет изнуряющей жары благодаря горной реке Псекупс. Самое крупное санаторно-оздоровительное учреждение курорта — это санаторий «Горячий Ключ», одно из немногих мест на юге России, где сочетаются лечебные факторы ессентукских питьевых минеральных вод и сероводородных ванн типа Сочи—Мацеста.

В здравнице есть собственная лечебная база: питьевая галерея (минеральные воды, кислородный коктейль, фитобар), ванное отделение с сероводородной водой, отделения грязелечения и физиотерапии, кабинеты гидротерапии, подводного душа-массажа и ручного массажа, сухого и подводного вытяжения позвоночника, залы лечебной физкультуры с комплексом тренажеров, кабинет термотерапии (сауна с бассейном) и многое другое. Диагностика и лечение проводят высококласные специалисты-медики: врачи высшей и первой категории, заслуженные работники здравоохранения Кубани.

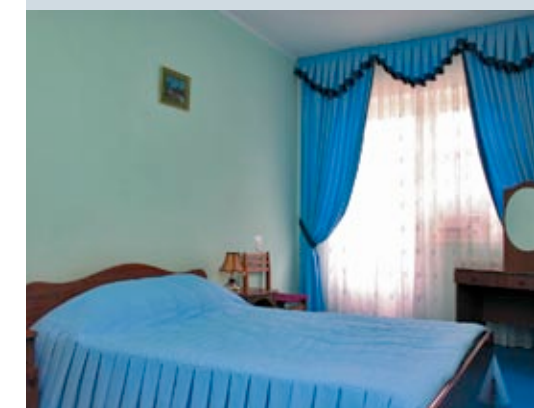
Санаторий рассчитан на 320 человек. Размещение производится в комфортабельных номерах и коттеджах со всеми удобствами. Имеется конференц-зал, бассейн. Для отдыхающих предусмотрена культурно-развлекательная работа, организуются танцевальные и игровые вечера, концерты, экскурсии по достопримечательностям Горячего Ключа.

PROДВИЖЕНИЕ



Уникальные программы лечения

- Здоровый желудок — прекрасное настроение
- Санаторное лечение больных с термической травмой
- Ранняя реабилитация больных после острого инфаркта миокарда
- Очищение и оздоровление
- Реабилитация больных после хирургического лечения ИБС
- Здоровые дети — процветание России
- Сахарный диабет — образ жизни
- Движение без боли



Адрес: г. Горячий Ключ ул. Псекупская, 2
тел.: (861 59) 3-52-31
3-64-92, факс 3-41-33
e-mail: sanatorgk@yandex.ru
sanator_gk@mail.kuban.ru
www.san-gk.com

► БИЗНЕС И ОБЩЕСТВО

ВСЕМ Миром

Представители бизнес-сообщества часто консолидируются для достижения общей цели. Например, социально ориентированные бизнесмены и профессионалы уже давно объединяются под эгидой Rotary International. Руководствуясь девизом «Служение обществу превыше личных интересов», международная система клубов Rotary ведет активную деятельность и в Краснодаре.



Ротари-клубы — это нерелигиозные, неполитические и не благотворительные организации. Члены движения — владельцы бизнеса, наемные специалисты и представители свободных профессий, вместо часто похожей на индульгенцию благотворительности, участвуют в решении злободневных общественных проблем словом и делом.

Не ориентированная на самопиар социальная активность Rotary International выражается в множестве инициатив и проектов. Например, программа GSE позволяет талантливым профессионалам развиваться, путешествуя по миру. Для того чтобы попасть в такую делегацию не нужно быть ротарианцем. Члены клубов выступают только как организаторы этого международного обмена знаниями и опытом в среде наиболее перспективных и выдающихся представителей нашего общества. Например, в конце мая этого года

краснодарский ротари-клуб принял гостей из Канады, обеспечив им насыщенную программу: канадцы плотно изучили наши бизнес-процессы и поделились своими наработками.

«Мы работаем в Краснодаре с 2002 года, — рассказывает исполнительный директор ротари-клуба «Краснодар» Яна Водяная. — На наших еженедельных встречах часто происходит презентация приглашенными со стороны спикерами конкретных бизнес-проектов. В этом случае наша задача обсудить перспективы, пути развития проекта, оказать консультационную поддержку. Также мы часто совершаем деловые поездки по предприятиям нашего края и России с той же целью: помочь успешно развиваться как профессионалам, так и молодым перспективным специалистам. Помимо «адресной» работы, Краснодарский клуб постоянно участвует в конференциях на региональном и федеральном уровнях».



Социальная составляющая деятельности ротари-клуба «Краснодар» выражается как в проведении одноразовых акций, так и длительных многолетних программах. К примеру, в 2008 году сформированная клубом бригада врачей проводила первичные бесплатные обследования кубанцев. В результате более 1500 жителей края смогли узнать реальное состояние своего здоровья. В том же году были проведены «малые Олимпийские игры» — воспитанники детских садов приняли участие в соревнованиях по силе и ловкости. Краснодарский клуб регулярно участвует в различных автопробегах, последний из которых был приурочен к 65-летию Великой Победы, а также 20-летию движения Ротари в России.

Помимо этого сегодня в поле интереса ротари-клуба «Краснодар» находятся программа по социальной адаптации и профориентации воспитанников детских домов — «Мое профессиональное будущее», акции по пропаганде здорового образа жизни среди населения — «Ярмарки здоровья», поддержка открытых турниров по игре «Конвенция о правах ребенка», участие в экологических акциях и многие дру-

гие общественные проекты. Яна Водяная подчеркивает: «Проводя социально ориентированные мероприятия, мы акцентируем внимание, что система ротари — это не просто благотворительность, для которой есть благотворительный фонд. Ротари — это клубы добровольцев, которые и сами в любой момент придут на помощь, и привлекут к этому волонтеров со стороны. А сам формат помощи нуждающимся у нас не регламентирован. К примеру, мы проводили «Ярмарку здоровья» в Ахтырском детском доме. Нескольким детям понадобилась помощь офтальмолога и стоматолога. Наши волонтеры — руководитель стоматологического центра и офтальмолог, добровольно пролечили ребят, взяв все расходы на себя».

Если проводить аналогию, то Rotary International — это катализатор полезных процессов в обществе. Члены клуба реализуют эффективные программы взаимопомощи для тех, кто этого достоин. При этом организация не стремится записать как можно больше людей в свои ряды. Ротарианцы лишь подают личный пример, предоставляя возможность сделать мир чуть лучше каждому. [ON](#)

КОРОТКО О ГЛАВНОМ

Первое в мире отделение клуба Rotary International было создано в Чикаго 23 февраля 1905 года адвокатом Полом Харрисом и его тремя друзьями. Вскоре идея создать клуб, где царил бы дух дружбы и сотрудничества между деловыми людьми, нашла массу союзников. Сегодня в мире насчитывается более 32 000 клубов, объединяющих более 1,2 миллиона человек. Идея безвозмездной и эффективной помощи людям выражается в сотрудничестве с ООН, ЮНИСЕФ и ВОЗ, находит свое воплощение во множестве общественно значимых программ и акций. Например, еще с 1985 года ротарианцами и их единомышленниками ведется кампания по искоренению вируса полиомиелита. Только благотворительный фонд Билла Гейтса в январе прошлого года выделил на борьбу с вирусом 255 млн долларов. Число случаев заболевания полиомиелитом по всему миру с 1988 года до сегодняшнего дня снизилось более чем на 99%.



▶ **СВОИМИ ГЛАЗАМИ**

ВЫСШЕЕ УДОВОЛЬСТВИЕ

Эпикур находил высшее удовольствие «в занятии философией в узком кругу ищущих мудрость друзей». В наши дни большой компанией друзей найти удовольствие можно на просторах Гуамского ущелья.

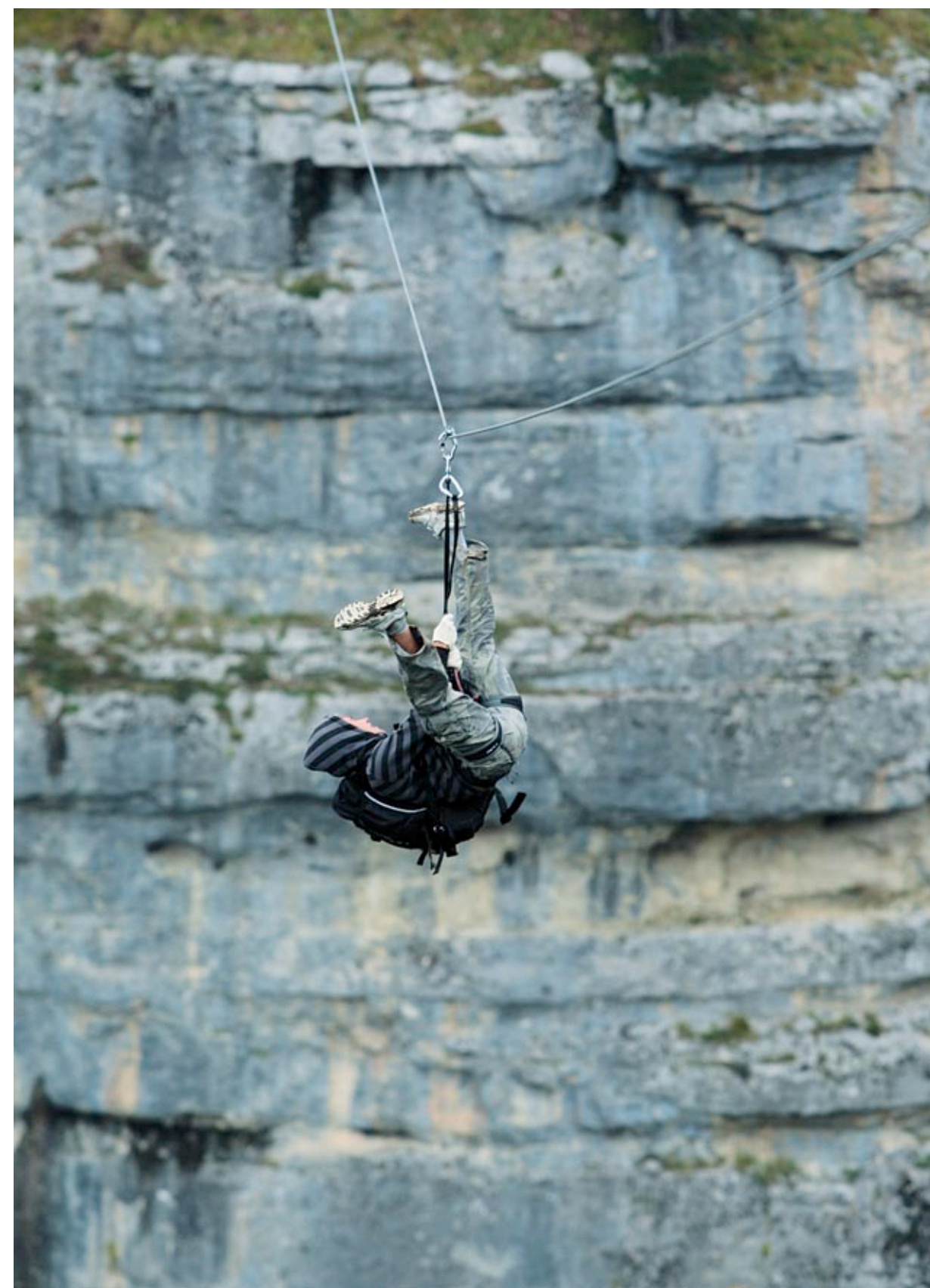
▼ **Первый спуск — весело!**

«Веревочный курс» для тех, кто еще не пробовал себя в роли альпиниста.

► **Вверх — легко!**

По маршруту «Виа феррата», оборудованному искусственными точками опоры, можно подняться на высоту 300 метров, преодолев сложный скальный рельеф без особых усилий.





▲ **Точка отрыва — захватывающе!**

Гуамка — это не только путь к вершинам, но и захватывающий спуск вниз. Вот он — невероятный всплеск эмоций, когда отрываешься от земли и летишь над пропастью!



Головокружительная панорама, крики орлов, с которыми находишься на одной высоте, и безграничное чувство счастья — вот что дарят горы каждому, кто хоть раз побывал здесь.

