



Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 0703/0801-2016

С 21 июля по 15 августа 2016 года

1. Государственное регулирование и поддержка развития туристско-гостиничного комплекса

Константин Горяинов – заместитель руководителя департамента национальной политики и туризма Москвы

2. Актуальные вопросы классификации средств размещения

Штраф за ложное информирование о классификации гостиниц при оказании гостиничных услуг может составить от 30 тыс

За указание «звездности» не соответствующей действительности возбуждено 9 дел в отношении гостиниц Московской области

7 предупреждений о прекращении нарушения антимонопольного законодательства выдано в отношении гостиниц Московской области

Более 95 % калининградских гостиниц прошли обязательную процедуру классификации к ЧМ–2018

3 Туристская и гостиничная недвижимость Москвы и московского региона: аналитика, новости

Imperia Tower в Москва-Сити пополнится пятизвездочным отелем

Конструктивистскую АТС превратят в трехзвездочную гостиницу

"НДВ Групп" берет курс на строительство небольших гостиниц

Японская сеть Тоуоко Inn приобрела у АФК "Системы" землю и здание бывшей АТС и намерена запустить в столице 5-6 отелей категории "три звезды".

Два доходных дома в центре Москвы станут гостиничным комплексом

Портреты московских отелей

ТГК "Измайлово": Инвестиции в MICE-инфраструктуру - новый этап развития – конгресс-центр "Измайлово"

Происшествия в гостиницах Москвы

Пожар в гостинице на юго-востоке Москвы ликвидирован

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

4. Анализ и события российского и московского туристско-гостиничного рынка

РСТ: российская гостиничная отрасль начала выходить из кризиса одной из первых

Сергей Шпилько / Москва: О рейтингах и официальной статистике. Емкость номерного фонда и проблемы ценообразования. Роль малых средств размещения.

В России увеличится число отелей, работающих по стандартам "халяль"

Хостельеры Татарстана намерены предложить Госдуме разрешить регионам регулировать работу хостелов. Президент РТ Минниханов высказался за невозможность резких шагов по прекращению деятельности нормальных хостелов.

Восточный экономический форум без "пяти звезд". Во Владивостоке не смогли построить ни одного нового отеля высшей категории. Международный скандал или дело привычки

Алексей Волов – президент ВАО «Интурист». Дмитрий Павлов – вице-президент АФК «Система»

5. Практика, новинки и события туристско-гостиничного дела за рубежом и в странах СНГ

Booking.com захватил 60% европейского рынка онлайн-бронирования. Эксперты обеспокоены монополизацией рынка

Сведения о гостях HEI Hotels & Resorts похищены хакерами. Под ударом вновь отели Starwood, Marriott, Hyatt и IHG. Кто станет следующей жертвой?

Инвестиции в гостиницы Европы рухнули на 41%

Аналитика ReviewPro. Опубликован отчет 2016 Top Luxury Hotel & Brand.

6. Практика и методики для отельеров

Оптимизируем профили гостиничных сайтов. Какая информация нужна гостям.

Новая стратегия гостиничных сетей. Как Marriott и Hilton используют TripAdvisor для прямых бронирований.

Как завалить проект гостиницы. «Вредные советы» для гостиничного инвестора

Если у сообщения имеется значок *): - приводимые в сообщении СМИ или персональном интервью фактические и аналитические данные и прогнозы могут содержать информацию, не подкрепленную реальными показателями гостиничного рынка, либо основанную только на отдельных сегментах рынка.

1. Государственное регулирование и поддержка развития туристско-гостиничного комплекса

Константин Горяинов – заместитель руководителя департамента национальной политики и туризма Москвы

Константин Горяинов – профессионал в сфере гостиничного хозяйства. Окончил Московский государственный лингвистический университет. Карьеру в гостиничном бизнесе начал в 1993 году – в Metropol Intercontinental, в службе приема и размещения. Затем некоторое время работал в London Intercontinental в Великобритании. С 1998 года трудился в гостиничной сети Marriott, где за 11 лет прошел путь от менеджера по продажам отеля Marriott Royal Aurora до регионального директора по продажам и маркетингу сразу трех отелей сети – Royal Aurora, «Гранд» и «Тверская». В 2009 году был назначен на должность заместителя генерального менеджера отеля Lotte Moscow, в 2010-м возглавив две гостиницы – «Holiday Inn Москва Лесная» и «Holiday Inn Москва Суцеский». Осенью 2012-го стал руководителем «Hilton Moscow Ленинградская». Летом 2014-го занял позицию генерального менеджера отеля Marriott Royal Aurora и стал первым россиянином среди генеральных менеджеров пятизвездочных отелей Москвы.

Константин Горяинов не раз давал интервью RATA-news, последнее – в январе нынешнего года. Но он не только грамотный эксперт и интересный собеседник, турбизнес знает и о других его талантах. Например, в декабре прошлого года г-н Горяинов с большим успехом выступил на концерте «Таланты турбизнеса».

Желаем Константину Горяинову успехов на новом поприще.

www.ratanews.travel/news/news_9082016_5.stm

2. Актуальные вопросы классификации средств размещения

Штраф за ложное информирование о классификации гостиниц при оказании гостиничных услуг может составить от 30 тыс

Штраф за ложное информирование о классификации гостиниц при оказании гостиничных услуг может составить от 30 тыс. руб. для должностных лиц и от 50 тыс. руб. – для юрлиц, соответствующий законопроект проходит независимую экспертизу перед внесением на рассмотрение в правительство РФ. Об этом сообщается на федеральном портале проектов нормативных правовых актов.

«Предоставление гостиничных услуг с использованием категории, доводимой до потребителя в наглядной и доступной форме и предусмотренной системой классификации гостиниц и иных средств размещения, не соответствующей категории, указанной в свидетельстве о присвоении гостинице и иному средству размещения, влечет предупреждение или наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от 30 тыс. до 50 тыс. руб.», - говорится в сообщении.

Также уточняется, что штраф для юрлиц может составить 1/40 до 1/25 от совокупного размера выручки от реализации всех товаров и услуг за предшествующий нарушению год или предшествующую нарушению часть текущего года - но не менее 50 тыс. руб.

Кроме того, аналогичное наказание планируется применять за оказание гостиничных услуг без свидетельства о присвоении гостинице или иному средству размещения соответствующей категории.

Согласно действующему Кодексу об административных правонарушениях (КоАП), наказание за ложное информирование о классификации гостиницы при заселении не предусмотрено. При этом за оказание услуг без свидетельства предусмотрен штраф для должностных лиц в размере от 7 тыс. до 10 тыс. руб.; для юридических лиц - от 40 тыс. до 50 тыс. руб.

<http://www.mskagency.ru/materials/2578238>

За указание «звездности» не соответствующей действительности возбуждено 9 дел в отношении гостиниц Московской области

9 дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе возбуждено в отношении гостиниц Московской области по факту использования для продвижения своих услуг классификации «звездности», не соответствующей действительности.

Московским областным УФАС России в ходе мониторинга деятельности объектов туристической индустрии на предмет достоверности размещаемых гостиницами Московской области сведений об уровне их классификации («звездности») установлены факты размещения в сети «Интернет» информации об их соответствии категориям 2, 3 или 4 звезды.

В числе таких гостиниц: Олимпик Подольск 2*, East Gate Балашиха 4*, 40 й Меридиан Яхт Клуб Коломна 4*, Элит Кроус Яхт Клуб Мытищи 3*, Мон Плезир Химки 3*.

Вместе с тем, указанные отели не включены в перечень гостиниц и иных средств размещения, находящихся на территории Московской области, прошедших классификацию.

В соответствии с частью 1 статьи 5 Закона о рекламе, реклама должна быть добросовестной и достоверной. Недобросовестная реклама и недостоверная реклама не допускаются.

Согласно пункту 2 части 3 статьи 5 Закона о рекламе, недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения о любых характеристиках товара, в том числе о его природе, составе, способе и дате изготовления, назначении, потребительских свойствах, об условиях применения товара, о месте его происхождения, наличии сертификата соответствия или декларации о соответствии, знаков соответствия и знаков обращения на рынке, сроках службы, сроках годности товара.

В случае подтверждения нарушения Законодательства о рекламе лица, допустившие нарушение, могут быть привлечены к административной ответственности по статье 14.3 КоАП, которой предусмотрена ответственность в виде штрафа в размере до пятисот тысяч рублей.

<http://mo.fas.gov.ru/news/33804>

http://hotelier.pro/index.php?option=com_k2&view=item&id=1700:stars&Itemid=278

7 предупреждений о прекращении нарушения антимонопольного законодательства выдано в отношении гостиниц Московской области

02.08.2016 Московским областным УФАС России выдано 7 предупреждений о прекращении нарушения ч. 2 ст. 14.2 Закона «О защите конкуренции», выразившегося в введении в заблуждение, в том числе в отношении качества и потребительских свойств товара, предлагаемого к продаже, назначения такого товара, способов и условий его изготовления или применения, результатов, ожидаемых от использования такого товара, его пригодности для определенных целей.

Напомним, ранее Московским областным УФАС России было возбуждено 9 дел о нарушении законодательства Российской Федерации о рекламе.

<http://mo.fas.gov.ru/news/33864>

Более 95 % калининградских гостиниц прошли обязательную процедуру классификации к ЧМ–2018

Региональные власти Калининградской области выделили 3 млн руб. на возмещение фактически понесённых и документально подтверждённых затрат на классификацию отелей и гостиниц. Об этом сообщает пресс-служба областного правительства.

Обязательную классификацию объектов туристской индустрии в России необходимо провести до 2020 года. Регионы-организаторы должны завершить этот процесс к 1 января 2017 года. Отмечается, что сегодня данную процедуру прошло уже более 95 % гостиниц на территории области. «Это повод привести в порядок документы, инфраструктуру. Официальное присвоение категории подтверждает, что гостиница соответствует всем нормативам, правилам безопасности и предоставляет качественные гостиничные услуги», — отмечает врио министра по туризму Андрей Ермак.

Соответствующие субсидии могут быть предоставлены юридическим лицам, а также индивидуальным предпринимателям. Заявки на получение таких дотаций принимаются до 12 сентября.

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

Максимальная стоимость гостиничного обслуживания во время ЧМ–2018 в Калининграде установлена в размере 57,5 тыс. руб. К ЧМ–2018 в Калининграде не появится ни одной гостиницы уровня «пять звёзд».

Год назад только 14 % калининградских гостиниц прошли необходимую классификацию.

Приказ об обязательной классификации гостиниц и других объектов туристической индустрии России был подписан в 2010 году.

<http://rugrad.eu/news/892677/>

3. Туристская и гостиничная недвижимость Москвы и московского региона: аналитика, новости

Новости гостиничного девелопмента Москвы

Imperia Tower в Москва-Сити пополнится пятизвездочным отелем

Архитектурный совет Москвы одобрил проект строительства нового 18-этажного МФК в составе комплекса Imperia Tower, где будут размещены гостиница, апартаменты и офисные помещения.

Между башнями "Город столиц" и "Эволюция" появится новое здание с фасадами из дымчатого стекла и отделкой из латуни. Речь идет о второй очереди комплекса Imperia Tower – проекта, который ведет Mos City Group (MCG) Павла Фукса. МФК будет возведен по адресу: Краснопресненская набережная, участок №4 ММДЦ "Москва-Сити".

"Участок имеет долгую историю. Проект меняли несколько раз, но сегодня есть уверенность в том, что этот вариант удастся. Члены Архсовета поддержали его реализацию", – прокомментировал главный архитектор Москвы Сергей Кузнецов.

Вторая очередь комплекса Imperia Tower решена в виде двух корпусов с различными функциями на общем существующем стилобате: в корпусе А, ориентированном на набережную, разместится гостиница на 283 номера, предположительно формата "пять звезд", и 242 апартаментов, а в корпусе Б – офисы. Здание запроектировано в форме трапеции с внутренним открытым двором.

Проект разработан ООО "АБ "Цимайло, Ляшенко и Партнеры" по заказу компании-подрядчика ЗАО "Флэйнер-Сити".

Концепция проекта также предусматривает создание открытого общественного пространства на мосту, расположенном над проезжей частью набережной с выходом к Москва-реке. Связь комплекса с рекой будут обеспечивать пешеходные проходы и галереи от территории ММДЦ "Москва-Сити".

На сегодняшний день в деловом квартале построили 12 объектов недвижимости общей площадью около 4,2 млн кв. м из 23 запланированных к строительству.

Конструктивистскую АТС превратят в трехзвездочную гостиницу

Архитектурный совет столицы рассмотрел проект реконструкции здания бывшей АТС на Бакунинской улице, вл. 5, стр. 3.

Проект выполнен на основании ГПЗУ, предполагающем размещение гостиницы, апартаментов длительного проживания и функции ритейла общей площадью 17 тыс. кв. м и максимальной высотой 45 м. Хотя само здание 1927-28 годов постройки не имеет охранного статуса, в проекте его предложено сохранить.

Конструктивистское здание в ходе реконструкции будет сохранено, однако над ним будет надстроен новый "парящий объем". Разделение старой и новой частей происходит и по функции: вверху – апартаменты, внизу – трехзвездочная гостиница, ради которой авторы проекта предлагают разобрать вытянутую часть старого здания за главным фасадом.

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

Столичные архитекторы сочли проект интересным, но не согласились даже с частичной разборкой здания. Архсовет проведет повторное рассмотрение проекта.

Напоминаем, что вместо другой столичной АТС (по адресу 1-й Красносельский переулок, 15) может появиться отель японской сети Toyouko Inn.

"НДВ Групп" берет курс на строительство небольших гостиниц

"НДВ Групп" Александра Хрусталева планирует построить несколько гостиниц общим фондом 1000 номеров в течение четырех-пяти лет.

Сейчас компания строит две гостиницы. Трехзвездочный отель возводится в Химках. Четырехзвездочная гостиница появится в рамках проекта "Хелипорт Москва", сейчас готовится проект планировки.

Трехзвездочный отель также может появиться в составе торгового центра в районе Жулебино. Недавно "НДВ-Недвижимость", входящая в "НДВ Групп" Александра Хрусталева, выкупила участок в Жулебино под строительство торгового центра. Объем инвестиций составит \$35-40 млн.

Однако окончательно решения об открытии отеля в ТЦ пока не принято. Эксперты сомневаются в скорой окупаемости проекта.

<http://hotelier.pro/news/item/1709-development>

Японская сеть Toyouko Inn приобрела у АФК "Системы" землю и здание бывшей АТС и намерена запустить в столице 5-6 отелей категории "три звезды".

Эксперты сомневаются в успешности подобной экспансии.

Тикако Оказаки, генеральный директор "Тоеко Инн Евразия", сообщила прессе, что Toyouko Inn приобрела участок под строительство нового отеля в Москве. В планах японской гостиничной сети открыть в российской столице 5-6 трехзвездных гостиниц. Эксперты Hotelier.PRO обозначили свое мнение по перспективам азиатского штурма российского рынка.

Представители компании Toyouko Inn сообщили, что первый отель разместится рядом со станцией метро "Красносельская" – в Первом Красносельском переулке, участок уже куплен. Остальные гостиницы также планируется привязать к транспортным узлам – метро, автомобильным развязкам, ж/д вокзалам. В перспективе Toyouko Inn намерена выйти и на гостиничный рынок Санкт-Петербурга.

По данным ЕГРЮЛ, в мае 2016-го года компания "Тоеко Инн Евразия" стала единственным владельцем ООО "Красносельская", которое ранее принадлежало АО "Бизнес-Недвижимость", входящему в АФК "Система". Головной компанией "Тоеко Инн Евразия" является японская Toyouko Inn Co. Ltd, следует из базы "СПАРК-Интерфакс". ООО "Красносельская" расположено по адресу 1-й Красносельский переулок, 15. В настоящее время по этому адресу находится здание АТС площадью 3,1 тыс. кв. м, ранее принадлежащее ПАО "Московская городская телефонная сеть" (МГТС, на 95% принадлежит подконтрольному "Системе" ПАО "Мобильные Телесистемы").

В 2012 году градостроительно-земельная комиссия Москвы одобрила проект создания в этом здании гостиницы. Входящая в АФК "Система" компания Intourist Hotel Group, на минувшей неделе получившая нового президента, планировала построить на этом месте гостиницу Hampton by Hilton площадью

10,9 тыс. кв. м. - информация о тендере до сих пор находится на сайте Интуриста, а техническое задание можно [посмотреть здесь](#).

В Японии гостиничная сеть объединяет 250+ отелей, ориентированных на бизнес-гостей. Ранее сообщалось, что Toyo Inn планирует участвовать в строительстве гостиницы в аэропорту Хабаровска, однако редакции Hotelier.PRO не удалось подтвердить эту информацию.

Интересно, что сеть Toyo Inn известна своеобразной кадровой политикой – несколько лет назад 95 % сотрудников компании составляли женщины, более того, должности управляющих отелями были целиком и полностью отданы замужним женщинам.

СПРАВКА:

Toyo Inn Co., Ltd. сеть бизнес-гостиниц в Японии, основанная в 1986 году и быстро развивающаяся с 1990-х годов. Головной офис компании находится в Токио. Политика сети нацелена на единообразие входящих в неё отелей, позволяющее как можно значительнее сократить корпоративные расходы.

Компания показывает быстрый рост, более чем удвоив число своих отелей с 61 в декабре 2002 года до 126 в мае 2006 года, со средней ценой (по состоянию на май 2006 года) между 4800 и 6800 иенами за ночь за одноместный номер. Почти все отели сети находятся в Японии, за исключением трёх гостиниц в Южной Корее — двух в Пусане и одной в Сеуле. В начале 2006 года стало известно о скандале, вызванном незаконно проведённой Toyo Inn реконструкцией 77 из своих отелей. Работы в зданиях производились после их приёмки архитектурно-строительным надзором. В итоге 60 из них были признаны не соответствующими строительным нормам и правилам, а 18 — не соответствующими стандартам, определяющим требования доступа в здания для инвалидов.

Станислав Ивашкевич, заместитель гендиректора по развитию индустрии гостеприимства CBRE, оценил перспективы сети Toyo Inn в России следующими словами:

Ощущения, скорее, негативные, явного позитива не наблюдаю. Для японцев в принципе характерна крайняя экономия на площадях, в том числе и при строительстве отелей. Нужно также понимать, что их сетевые стандарты могут не подойти под наши – как пример, средний рост типичного российского гостя – 170 см, у них же – 150 см. Соответственно, иная высота потолков. Если им придется адаптировать свои стандарты под наши реалии, то вполне может оказаться, что в отличие, скажем, от Hampton by Hilton, сумма инвестиций на номер будет составлять не 100.000 долларов, а, предположим, 170.000 долларов. Минимальный срок реконструкции такого помещения, как АТС - два года. Кроме того, здесь никто не знает, что это за сеть такая, поэтому, очевидно, что им отдельно и много придется вкладываться в маркетинг. И в конечном счете, компания может оказаться в ситуации, когда их не поняли и единственным выходом станет банальный ценовой демпинг. Да, у японцев есть успешные проекты в России, - тот же пример с Uniqlo, однако магазины и отели – разные истории.

Вадим Прасов, управляющий партнер "Альянс Отель Менеджмент", добавил к этому то, что

Учитывая отсутствие у компании опыта работы за пределами азиатского региона, расширение сети в Россию мне кажется странным решением. Локальные японцы сюда нечасто ездят, по сути, на одну гостиницу японского потока может хватить вполне, а говорить о 5-6 отелях в столице – явный перебор. К тому же,

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

как мы все знаем, процессы проектирования, строительства и ввода объектов в эксплуатацию в России очень специфичны...

http://hotelier.pro/index.php?option=com_k2&view=item&id=1696:toyokoinn&Itemid=278

Два доходных дома в центре Москвы станут гостиничным комплексом

Два доходных дома рядом с Никольской улицей отреставрируют для размещения гостинично-делового комплекса, сообщил главный архитектор Москвы Сергей Кузнецов.

Проектом предусмотрено проведение работ, которые позволят сохранить исторический облик улицы.

По словам С. Кузнецова, будет обновлен трехэтажный Доходный дом Ново-Чижевского подворья в Богоявленском переулке, вл. 3, стр. 1 и Доходный дом Товарищества Даниловской мануфактуры в Старопанском переулке, д. 1/5, стр. 1. Общая площадь гостинично-делового комплекса составит 17 тыс. кв. м.

«Сохранение исторического облика центральных улиц Москвы является одним из условий градостроительной деятельности и благоустройства, которое проводит город при поддержке мэра Сергея Собянина. Так, проект реставрации гостиницы в Богоявленском переулке позволит сохранить архитектурно-художественное решение фасадов с их ценными элементами. Сохраняются и высотные отметки, а также периметральная историческая застройка существующих домовладений, так что облик улицы не будет изменен», - сказал С. Кузнецов.

Кроме того, проектом предусмотрены работы по реконструкции. К зданию в Богоявленском переулке надстроят мансарду (она появится на месте чердака), а у дома в Старопанском переулке появится еще один этаж и дополнительный объем здания со стороны двора.

В Москомархитектуре добавили, что под дворовым пространством будет работать подземный паркинг. Внутренний двор-колодец самого здания накроют прозрачной кровлей.

Проект получил положительное заключение Департамента культурного наследия и выполнен с соблюдением режимов, действующих в охранных зонах памятников.

<http://stroi.mos.ru/news/dva-dokhodnykh-doma-v-tsientrie-moskvy-stanut-ghostinichnym-kompleksom>

Портреты московских отелей

ТГК "Измайлово": Инвестиции в МІСЕ-инфраструктуру - новый этап развития – конгресс-центр "Измайлово"

Стремительное изменение экономической ситуации в стране и характера турпотоков бросают вызов привычным схемам работы гостиничного бизнеса. О плюсах переориентации отелей на бизнес-туризм и практических примерах инвестирования в МІСЕ-инфраструктуру в ходе круглого стола "Тенденции инвестирования в развитие туризма в регионах России" рассказал генеральный директор ЗАО ТГК "Измайлово", вице-президент РГА Алексей Воробьев.

«Я глубоко убежден, что конференц-возможности больших отелей – это одно из серьезных направлений их развития, и проиллюстрирую это на примере гостиниц "Гамма-Дельта".

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

Что изменилось за последние 10-15 лет в туристическом комплексе? Конечно, серьезно улучшилась локация. Помимо того, что рядом – метро, от которого наши гости ездят по прямой до "Крокус Экспо", где проходят сегодня самые известные московские конгрессы и выставки, сегодня возле нас заканчивается строительство фрагмента 4-го транспортного кольца – хорда, которая соединит Шоссе Энтузиастов и радиальные направления.

Когда четвертое кольцо будет замкнуто в сторону севера, предполагается, что от нашего комплекса до аэропорта Шереметьево будет 30-35 минут езды.

Очень важно, что напротив всего комплекса гостиниц "Измайлово" расположен транспортный узел. В Москве, как вы знаете, их 33. Также здесь будут ходить комфортабельные, современные скоростные поезда. Пилотные запуски уже были, к концу года мы ожидаем начало движения. Рядом с нами расположено два транспортно-пересадочных узла.

За это время серьезно развилась инфраструктура – для отдыха и для бизнеса. Наверное, мало кто из отелей может похвастаться тем, что у него есть нотариальная контора, отделение банка, почтовое отделение и так далее. Если говорить об отдыхе, то у нас есть свой фитнес-центр, боулинг, построенный по мировым стандартам, где можно проводить чемпионаты и т.п. Мы называем эту структуру "город в городе".

Что касается наших конференц-возможностей – мы верим в них и постоянно их развиваем. Проведение мероприятий обеспечивает 15% загрузки отелей, еще 10% обеспечивает корпоративный туризм. Это говорит о том, что у нас уже сейчас есть результат от развития наших конференц-возможностей, есть те сегменты, которые можно развивать и в дальнейшем.

14 лет назад я открывал первый конференц-зал в "Гамма-Дельта". Сегодня этих залов уже 19, причем только за последние пять лет добавилось 9. В каждом из них предусмотрены все возможности для проведения мероприятий – они оснащены современным мультимедиа-оборудованием, хорошим звуком, видео и так далее.

Доход, получаемый нами от конференц-залов, по итогам 2015 года составил примерно 35% от всех доходов от F&V или по-русски от общепита. Если же взять среднемесячный доход от всей гостиницы "Гамма-Дельта", то 70% среднемесячного дохода дают конференц-залы. Если сравнить 1500 мест в конференц-залах и 2000 номеров в гостинице, то, согласитесь, что это весьма неплохие показатели.

Мы собираемся развивать эту тему и дальше. У нас разработан предпроект строительства конгрессно-выставочного центра "Измайлово" напротив корпуса "Гамма-Дельта". Архитектурная идея была выполнена полтора года назад, но ее воплощение не состоялась только потому, что инвестор попал под санкции. Сейчас мы ищем нового инвестора для строительства.

Вся земля вокруг нашего гостиничного комплекса у нас в аренде на 49 лет, это достаточно долго, поэтому у нас есть еще 28 лет спокойного развития.

В чем преимущество этого проекта? В гостиницах "Гамма-Дельта" действует 16 ресторанов и кафе, поэтому все будут питаться здесь, а в конгрессно-выставочном центре – только работать. Любой конгрессно-выставочный или экспо-центр сегодня отягощен проблемой, где накормить и расположить гостей. Здесь – все на месте, конгресс-центр будет соединяться переходом с корпусом "Гамма-Дельта".

http://hotelier.pro/index.php?option=com_k2&view=item&id=1659:izmailovotgk&Itemid=278

Происшествия в гостиницах Москвы

Пожар в гостинице на юго-востоке Москвы ликвидирован

15 августа ночью в МЧС поступило сообщение о пожаре по адресу Тополевая аллея, дом 10/1. Горела гостиница "Приусадебный Голицынский Отель" на территории парка "Кузьминки".

Благодаря оперативному прибытию пожарно-спасательных подразделений возгорание было ликвидировано. Сведений о пострадавших не поступало. Причины пожара устанавливаются.

http://www.molnet.ru/mos/ru/order/o_298698

4 Анализ и события московского и региональных рынков туристско-гостиничных услуг

РСТ: российская гостиничная отрасль начала выходить из кризиса одной из первых

МОСКВА. 16 АВГУСТА. ИНТЕРФАКС-ТУРИЗМ – Российский гостиничный бизнес начал выходить из кризиса одним из первых среди отраслей сферы обслуживания за счет роста въездного и внутреннего туризма, сообщила portalу "Интерфакс-Туризм" пресс-секретарь Российского союза туриндустрии (РСТ) Ирина Тюрина.

"Объем реализации услуг гостиниц и аналогичных средств размещения, по данным Росстата, за шесть месяцев 2016 г. увеличился на 9% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Хотя речь идет о показателях без учета индекса потребительских цен на услуги, важно, что рост продаж гостиничных услуг больше, чем в других отраслях сферы обслуживания. Например, на транспорте, в ЖКХ, медицине объем платных услуг населению за те же полгода увеличился на 1%, в области культуры – на 3%, физкультуры – на 7%. А в сегменте бытового обслуживания, связи, образования и большинстве других отраслей сферы услуг он снизился", – рассказала она, комментируя данные Росстата по оказанию платных услуг населению в первом полугодии.

При этом реализация платных туристических услуг населению, то есть продажи поездок через турфирмы, снизилась, по данным статистического ведомства, на 12%.

"Отставание показателей турбизнеса от гостиничных объясняется тем, что не все услуги в сфере туризма реализуются через турфирмы. Значительная часть номерного фонда заказывается напрямую или через системы бронирования. Кроме того, нередко проживание в отелях оплачивается предприятиями, организациями и пр., а значит, не учитываются в составе платных услуг населению", – добавила И.Тюрина.

По ее словам, рост объемов продажи туров по России и за рубеж российским гражданам мало реален, пока вся экономика страны не выйдет из кризиса. "Сначала должен начаться рост реальных доходов населения. Да, возможен определенный всплеск продаж в случае возобновления чартерных программ в Турцию и Египет. Но в целом на внутреннем и выездном сегментах, в основном, будет происходить перераспределение объемов между направлениями и участниками рынка в пользу более конкурентоспособных", – подчеркнула пресс-секретарь РСТ.

Возможности роста въездного турпотока И.Тюрина назвала "неограниченными". Для привлечения еще большего числа зарубежных туристов в РСТ предлагают упрощать визовые формальности по аналогии с китайским безвизовым групповым обменом, активнее продвигать Россию на внешних рынках, увеличивать число гостиниц и парк автобусов, готовить больше гидов с редкими языками.

<http://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/35599>

Сергей Шпилько / Москва: О рейтингах и официальной статистике. Емкость номерного фонда и проблемы ценообразования. Роль малых средств размещения.

Москва – не просто важнейший туристический центр страны, это еще своеобразный полигон обкатки новых векторов развития индустрии

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

гостеприимства. О первых итогах развития гостиничного рынка столицы, планах на будущее и вызовах, на которые надо дать ответ, в ходе круглого стола "Тенденции инвестирования в развитие туризма в регионах России" в рамках форума RUSREALEXPO-2016 рассказал в своем последнем интервью Сергей Шпилюк в качестве первого заместителя руководителя Департамента национальной политики, межрегиональных связей и туризма города Москвы.

Я хотел бы привести некоторые цифры по Москве – данные по 2014 году. Конечно, по 2015 году будут некоторые изменения. Сейчас наступила эпоха рейтингов, которые, как правило, вызывают искренне возмущение. Им свойственно очень туманное изложение методики, нет возможности обратиться к первичным материалам и так далее.

Есть, конечно, и позитивные моменты. Например, любопытный китайский проект Всемирной Федерации туристских городов (WTCF). Выработкой методики там занимается Пекинский транспортный университет.

Прежде чем пользоваться различными экспертными оценками, я всегда призывал посмотреть данные официальной статистики. Наряду с отчетливым пониманием ее несовершенства, тем не менее, будут понятны тенденции. Даже с систематически повторяющимися ошибками эту статистику не надо сбрасывать со счетов, тем более, что это данные из разных источников. В данном случае – из единой информационной системы Росстата и данных Федеральной налоговой службы.

Практически по всем показателям, кроме количества ночевков, Москва сильно опережает большинство субъектов Федерации. Плотная конкуренция идет с Краснодарским краем.

Конечно, если делать акцент на специализированные средства размещения, то столица просто не попадает в перечень не только из 10, но и из 15-ти субъектов Федерации. Хотя подвижки в плане развития санаторно-курортного комплекса у нас очень серьезные. Порядка 2,5 тысяч – качественный номерной фонд, это очень известные здравницы, в том числе новые.

Москва, во-первых, стала, в том числе, курортным направлением, и, во-вторых, субъектом Федерации, где развивается внутренний туризм, хотя большую часть загрузки обеспечивают сами москвичи.

Возвращаясь к этим показателям, я хотел бы обратить внимание на налоговые показатели доходов от предоставленных услуг коллективных средств размещения (без НДС) по Москве – это 55,7 млрд рублей – то, что было официально показано. Краснодарский край – 52 млрд, Санкт-Петербург – 21,5 млрд. Конечно, здесь не учитывается прибытие круизных пассажиров, а я думаю это 700-800 тысяч в год, но они в гостиницах не размещаются.

По данным ФНС, на долю Москвы по итогам 2014 года приходилось 32% всех налоговых поступлений гостиничного хозяйства консолидированного бюджета Российской Федерации, вместе с Подмосковьем это получалось более 40% всех налоговых поступлений. Здесь могут быть какие-то нестыковки в статистике, но цифры говорят сами за себя.

Один из ключевых вопросов, который возникает при управлении и развитии гостиничного хозяйства в мегаполисе – сколько в городе гостиниц. К сожалению, до недавнего времени мы этого толком не знали, и наши данные были далеки от реальности.

Сейчас идет поголовная классификация, по последним данным в Москве классифицирован 671 объект гостиничного хозяйства, заключено порядка 170 договоров. Думаю, что по итогам года категории получат порядка 800-850

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

средств размещения. Конечно, классификация позволяет сделать картину городского гостиничного хозяйства значительно более прозрачной, и в перспективе ее результаты станут основой статистического наблюдения.

Здесь также встает вопрос относительно объектов, размещающихся в жилом фонде.

По данным нашего мониторинга, за прошлый год в Москве было зафиксировано 1093 объекта размещения, позиционирующих себя как средства коллективного размещения, то есть гостиницы, мини-отели, hostels и так далее. Из них 446 объектов были расположены в жилом фонде и 647 – в нежилом. Из общего числа примерно 353 объекта – это hostels, 228 из них расположены в жилфонде, 47 – в жилфонде, но с отдельным входом, остальные – в нежилом. Сейчас в объектах нежилого фонда находится уже 125 hostels, и это гораздо больше, чем в Лондоне, Париже или Нью-Йорке.

С другой стороны, по данным Booking.com, в Москве предлагается 2,2 тысячи вариантов размещения. Но при ближайшем рассмотрении понятно, что большая часть из них – это квартиры, которые функционируют в качестве сервисных апартаментов, либо просто жилье, сдаваемое в краткосрочную аренду. Как показывают проверки, проводимые прокуратурой, у хозяева таких квартир достаточно часто фиксируется в том числе отсутствие документов.

Что касается тенденций развития гостиничного сектора. Первое – даже элементарный анализ отчетливо показывает, что ключ к успеху гостиничного хозяйства кроется в загрузке объектов различными клиентскими группами. Наиболее высокие показатели у тех, кому удастся успешно сочетать деловой, культурно-образовательный, пляжный туризм и так далее – там, где загрузку удастся более равномерно по временам года.

Мы в 2011 году в Москве начинали работать с установкой на то, что нам нужно дозагрузить зиму, лето, выходные и праздничные дни осени и весны по возможности до того же уровня, который достигается за счет командированных в осенние и весенние месяцы. Я не могу сказать пока, что эта задача в полной степени выполнена, но принципиальный сдвиг, на мой взгляд, произошел в значительной степени в прошлом году, и это показывают и новогодние продажи, и летняя загрузка в московских гостиницах.

В условиях кризиса прилично снизились деловые потоки, но растет культурно-познавательный туризм – за счет Китая, Индии, Вьетнама, Ирана.

Если говорить об опыте последних лет, то второй важный вывод – это вопрос того, насколько гостиничное хозяйство пластично, то есть способно к расширению и сокращению номерного фонда в зависимости от конъюнктуры рынка, с учетом проведения крупных мероприятий, таких как чемпионат мира по футболу и так далее.

Речь идет не только о возможности наращивания сезонных средств размещения за счет развертывания современных кемпингов или строительства апарт-комплексов, которые потом распродавались бы как жилье. Сама система средств размещения должна стать более гибкой, с учетом дифференциации спроса, распада групповых турпотоков из стран с продвинутой туристской клиентурой, которые начинают очень тщательно и грамотно самостоятельно выбирать самые различные варианты размещения, в том числе очень активно задействуют жилфонд, чем дальше – тем больше.

Соответственно, стоит вопрос об увеличении доли малых средств размещения, потому что это объекты, которые легко создаются и легко перепрофилируются.

История с развитием арендного жилья открывает возможности для тех, кто занимается девелопментом, сервисными апартаментами, чтобы часть этих средств размещения функционировала в достаточно гибком режиме с комбинированной нагрузкой – часть сдавалась в долгосрочную аренду, а часть функционировала как апарт-комплексы кратковременного пребывания.

Мы ждем, что в этом году откроется порядка 2200 гостиничных номеров. За 2012 год – открылось около 1700, в 2013 – 1600, в 2014 – 3360, в 2015 – 1900. Это – динамика ввода качественного номерного фонда, в основном, сетевых отелей, которые удерживают конкурентноспособные цены на рынке.

Если те тенденции, которые наметились в формировании турпотоков, сохранятся, вопрос емкости номерного фонда выйдет на первый план. Если номерной фонд не будет расти, то мы в период чемпионата мира по футболу с высокой степенью вероятности увидим загрузку в отелях в районе 70-75%, после чего уже на следующий год гостиницы начнут повышать цены, что снизит привлекательность Москвы как туристического центра.

Это выступление стало одним из последних выступления Сергея Павловича в прежнем официальном статусе. С середины июля 2016 года он покинул государственную службу и намерен сосредоточиться на работе в Российском союзе туриндустрии и проектах по развитию туризма в Москве.

<http://hotelier.pro/tourizm/item/1669-shpilkoforum>

В России увеличится число отелей, работающих по стандартам "халяль"

МОСКВА, 15 авг — РИА Новости. Совет муфтиев России (СМР) запускает проект "Халяль в гостиничном бизнесе", который позволит сертифицировать большое количество отелей по всей стране, сообщил РИА Новости первый заместитель председателя СМР и Духовного управления мусульман РФ Рушан Аббясов. "Есть запросы на стандартизацию... Мы хотим призвать наших уважаемых коллег по гостиничному бизнесу подключаться и предоставлять услуги для мусульман", — сказал Аббясов.

По его словам, на сегодняшний день в некоторых регионах, в том числе, в Москве уже есть гостиницы разных уровней, работающие по стандартам "халяль", однако их пока не так много.

Презентация нового проекта СМР состоится 18 августа в конференц-зале Московской соборной мечети. Участники мероприятия проведут первичные разъяснения по стандартам "халяль" при сертификации отелей, пояснят новую единую систему координации групповых заездов в гостиницы Москвы, а также расскажут о планах развития гостиничных проектов по массовому и бюджетному размещению в отелях Москвы и Московской области различных слоев населения, исповедующих ислам.

<http://ria.ru/religion/20160815/1474391232.html#ixzz4HUociFOL>

Хостельеры Татарстана намерены предложить Госдуме разрешить регионам регулировать работу хостелов. Президент РТ Минниханов высказался за невозможность резких шагов по прекращению деятельности нормальных хостелов.

На очередном Совете по предпринимательству при президенте Республики Татарстан была поднята тема запрета размещать хостелы жилых домах. Представители хостельного сообщества смогли донести до Президента РТ

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

Рустама Минниханова свое видение решения непростого вопроса. Спикером по этому вопросу выступил Айрат Сунгатуллин. Он заявил, что

Если норму примут, то в России закроется около 1000 хостелов, из них около 100 — в Татарстане. Также будут уволены сотрудники, а туристы, которые привыкли к бюджетным путешествиям, окажутся, по его словам, в безвыходном положении. На данный момент проектная группа выступила с предложением дать субъектам РФ право самим разрешать или запрещать предпринимателям открывать хостелы в домах. Также предлагается разрешить хостелам работать в жилых домах, если они не мешают жильцам.

В Госдуме поправки в законопроект продвигает депутат от Татарстана Александр Сидякин. Сегодня на заседании совета он рассказал, что

Изначально законопроект был жестким. В частности, хостелы разрешали открывать только на первых этажах домов и с разрешения двух третей жильцов всего дома. Однако эти нормативы частично смягчили. В частности, предложено требовать у предпринимателя согласия всех 100% жителей подъезда, где разместится хостел.

В дальнейшем нормативы хотят упрощать еще: «Должен быть блок только у соседей, которые живут на той же площадке. Должен быть блок ресурсов (нужны счетчики) и большинство хостелов смогут продолжить свою работу», — считает Сидякин.

Президент РТ Рустам Минниханов, в свою очередь, заметил, что нельзя что-то разрешить, а потом сразу же запретить.

«Если хостел работает по всем санитарным нормам, не создает неудобств для жителей, должна быть процедура, когда жильцы в случае нарушений могут отозвать свои нарушения, но в любом случае так жестко ставить вопрос нельзя», — высказал свое мнение глава республики.

Напомним, что ранее редакция Hotelier.PRO неоднократно писала о том, какую реакцию вызвал напугавший законопроект — [в Санкт-Петербурге и Москве хостелеры выходили с пикетами на улицы и требовали защиты своих прав](http://hotelier.pro/index.php?option=com_k2&view=item&id=1701:tatarstan&Itemid=278).

http://hotelier.pro/index.php?option=com_k2&view=item&id=1701:tatarstan&Itemid=278

Восточный экономический форум без "пяти звезд". Во Владивостоке не смогли построить ни одного нового отеля высшей категории. Международный скандал или дело привычки

Гости Восточного экономического форума, который пройдет во Владивостоке 2-3 сентября 2016 года, официально извещены, что в городе нет ни одного отеля категории "пять звезд". Официально во всем Приморском крае "звезды" получили лишь 6 отелей, причем два - дважды. Между тем, из-за нехватки номерного фонда на прошлогодний форум приехала лишь треть китайской делегации.

Как сообщил СМИ заместитель директора фонда "Росконгресс", директор ВЭФ Игорь Павлов, отсутствие отелей данного формата не повлияет на работу форума, а все вопросы, связанные с проживанием участников мероприятия, уже решены.

"Конечно, мы работаем с участниками в том смысле, что мы предупреждаем об отсутствии во Владивостоке пятизвездочных отелей, и, к счастью, все наши партнеры, участники высокого уровня, да и не только, понимают, что, приезжая во Владивосток, несколько дней они будут находиться в

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

условиях Приморского края, Дальнего Востока. Но, видимо, те цели, которые они преследуют на форуме, они стоят того, чтобы несколько дней пожить не в пятизвездочной, а в четырехзвездочной гостинице", – заявил Игорь Павлов.

По его словам, Росконгрессом забронированы около 5,5 тыс. номеров в 23 гостиницах Владивостока и кампусе Дальневосточного федерального университета (ДВФУ). Этого достаточно для размещения 2,5 тыс. участников форума.

По данным Booking.com, во Владивостоке на данный момент работает 4 четырехзвездочных отеля:

Азимут Отель Владивосток: 378 номеров

Hotel Hyundai: 153 номера

Astoria Hotel: 113 номеров

Отель Вилла АртЭ: 26 номеров

Суммарно эти отели могут предоставить гостям максимум 670 номеров, таким образом, не менее половины заявленных гостей ВЭФ-2016 будет жить в гостиницах формата "три звезды" или ниже.

Впрочем Hotel Hyundai, обозначенный на Booking.com как четырехзвездочный, одновременно обладает свидетельствами о присвоении категорий "четыре звезды" и "пять звезд". Согласно данным Федерального перечня туристских объектов, первое свидетельство выданное гостинице "Отель Хендэ" действует до 14 июня 2017 года. Второе, которое получило ООО "Владивостокский бизнес-центр" Отель "Хёндэ" действует до 17 июня 2018 года.

Впрочем, судя по информации Перечня, в Приморское крае в принципе лишь 6 отелей получили "звезды", в том числе Hyundai – дважды. Кроме этого, официально "четыре звезды" имеет лишь Азимут Отель Владивосток.

Категория "три звезды" официально присвоена лишь двум отелям:

Гостиничный комплекс "Восток" (ЗАО "ВостокКэмпСервис") - два свидетельства действующих до 14 июня 2017 года и до 17 августа 2018 года.

ООО "Гостиница Таёжная"

С проблемой нехватки номерного фонда столкнулись и гости первого ВЭФ, который проходил во Владивостоке в 2015 году. Тогда проблема с расселением гостей едва не послужила поводом к международному скандалу.

Как заявил вице-премьер Госсовета КНР Ван Ян, лишь треть китайской делегации смогла попасть на ВЭФ-2015 из-за проблем с размещением. Свыше 200 китайских компаний подали заявки, но только 75 прошли регистрацию. Годовой оборот только некоторых из них, по его словам, составляет \$1,7 трлн.

Со своей стороны, полпред президента в ДФО, вице-премьер Юрий Трутнев пообещал к следующему форуму достроить два пятизвездочных отеля под управлением Hyatt, но работы на этих объектах и по сей день не завершены.

Недостроенный пятизвездочный отель Hyatt Vladivostok Burny 16 июля 2016 года выставлен на продажу через открытый электронный аукцион на площадке Setonline.ru.

Начальная цена продажи: 8,505 млрд руб. Согласно аукционной документации, шаг торгов на повышение составляет 10 млн рублей. Если же желающих приобрести объект будет менее двух, то шаг на понижение составит 50 млн рублей в сутки. Минимальная цена продажи долгостроя составляет 5,955 млрд рублей. Заявки от потенциальных покупателей принимаются до 16 сентября. Сам аукцион состоится 27 сентября 2016 года.

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

В подвешенном состоянии находится судьба и второго дальневосточного долгостроя. Открытие отеля Hyatt Regency Vladivostok Golden Horn переносится на 2017 год.

http://hotelier.pro/index.php?option=com_k2&view=item&id=1667:vef&Itemid=278

Алексей Волов – президент ВАО «Интурист». Дмитрий Павлов – вице-президент АФК «Система»

В структуре Владимира Евтушенкова перестановки. После четырнадцати месяцев руководства ВАО «Интурист» Дмитрий Павлов переходит в АФК «Система» на позицию вице-президента. Его место займет Алексей Волов, генеральный менеджер бутик-отеля «Мона».

Президент ВАО «Интурист» Дмитрий Павлов сообщил сегодня редакции Hotelier.PRO о том, что принял решение о переходе в АФК «Система» и назначил на свое место Алексея Волова.

После ухода из «Интуриста» Дмитрий Павлов займется портфельными инвестициями непосредственно в структуре Владимира Евтушенкова в качестве вице-президента АФК «Система».

На вопрос, что будет с командой Евгения Бугровского, приглашенной в «Интурист» ранее после не состоявшейся сделки по покупке сети Heliopark Hotels & Resorts, Дмитрий Павлов ответил, что этот вопрос – в стадии решения.

Алексей Волов приступит к обязанностям президента ВАО «Интурист» с 27 июля 2016 года.

Отметим, что ротация на позицию руководителя компании в «Интуристе» – явление перманентное. С 2013-го по 2016-й год президентами ВАО «Интурист» становились - Денис Басс, Игорь Майданов, Юрий Хохлов, Владимир Платошин, Лука Кола, Владимир Сиротин, Николай Мороз и Дмитрий Павлов.

В настоящее время под управлением ВАО "Интурист" находятся 7 гостиниц с общим номерным фондом более 2 300 номеров. В России ВАО "Интурист" специализируется на сегменте гостиниц класса 3*- 4* в местах концентрации туристических потоков - Москва, Горный Алтай. За рубежом компания ориентируется на категорию гостиниц 4*-5*, расположенных на курортах стран традиционно высокого туристического спроса (Италия, Чехия, Намибия).

ОТЕЛИ ВАО "ИНТУРИСТ":

1. ГК "Космос" (Москва)
2. Отель "Интурист Коломенское" (Москва)
3. Отель "Онега Палас" (Петрозаводск)
4. Природно-оздоровительный комплекс "Алтай Resort" (Горно-Алтайск),
5. Savoy Westend Hotel (Карловы Вары, Чехия),
6. Отель Principe Forte Dei Marmi (Тоскана, Италия).
7. Leopard Lodge (Намибия)

http://hotelier.pro/index.php?option=com_k2&view=item&id=1670:intourist&Itemid=278

5. Практика, новинки и события туристско-гостиничного дела за рубежом и в странах СНГ

Booking.com захватил 60% европейского рынка онлайн-бронирования. Эксперты обеспокоены монополизацией рынка

Зависимость гостиничной индустрии Европы от онлайн-тревел агентств (ОТА) за последний год увеличилась. По этим каналам в 2015 году прошла каждая четвертая бронь. Три крупнейших ОТА контролируют 92% рынка онлайн-бронирования.

Таковы результаты опроса, проведенного Европейской ассоциацией отелей, ресторанов и кафе (HOTREC) среди более чем 2000 отельеров. Наибольшее долю контролирует Priceline Group через сайт Booking.com – более 60%.

За последние месяцы отели не ощутили роста конкуренции между ОТА и не увидели снижения комиссий за их услуги. На этом фоне доля прямых бронирований снизилась до 55%. Тренды бронирования свидетельствуют о том, что ОТА все больше и больше захватывают рынок отельных продаж. Более того, два игрока Booking.com и Expedia контролируют 80% всей европейской сферы ОТА. В тоже время третий крупный игрок – группа HRS – вот уже два года подряд ослабляет свои позиции.

В сфере влияние ОТА находится более 200 тыс. отелей, 75% которых имеют менее 10 работников. Если противопоставить им два крупнейших ОТА, то не сложно понять, кто именно управляет процессом.

"Исследование ясно показывает, что онлайн-платформы приобретают все больше и больше влияние на гостиницы, в то время как доля собственных каналов продаж отелей снижается, делая зависимость от ОТА еще сильнее. Ситуация кажется особенно тревожной, так как рынок ОТА имеет тенденцию стать дуопольным или даже монопольным с одним игроком (Booking.com), контролирующим 2/3 рынка", – заявил Кристиан де Баррин CEO HOTREC.

После того, как летом 2015 года власти европейских стран ограничили так называемый ценовой паритет, для поддержания которого отелям запрещалось продавать номера по ценам ниже, чем у ОТА, многие ожидали возвращения конкуренции на рынки онлайн-бронирования. В том числе, ожидалось и снижение комиссионных, однако на практике этого смогли добиться лишь крупные и сетевые отели. Лишь 8,5% отельеров заявили о сокращении комиссия за последние годы, в то время как остальные продолжают платить по крайней мере столько же.

Тем не менее, Маркус Лютте, председатель рабочей группы по дистрибуции HOTREC, полагает, что несмотря на огромный дисбаланс между различными участниками рынка, условия на нем стали более справедливыми и сбалансированными, позволяющими каждому отельеру устанавливать цены на свои услуги и объективно договариваться с партнерами в сфере продаж.

http://hotelier.pro/index.php?option=com_k2&view=item&id=1673:hotrec&Itemid=278

Сведения о гостях HEI Hotels & Resorts похищены хакерами. Под ударом вновь отели Starwood, Marriott, Hyatt и IHG. Кто станет следующей жертвой?

Размах цифрового мошенничества в отношении мировых гостиничных сетей расширяется. Очередной жертвой хакеров стали отели, управляемые

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

американской компанией HEI Hotels & Resorts. Киберпреступники получили доступ к банковским данным гостей отелей Starwood, Marriott, Hyatt и Intercontinental. Примечательно, что платежные системы этих гостиничных сетей уже подвергались удаленному взлому.

Как сообщает Reuters, не исключено, что с помощью вредоносного софта посторонние лица получили доступ к личным данным владельцев банковских карт, которыми те расплачивались в гостиницах HEI Hotels & Resorts за еду, напитки и иные товары и услуги.

По информации, полученной от официального представителя HEI Криса Дэли, наличие вредоносной программы было установлено в середине июня, она функционировала с 1 марта 2015 года по 21 июня 2016 года. Речь идет о 20 отелях, расположенных в США, в том числе в Санта-Барбаре (штат Калифорния) и Тампа (штат Флорида).

По имеющимся сведениям, точное количество транзакций, отслеженных хакерами, достигает нескольких десятков тысяч. Число потенциально пострадавших владельцев карт установить пока сложно, так как каждый из гостей мог оплачивать различные услуги в одной и той же гостинице.

Эксперты, нанятые HEI, определяют масштабы атаки. Они полагают, что хакеры похитили личные данные людей, номера их счетов в банках, сроки действия карт. Злоумышленники не получили пин-коды, которые в данных гостиницах не требуют для удостоверения личности и оплаты.

Как уже сообщала редакция Hotelier.PRO, IT-атаки на платежные системы мировых гостиничных сетей с каждым годом становятся все более распространенным явлением. В июле 2016 года было объявлено о том, что нападению киберпреступников подверглись 64 бутик-отеля, входящие в сеть Kimpton, которые размещены в основном на территории США.

Отели, рестораны и прочие схожие заведения зачастую становятся целями для желающих легкой наживы хакеров, поскольку там зачастую используются системы удаленного администрирования либо дефолтные учетные данные, о чем ярко свидетельствует частота упоминания подобных случаев в годовых отчетах Verizon. Наибольший интерес для атакующих представляют PoS-системы, соединенные с серверами на базе устаревших версий Windows, в которых еще остались незакрытые актуальными обновлениями бреши.

В прошлом году от взломов пострадали Starwood Hotels and Resorts, Hilton Worldwide, Mandarin Oriental и многие другие сети отелей, причем в большинстве случаев целью атакующих были именно PoS-системы. Утечка в сети Starwood, о которой стало известно в ноябре прошлого года, была вызвана применением вредоносного ПО для PoS-систем, разработанного для кражи такой информации как имена клиентов, номера их карт, коды безопасности и сроки истечения действия карт.

Схожий случай, освещенный в сентябре 2015 года, произошел в сети отелей Hilton Worldwide, причем некоторые из PoS-систем были скомпрометированы еще в ноябре 2014 года. В 2014 году вредоносное ПО для PoS-систем пользовалось небывалой популярностью у злоумышленников и было использовано в ряде крупнейших взломов, например, таких как Target и Neiman Marcus. В некоторых случаях хакеры вредоносный софт внедрялся в процесс находящийся в оперативной памяти и напрямую похищал данные, которые затем шифровались и отправлялись платежной системе. Атакующие использовали как приемы фишинга, так и уязвимости в системах удаленного управления.

Напоминаем, что жертвами одной из хакерских атак стали и российские отели. По итогам расследования, проведенного в Hyatt Hotels Corp, стало

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

известно, что вредоносное программное обеспечение, проникшее в компьютерные сети компании в декабре 2015 года, "заразило" 250 отелей по всему миру, в том числе гостиницы в Москве, Екатеринбурге и Сочи.

В 2015 году случаи хакерских атак на компьютеры гостиниц были подтверждены представителями Hilton Worldwide, The Trump Hotel Collection, Starwood, Mandarin Oriental и White Lodging Properties.

http://hotelier.pro/index.php?option=com_k2&view=item&id=1705:heihacker&Itemid=278

Инвестиции в гостиницы Европы рухнули на 41%

Объем инвестиций в гостиничную недвижимость в Европе в первом полугодии 2016 года сократился по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 41% - почти до 6,9 млрд евро, говорится в отчете CBRE. Как отмечают в компании, это соответствует общей тенденции европейского рынка во втором квартале 2016 года к сокращению объемов сделок со всеми основными типами коммерческой недвижимости.

Однако если смотреть расклад по отдельным странам, то, к примеру, в Германии инвестиции в гостиничную недвижимость выросли в годовом исчислении на 34% - в первой половине 2016 года их совокупный объем достиг 2,02 млрд евро.

А вот в Великобритании в преддверии июньского референдума о выходе страны из ЕС объем инвестиций в гостиничную недвижимость предсказуемо сократился в годовом исчислении на 76% - до 1,43 млрд евро. Но, несмотря на спад, инвестиции с фиксированной доходностью продолжают пользоваться спросом, поскольку инвесторов по-прежнему привлекает гарантия получения дохода в этой стране, указывают эксперты рынка.

Во Франции во втором квартале 2016 года отмечен рост на 25% в годовом исчислении - до 508 млн в евро. При этом значительный вклад в совокупный объем внес ряд сделок с активами за пределами Парижа - в частности, на южном побережье страны.

В России за отчетный период в этот сегмент было инвестировано 565 млн долларов США (495 млн евро). Основная доля инвестиций пришлась на продажу "Сбербанком" горнолыжного курорта "Горки город" в Красной Поляне местному покупателю за 467 млн долларов США (410 млн евро). До конца года в России ожидается закрытие еще ряда сделок.

<http://realty.newsru.com/article/15aug2016/eurohotels>

Аналитика ReviewPro. Опубликован отчет 2016 Top Luxury Hotel & Brand.

Компания проанализировала 2,7 млн интернет-отзывов, опубликованных за 2015 г., оценив в общей сложности 2.690 отелей, относящихся к 159 luxury-брендам по всему миру.

В ReviewPro проанализировали 2.713.414 онлайн-отзывов, опубликованных за 2015-й год, чтобы оценить работу всего спектра luxury-брендов по всему миру и продемонстрировать, как эволюционировала индустрия гостеприимства за этот период. В общей сложности проведена оценка 2.690 гостиниц, принадлежащих к 159 luxury-брендам. В исследование не были включены luxury serviced apartment и soft-бренды.

Согласно нашим предыдущим отчетам, бренды были разделены на две группы, Large Luxury бренды, для отельных групп с 20 и более отелями, и Small Luxury бренды для тех, у кого их менее 20. После этого, мы посчитали собственный коэффициент ReviewPro онлайн-репутации - Global Review Index™ (GRI) для обоих классов отелей и брендов, основываясь на отзывах гостей от 175 OTA и обзорных сайтов на 45 языках. Отели, имеющие менее 100 отзывов, не были включены в рейтинг гостиниц сегмента Individual Luxury. Помимо общих баллов удовлетворенности гостей (GRITM), в отчете также оценивалась степень удовлетворенности гостей по другим ключевым показателям: обслуживание, цена, расположение, чистота и номера.

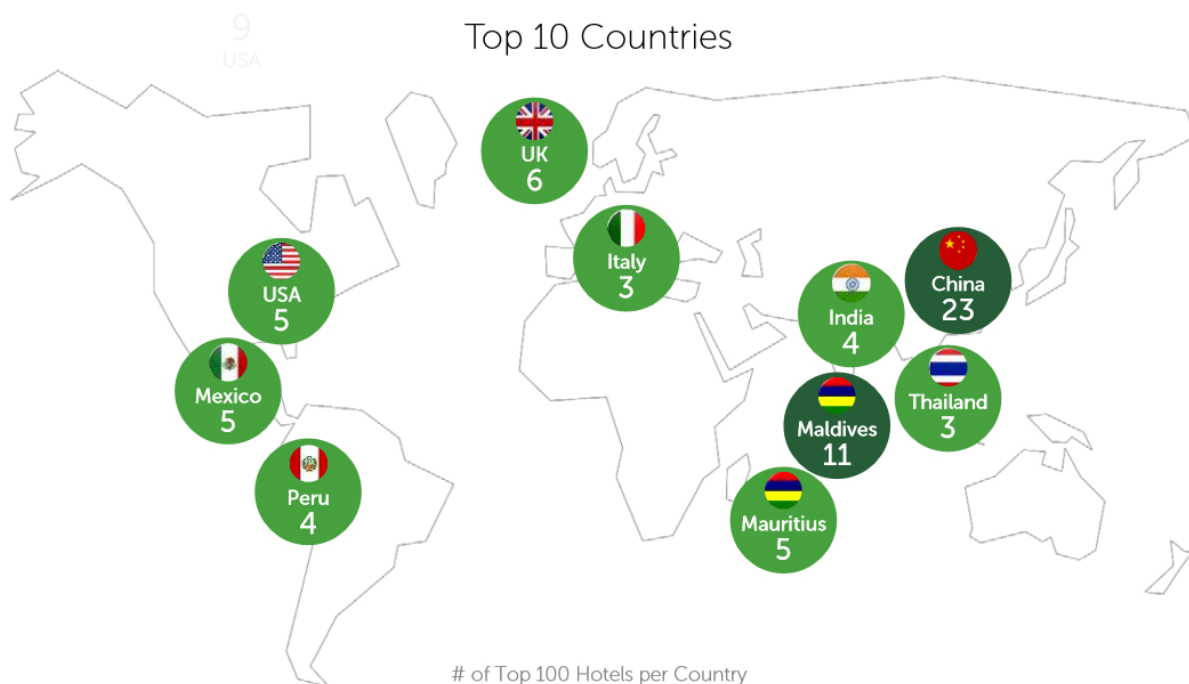
Согласно исследованию Корнелльского университета, увеличение на 1 пункт в индексе Global Review Index приводит к росту RevPAR на 1,42% - это к вопросу о важности работы с отзывами и онлайн-репутацией.

Ключевые результаты:

С точки зрения общей удовлетворенности гостей, Four Seasons (GRI™ 93.2%) показал лучшую работу в классе Large Luxury Brand. В сегменте независимых luxury-отелей лучшими стали Belmond Palacio Nazarenas и Spicers Peak Lodge, оба бренда с коэффициентом GRI™ в 98,1%.

Luxury-отели в Китае получили за год 703.041 отзыв, показав резкое увеличение коэффициента +46% в годовом исчислении, тем самым обеспечив себе почетное первое место и опередив американские отели, потерявшие по сравнению с прошлым годом 13%.

Топ-100 отелей в рейтинге географического расположения. No Russia.



TripAdvisor был самым большим источником онлайн-отзывов для luxury гостиниц, генерируя 26% от общего числа отзывов, следуя за Booking.com с его 25%. Третьим крупнейшим источником, обогнав Facebook, стал Ctrip.

Удовлетворенность гостей улучшилась до 83% положительных отзывов, увеличившись с прошлогодних 80%.

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

Китай получил самое большое число в Топ 100 рейтинге luxury-гостиниц (увеличившись с 14 до 23 в течение года), второе место у Мальдив (11) и третье у Соединенного Королевства (6). России в списке как не было, так и нет.

Топ-20 обзорных сайтов.

TripAdvisor продолжает оставаться самым крупным источником онлайн-отзывов, генерируя 26% от общего объема опубликованных комментариев (по сравнению с 28% в прошлом году). Booking.com сохранил свои позиции второго крупнейшего источника отзывов для luxury-гостиниц (25%), увеличив их на 28% в годовом исчислении. Объем отзывов для luxury-отелей на Facebook значительно сократился в 2015 г. А это значит, что Ctrip, ведущее ОТА в Азии, стало третьим самым большим источником. На четвертом месте оказалось eLong, популярное китайское онлайн-трэвел агентство, которое сгенерировало в три раза больше отзывов гостей о luxury-гостиницах по сравнению с прошлым периодом. Другой китайский сайт, показавший впечатляющий рост в количестве комментариев был Dianping. Самый большой сервис в стране улучшил свою позицию, поднявшись с 18 места на 10, увеличив число отзывов для luxury-отелей с 21k до 47k.



Топ-10 языков для отзывов.

Английский продолжает быть самым популярным языком, используемым для написания онлайн-отзывов, что составляет 46% всех комментариев. На втором месте китайский язык, показав сильный рост, более чем удвоив объем в годовом

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

исчислении и достигнув 30% от общего количества отзывов. Другие языки в рейтинге представляют не более 5% отзывов.

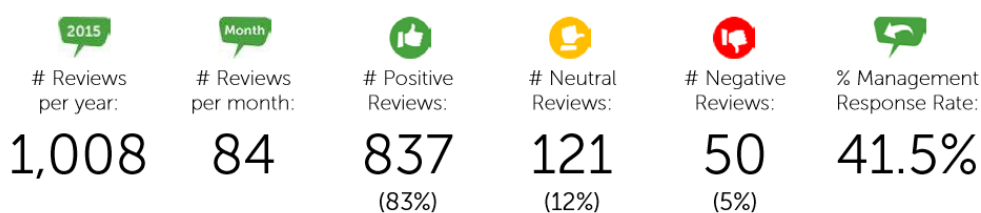
Top 10 Languages for Reviews

	Language	Reviews
1	English	1,017,806
2	Chinese	654,678
3	German	96,054
4	French	70,959
5	Spanish	66,006
6	Japanese	53,435
7	Arabic	46,525
8	Russian	34,917
9	Portuguese	33,625
10	Italian	31,595

Средняя статистика отзывов на luxury-отели.

В среднем luxury-отели получали 1008 онлайн отзывов за год. 83% отзывов были положительными, показав, что в среднем гости были в восторге от своего пребывания, и уровень удовлетворенности клиентов улучшается, т.к. в предыдущем исследовании эта цифра была равна 80%. Однако 17% комментариев для luxury-гостиниц оставались нейтральными или негативными, аргументируя существующую возможность для брендов использовать Guest Intelligence в управлении улучшениями в работе и сервисе, чтобы достичь максимального уровня совершенства. Luxury гостиницы отвечают на 41,5% отзывов, что показывает увеличение по сравнению с прошлым периодом (38,7), но также указывает на то, что еще есть над чем работать.

Average Review Data per Hotel per Year



И еще немного цифр:



http://hotelier.pro/index.php?option=com_k2&view=item&id=1691:reviewpro&Itemid=279

6. Новинки, практика и методики для отельеров

Оптимизируем профили гостиничных сайтов. Какая информация нужна гостям.

Не секрет, что в современном мире путешественники страдают от информационной передозировки и слишком большого выбора. Поэтому туристические онлайн-агентства (ОТА) так популярны: они не только предлагают сравнить цены, но и быстро отсортировать варианты. Представляя необходимую информацию в последовательном, легко находимом формате, независимые отели могут получить то же самое преимущество.

Поскольку клиенты склонны читать информацию "по диагонали", ваше описание не должно быть слишком детальным. Ставьте в начале абзацев пробелы, флажки или маркеры, чтобы фразы были более "читабельными".

Деловые туристы всегда сосредоточены на фактах, так что дайте им ссылки или дополнительное описание. Когда эта информация будет разбросана по страницам, свяжите ее ссылками, так ее будет легче найти.

Итак, что вы должны сделать в первую очередь?

Обзор: у каждого отеля должно быть "блиц-резюме" из одного-двух предложений, рассказывающих, почему клиент должен выбрать именно этот отель. Точно определите свою целевую аудиторию (отдых, бизнес или мероприятия) и расскажите, чем примечателен ваш отель.

Местоположение: Это главный критерий выбора отеля для путешественников. Путешественники чаще всего не знакомы с городом, так адрес им просто ни о чем не расскажет. Сообщите им, что находится в шаговой доступности и как дойти до самого близкого ресторана, метро или какой-либо местной достопримечательности.

Местные удобства: Как показывают опросы, завтрак и Wi-Fi – то, что ждут от отеля туристы. Так скажите, что они у вас есть (если они есть). Перечислите и другие удобства, например, такси до аэропорта или собственную парковку. Добавьте, что они бесплатные. Расскажите о часах работы, все это может быть полезным.

Отзывы: Социальное доказательство – могучий фактор в принятии решений о покупках. Больше 80% гостей говорят, что именно обзоры убедили или отговорили их от бронирования. Покажите свой "средний" обзор, чтобы клиенты знали к чему готовиться. Если вы не очень гордитесь рейтингом, покажите тенденцию к улучшению.

Фотографии: Пусть фотогалерея начнется с изображений номера или "изюминок" отеля, например, бара на крыше или бассейна. Постарайтесь, как следует.

Политика отеля: Предупреждайте о времени регистрации и времени отбытия, правилах проживания с домашними животными и других ограничениях, которые могут повлиять на пребывание гостей.

Добавочная стоимость: Если Вы предлагаете дополнительные преимущества для прямого бронирования или бронирования по электронной почте, не стесняйтесь. Расскажите потенциальным клиентам о дополнительных наградах или напитке за счет заведения, прежде чем они кликнут по кнопке.

Расскажите всю вышеперечисленную информацию гостиничному персоналу. Сотрудники на стойке регистрации или консьерж должны ей владеть, чтобы точно отвечать на вопрос

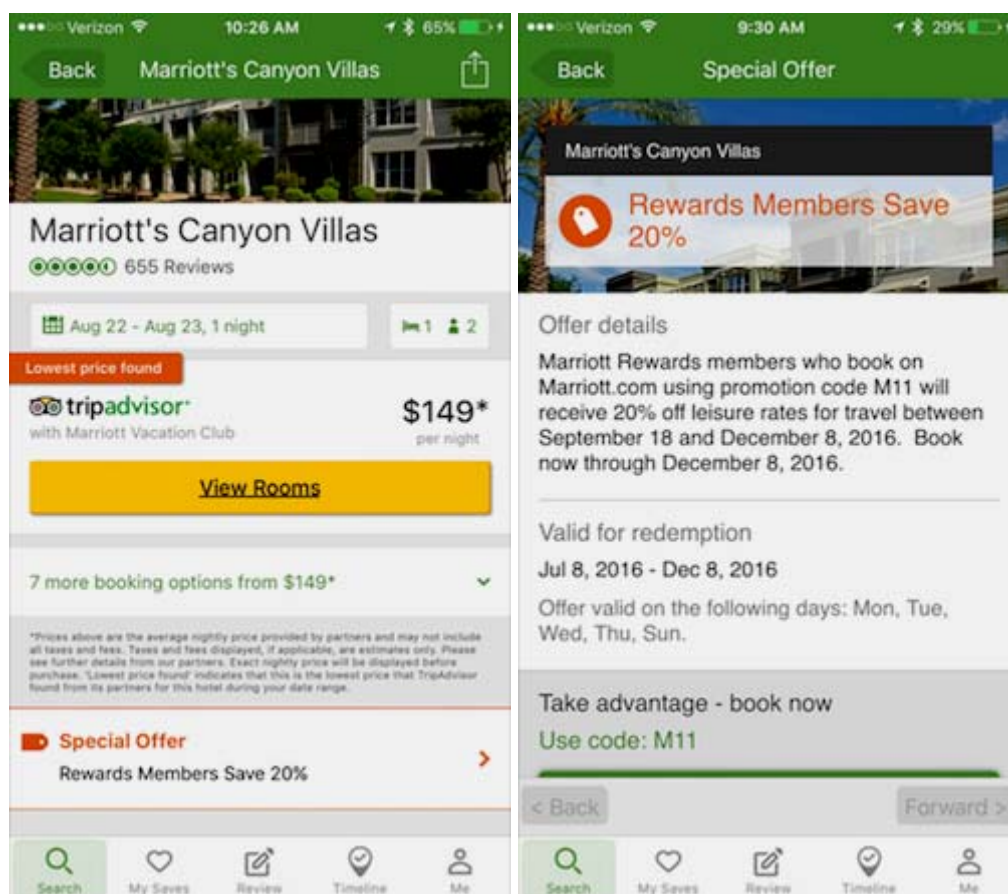
Демография гостей также важна при предоставлении информации. У деловых путешественников обычно нет времени, чтобы погружаться в детали. С другой стороны, отдыхающие любят изучать местные SPA-салоны, меню ресторанов или что-то в этом духе, что поможет им получить удовольствие от поездки. Поместите эту информацию на отдельной странице, но так чтобы ее можно было легко найти.

И наконец, сделайте сайт удобным для гостей, а не для поисковиков. Убедите их забронировать номер и превратите ваших веб-посетителей в клиентов. Удачи!

<http://hotelier.pro/sales/item/1666-profile>

Новая стратегия гостиничных сетей. Как Marriott и Hilton используют TripAdvisor для прямых бронирований.

Гостиничная сеть Marriott International, участвующая в TripAdvisor Instant Booking, и Hilton Worldwide, никакого отношения к "быстрому бронированию" не имеющая, стали использовать сравнительные покупки и опции бронирования для заманивания путешественников на свои "прямые" сайты.



В случае с Marriott рекламная кампания этой сети вызывает удивление, так как получается, что Marriott конкурирует со своим собственным партнерством TripAdvisor-Marriott. Как можно увидеть на скриншоте слева, покупатели могут

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

купить номер в Marriott's Canyon Villas в Фениксе за \$149, если забронируют номер на TripAdvisor с участием в Marriott Vacation Club.

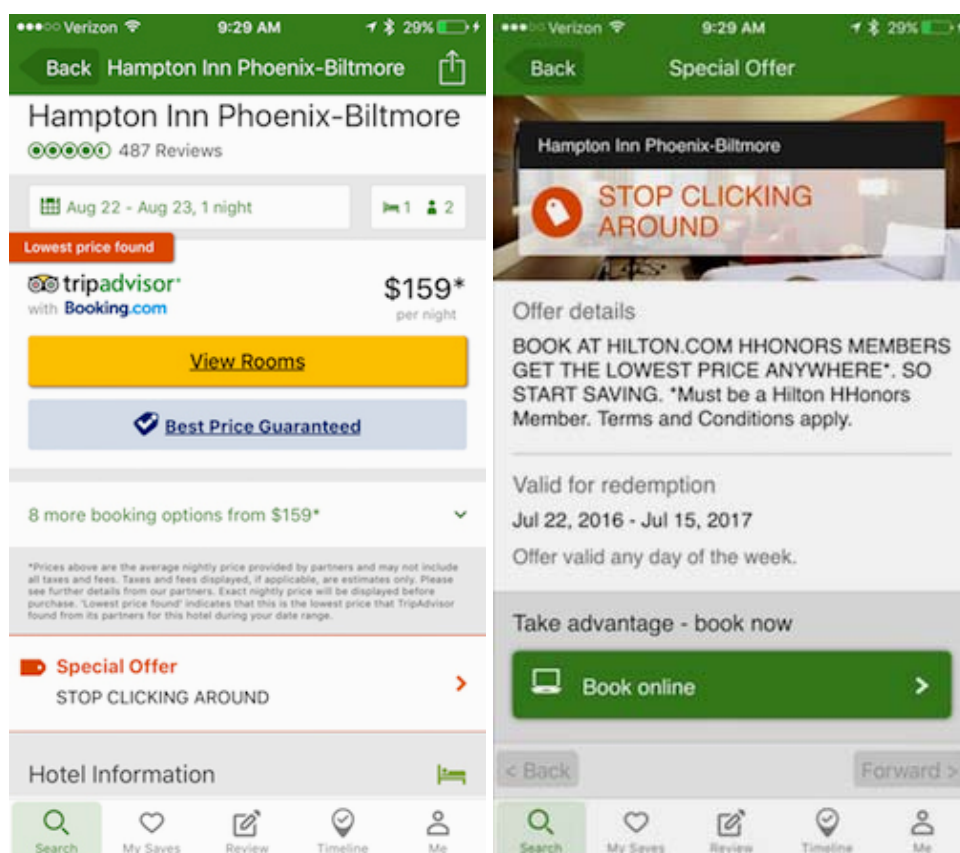
Рядом справа - еще одно специальное предложение от Marriott. Участники смогут получить 20%-ю скидку, если забронируют номер на Marriott.com, используя промо-код. Получается, что цена в Marriott.com составила бы 146\$ вместо \$149 через TripAdvisor/Marriott Vacation Club в "быстром бронировании" TripAdvisor.

Давайте проясним схему. TripAdvisor открыл "быстрое бронирование" в 2015 году, оно позволяет клиентам бронировать отели на TripAdvisor без необходимости уходить на партнерские сайты, так как они делают через метапоиск TripAdvisor. Когда "быстрое бронирование" происходит, то отели-партнеры TripAdvisor, такие как Marriott, Accor, Starwood и Wyndham, и туристические онлайн-агентства, такие как Booking.com, Agoda и Laterooms.com выполняют обслуживание клиентов в фоновом режиме.

Присоединившись к "быстрому бронированию" на TripAdvisor, Marriott платит TripAdvisor более низкую комиссию за свои заказы, чем мог бы платить за подобные услуги туристических онлайн-агентствам, таких как Expedia и Booking.com. К тому же Marriott получает дополнительную рекламу, так как клиенты помнят, что TripAdvisor – партнер Marriott.

По оценкам HeBS, затраты клиентов на прямые бронирования на их собственных сайтах составляют примерно 4-7 % против больше 18% комиссий, уплаченных туристическим онлайн-агентствам. Комиссия, которую сети платят TripAdvisor за "быстрые бронирования", находится где-то в этой вилке.

В любом случае расходы сети будут ниже, чем при заказах на собственном сайте.



На скриншотах ниже вы видите, что Hilton Worldwide (не ставший партнером TripAdvisor Instant Booking) распространяет рекламу прямого бронирования в метапоиске TripAdvisor. Посетители TripAdvisor могут забронировать Hilton's Hampton Inn Phoenix-Biltmore через Booking.com или кликнув на Hilton.com, где участники программы HHonors "получат самую низкую цену".

Рекламные кампании Marriott и Hilton в поддержку "прямого бронирования" на TripAdvisor приносят хороший результат. По оценкам ComScore Media Metrix у крупнейшего сайта в мире около 350 миллионов уникальных посетителей в месяц. Это парадоксально, но генеральный директор TripAdvisor Стив Кауфер заявил, что он будет приветствовать предложения "прямого бронирования" через TripAdvisor Instant Booking.

Источник: Skift / перевод и адаптация Resonline

http://hotelier.pro/index.php?option=com_k2&view=item&id=1708:tripdirect&Itemid=281

Как завалить проект гостиницы. «Вредные советы» для гостиничного инвестора

Окрепшее и уже получившее свой первый опыт поколение российских консультантов по гостиничным технологиям начинает «наступать на пятки» практикующим экспатам из западных операторских компаний. Удальцы из новообразованных российских управляющих компаний уже наступили на достаточное количество качественных граблей. Опыт, приобретенный ими, становится все значительнее. Только вот всегда ли довольны собственники, на объектах которых этот опыт приобретался? Смогли ли они выдержать натиск бравурного креатива и самоуверенности? Насколько дорого обошлись им ошибки наемных консультантов и свои собственные? При существующей ситуации на рынке консультационных услуг для гостиничной сферы очень многие говорят о том, что знают как НУЖНО делать. Фронтдеск.ру рассказывает о том, как делать НЕ НУЖНО. Вспомните «Вредные советы» Григория Остера, и может быть мы поможем Вам не наступать на те грабли, по которым прошлась добрая половина гостиничных «специалистов».

Бизнес план – пустая формальность

Не стоит говорить о том, что бизнес план необходим только лишь для привлечения инвестиций в проект. Вполне подойдет бизнес план, написанный студентом гостиничного ВУЗа или даже скачанный в сети Интернет. В действительности, Вы же не собираетесь работать по бизнес плану, и так ясно, что гостиница будет развиваться семимильными шагами и рассчитывать рентабельность проекта – пустая трата времени. А если банк попался дотошный и требует детальной проработки, можно приобрести бизнес-план у небольшой консалтинговой компании, главное – не читать и не вдумываться. Как люди честные, консультанты будут разрабатывать бизнес план под Вас, придумывать маркетинговые стратегии и даже не подумают о том, чтобы просто скопировать его с типового проекта. Это же нечестно.

Внимание мелочам

На этапе строительства обязательно принимайте участие в каждой мелочи. Не нужно допускать, чтобы дверная ручка в подвале была установлена без вашей визы на документе. Неплохо бы также контролировать процесс монтажа плинтусов. О стратегических вещах и концепции работы позаботятся другие.

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

Неплохо было бы также принимать коллективные решения о выборе информационных систем, как Front, так и Back офиса. Принимая решения о выборе АТС или системы управления отелем, спросите мнения горничных, коллегиально вы сможете выбрать максимально подходящую систему бизнес аналитики. А IT служба окажет неоценимое содействие в выборе ковролина.

Опыт ничто, стоимость - все

Наймите строительную компанию без опыта возведения гостиничной недвижимости. Отель практически не отличается от жилого дома, поэтому переплачивать за знание специфики не стоит. Пусть на этаже не будет номера для персонала, кладовой для housekeeping и иных ненужных помещений. Лифтовой шахты достаточно одной – гостевой лифт может послужить и служебным. В конце концов гости – не бояре, чай могут и с сантехниками пару этажей проехать. Некоторые компании могут удешевить проект за счет использования более тонких перекрытий – дополнительная экономия не мешает. Можно пожертвовать звукоизоляцией. Экономить нужно и на оснащении. Пусть гостиничная мебель продержится в десятки раз дольше, нежели стандартная мебель для дома, но ведь речь идет о том, чтобы не бросать денег на ветер. Закупив стандартные телевизоры не нужно думать о подключении интерактивных сервисов и о наличии в ТВ специальных плат. Да, и не забудьте приобрести самые дешевые мыльницы в санузел. Они смешно перекашиваются набор в первую же неделю, а настоящий праздник начинается, когда гость пытается дотянуться до нее из душевой кабины.

Держите в секрете своих поставщиков

Не стоит распространяться о том, что электронные замки вы приобрели китайские, систему управления – отечественную, а АТС – корейского производства. Лучше всего сообщить об этом перед самым запуском, а потом посмотреть на энергию, с которой вендоры будут пытаться интегрировать все это в единое информационное пространство. Столь же весело наблюдать за попытками компании провести слаботочную сеть после завершения внутренней отделки. Поэтому не столь важно кто и когда будет заниматься поставками. Важно, что Вы об этом знаете. А если не знаете, спросите совета профессионалов.

Ну кто так строит?!

Замечательным способом завалить проект является привлечение сторонних консультантов на этапе, когда объект практически построен и менять что-либо – значит понести непредвиденные и немалые расходы. Нанятая компания с ходу заявит Вам, что те, кто проектировал и реализовывал проект отеля – некомпетентные болваны и все нужно менять. Самое интересное, что они могут быть правы. А могут и нет, но контракт нужно отрабатывать. А Вам стоит приготовиться к существенным издержкам. Потому что выключатели должны быть на пять сантиметров выше, а гардины – на двенадцать сантиметров шире. Условия эргономики.

Слово «эргономика» придумали буржуи

При проектировании гостиницы в последнюю очередь задумайтесь о потоках гостей, общественных зонах и эргономике номера. По общественным зонам нужно пустить уборщиц, дефилирующих на склад за бытовой химией, а возле лобби бара расположить комнату отдыха секьюрити. Что касается эргономики номера, то здесь ничего не нужно придумывать. Об этом уже позаботились некоторые из отелей нашего Отечества. Так один из отелей Санкт-Петербурга установил контейнеры с жидким мылом в санузле не над раковиной, а сантиметров на десять правее. К концу пребывания гостя рядом образовывалась жемчужно-розовая лужица. В одной из гостиниц г. Иркутска, автор столкнулся с

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

проблемой того, что добраться до телефонного аппарата можно только перемахнув через двуспальную кровать. Практически фитнес. В отеле г. Конаково, Тверской области туалетная бумага не присутствовала там, где ей надлежало быть, а продавалась в службе приема по 5 рублей. Замечательная идея по получению дополнительного дохода. Про выключатели в шкафу, пожалуй, знают все – удобно и практично. В общем – не задумывайтесь об удобствах гостей, пусть об этом думают они сами. Да, и помните, полотенца должны лежать на кровати, ведь именно там их в большинстве случаев используют. Если сами не справляетесь с такими простыми задачами, наймите Отельера.

Известный отельер из известной компании

Для реализации проекта нужно нанять отельера с опытом работы в гостиничной сфере. При этом необходимо дать понять ему, что все, что от него требуется – запустить гостиничный объект, правильно оснастить его, выстроить все процедуры работы, нанять персонал, провести его обучение, разработать дизайн, привлечь корпоративных клиентов, организовать рекламные кампании, провести маркетинговые исследования, спрогнозировать спрос, предоставить отчетность и... в общем понятно. За это ему и платят деньги. Большие деньги. При этом, если такому управляющему потребуется команда – нужно обвинить его в непрофессионализме, раздувании бюджета и краже салфеток со склада. Весь линейный персонал и руководителей среднего звена набирать лучше самому и подешевле. Пусть управленец докажет, что он профессионал и попробует сформировать отдел маркетинга из доярок ближайшего совхоза. Ну а если не докажет...

Акакий Акакиевич из «Леснефтьгазстройпрома»

Поскольку именитый отельер не справляется со своими задачами, следует подыскать ему замену. Важно, чтобы замена была найдена среди «своих», надежных людей. И какая разница, где до этого работал Акакий Акакиевич. Самые толковые гостиничники, понимающие стандарты сервиса, дистрибуции и менеджмента в отрасли конечно же выходят из главных инженеров перерабатывающих заводов, служб безопасности и органов или же номенклатурных работников. Только они могут привить корпоративную культуру и объяснить как нужно общаться с гостями, а также какие показатели являются критичными для гостиничной отрасли. Но мы же не делаем резких движений. Пусть Акакий Акакиевич поработает полгода замом, а там уже глядишь и профессионалом стал. Особенно если ему сказать заранее, что место генерального уготовано ему. Тут и уважение к отельеру появится и желание перенимать опыт. А уж низший персонал.....

Персонал – не проблема

Забудьте о проблемах с персоналом. Вы же работодатель, а следовательно благодетель для трудового народа. Поэтому поиск и обучение персонала гостиниц нужно начинать в самый последний момент. И в отель придут лучшие работники, сразу обеспечив отелю позитивный рост репутации и уровня обслуживания. Зачем нанимать работников за несколько недель и тем более их обучать. Это затратно. Пусть обучаются на гостях – их много, а если кто-то будет недоволен, на его место придет другой. Кстати....

Гости - тоже не проблема

Они появятся как только отель откроет свои двери. Ведь это будет лучшая гостиница в регионе, городе, области, стране (нужное подчеркнуть). Затраты на рекламу можно смело списывать, она не потребуется. Ведь все ваши друзья уже знают, что скоро на этом месте появится фешенебельный монолит. Нет необходимости заключать предварительные договора с туристическими

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

компаниями и корпоративными клиентами – они придут к вам сами, причем в первый же день работы. Поэтому загрузка гарантирована. Сайт отеля можно будет открыть потом, когда гостиница будет раскручена и на это будут деньги. Реклама в Интернете – баловство для западников. И уж тем более не нужно онлайн бронирование и подключение к GDS (кстати, что это за аббревиатура такая?).

Поздравляем. Проект успешно завален

Таким образом, выполнив ряд несложных действий, вы гарантированно сможете выбросить на ветер серьезные суммы, без труда заполучить репутацию «совка» и в пару раз увеличить срок окупаемости проекта. Возможно, вскоре Вам захочется окупаемости и появится добрая фея в виде управляющей компании. За гарантированную комиссию она займется «работой над ошибками». Только не подписывайте с ними никаких документов об обязательствах – поверьте на слово. Это хорошие люди.

Антон Матвеев, гостиничная тренинговая компания Big Tree,

<http://www.frontdesk.ru/article/kak-zavalit-proekt-gostinicy-vrednye-sovety-dlya-gostinichnogo-investora>