



## Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 0403-2019

С 24 по 30 апреля 2019 года

### 1. Безопасность средств размещения

#### *Происшествия в гостиницах, связанные с безопасностью*

Появилось видео подрыва террориста-смертника в Шри-Ланке

### 2. Государственное регулирование и поддержка развития туризма и гостиничной отрасли

Спасти рядовые хостелы. Власти Петербурга обещают поддержку небольшим гостиницам

### 3. Актуальные вопросы классификации средств размещения

Система классификации гостиниц получила пакет регулирующих документов

Публикация приказов Минэкономразвития № 140 от 20.03.2019, № 164 от 26.03.2019, №174 от 29.03.2019 (факсимиле)

В России поменяют порядок определения «звездности» гостиниц. Балльная система станет более четкой

### 4 Туристская и гостиничная недвижимость Москвы и московского региона: аналитика, новости

Гостиница «AC Hotels by Marriott» начнет работать в Москве

Где в новой Москве построят замечательную 9-этажную гостиницу

### 5. Анализ и события российского и московского туристско-гостиничного рынка

Не одним чемпионатом мира: гостиничные рынки Москвы и Санкт-Петербурга продолжили наращивать показатели в 1-м квартале 2019 года

AZIMUT Hotels и «Лиза Алерт» стали партнерами для просветительской работы с детьми и родителями

Продажа недостроенных отелей во Владивостоке с понижением цены была единственным выходом из ситуации с затянувшейся стройкой - Трутнев

## **6. Практика, новинки и события туристско-гостиничного дела за рубежом и в странах СНГ**

В сети отелей «ibis» будут реализованы новые концепции гостеприимства

«Marriott» планирует построить самый высокий модульный отель в мире

## **7. Интересное для отельеров**

Как привести на форму бронирования больше гостей

Сколько денег вы потеряли сегодня?

Трансформация пришла в гостиничный бизнес: как отели решают проблему с плохим Wi-Fi

10 признаков легальной гостиницы

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. Безопасность средств размещения**

### **Происшествия в гостиницах, связанные с безопасностью**

#### **Появилось видео подрыва террориста-смертника в Шри-Ланке**

Момент подрыва террориста-смертника в гостинице Colombo's Kingsbury Hotel на Шри-Ланке попал на видео. Кадры опубликовал телеканал NBC News.

На ролике показано, как мужчина с объемным рюкзаком выходит из номера отеля, спускается вниз на лифте и проходит в гостиничное кафе. Затем прогремел взрыв.

Серия террористических атак в Шри-Ланке произошла 21 апреля. Изначально сообщалось о 359 жертвах и более 500 раненых, однако позднее стало известно, что погибших примерно на 100 человек меньше.

Ответственность за взрывы взяла на себя террористическая группировка «Исламское государство» (запрещена в России). Власти Шри-Ланки при этом заявляют, что атаки совершили местные экстремистские организации. Некоторые из террористов были членами одной семьи.

<https://lenta.ru/news/2019/04/27/videopodriv/>

## **2. Государственное регулирование и поддержка развития туризма и гостиничного дела**

### **Спасти рядовые хостелы. Власти Петербурга обещают поддержку небольшим гостиницам**

Одной из обсуждаемых на рынке недвижимости Северной столицы тем стал закон, запрещающий размещать хостелы и мини-отели в жилых помещениях. Для Петербурга, для которого туризм в последнее время стал одним из самых быстрорастущих и перспективных секторов экономики, сокращение числа хостелов — тема очень болезненная.

#### *Отелям здесь не место?*

Еще несколько лет назад аналитики сетовали на то, что в городе на Неве ощущается нехватка недорогих мини-гостиниц и что это отпугивает туристов. Проблему удалось решить за счет открытия частных мини-отелей и хостелов. По некоторым оценкам, в Петербурге хостелы и мини-отели занимают около 80% гостиничного рынка, при этом около 30% из них находятся в жилых домах. В комитете по развитию туризма сообщили, что хостелы и мини-отели составляют 17% всего номерного фонда города и большую часть всех мест эконом-класса в историческом центре. Сегодня достаточно сделать несколько шагов в сторону от Невского проспекта, как натыкаешься на таблички с названиями мини-отелей. Как правило, они размещаются в бывших коммунальных квартирах, в домах, расположенных в глубине кварталов. Про такую недвижимость риэлторы раньше говорили: бесперспективная. Расселять такие квартиры никто не хотел. Жить в домах без лифта, с окнами, выходящими во двор-колодец, и планировкой коридорного типа мало кто соглашался. Однако именно такие коммуналки можно было переделать под недорогое жилье для туристов. Такие гостиницы и хостелы привлекают гостей, прежде всего, демократичными ценами. Стоимость проживания в хостелах варьируется от 720 до 1500 рублей за сутки. Именно по ним, по мнению аналитиков, в первую очередь, и ударит закон. Директор филиала Российской гостиничной ассоциации по Санкт-Петербургу и Ленинградской области Алексей Мусакин утверждает, что при самом неблагоприятном варианте развития событий с рынка может уйти от 15 до 25% номерного фонда Петербурга.

Эксперты отмечают, что о возможном запрете работы хостелов в жилых домах заговорили еще несколько лет назад. И хотя из-за чемпионата мира по футболу 2018 года законопроект положили под сукно, было очевидно, что рано или поздно к нему вернуться. И вот вердикт вынесен — до 1 октября хостелы должны уйти из квартир жилых домов. Для тех, кто хочет сохранить свой бизнес, есть только один путь — перевести жилое помещение в нежилое. Это значит, что в многоквартирном доме мини-гостиница может находиться только на первом этаже и должна иметь отдельный вход. Только в этом случае жильцы дома и постояльцы хостелов не будут «пересекаться» в подъездах, лифтах, на лестничных площадках. Хотя и в этом случае нельзя исключить шум под окнами.

Для того чтобы продолжать работать легально, владельцам хостелов придется потратиться. По словам руководителя регионального отделения некоммерческого партнерства «Лига хостелов» Алены Еновой, в среднем процедура перевода помещений из жилого в нежилое может стоить от 1,5 млн до 3 млн рублей. «Для малого бизнеса это существенные суммы», — отмечает она.

#### *Помочь бизнесменам*

Ситуация вокруг мини-отелей и хостелов вызывает тревогу у властей. Город может потерять налоговые отчисления и рабочие места. Чтобы смягчить последствия

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

запрета, Смольный разработал меры поддержки отельеров. Одна из них предусматривает оказание содействия при переводе помещения из жилого в нежилое. По словам заместителя председателя комитета по развитию туризма Наны Гвичия, чиновники будут оказывать бизнесменам помощь, в первую очередь консультационную. При этом Гвичия призналась, что не все мини-отели в Петербурге смогут в рамках законодательства перевести свои помещения в нежилой фонд. Самой большой проблемой обещает стать требование иметь отдельный вход. Исторический центр Петербурга относится к особой охранной зоне ЮНЕСКО, менять внешний облик зданий там просто запрещено. Между тем, именно в центре находятся многие мини-отели и хостелы. В связи с этим у Смольного родилось другое предложение. Город подготовил перечень из 38 помещений, где предлагается разместить хостелы, подпадающие под запрет. Этот список начали составлять еще в 2017 году, его авторы — Комитет имущественных отношений, Фонд имущества и Комитет по развитию туризма. В перечень попали объекты нежилого фонда площадью 200-600 кв. метров. Кроме того, Смольный выставляет на торги сразу несколько земельных участников. Инвесторы получают территорию в аренду сроком на 49 лет под строительство недорогих гостиниц или хостелов. В список территорий, выставленных на торги, вошли земельные участки на Лиговском проспекте, Малом проспекте Васильевского острова, улице Расстанной, улице Коммунаров в Сестрорецке, а также участок в Кронштадте и два участка на Пляжной улице в Зеленогорске.

Аналитики рынка недвижимости между тем отмечают, что частные инвесторы, интересующиеся вложениями в гостиничный бизнес, уже переориентировались. В последнее время они стали активнее покупать небольшие гостиницы в отдельно стоящих зданиях. «У нас только за неделю были проведены три такие сделки», — рассказала управляющий партнер ГК «Решение» Саида Фигильман. По ее словам, объем инвестиций в покупку двухэтажного здания в центральной части города с мини-отелем на 18 номеров составил 48 млн рублей. По словам эксперта, в Петербурге можно найти от 60 до 200 подобных объектов. Кроме того, на фоне ожидаемого сокращения количества хостелов на рынке резко вырос спрос на апартаменты.

Справочно:

По данным Гильдии малых средств размещения, в Москве 40% хостелов расположены в жилых домах, в Петербурге — 80%.

<https://www.stroygaz.ru/publication/item/spasti-ryadovye-khostely/>

### 3. Актуальные вопросы классификации средств размещения

#### Система классификации гостиниц получила пакет регулирующих документов

После регистрации 24 апреля 2019 года Министерством юстиции пакета приказов Минэкономразвития РФ, были, наконец, обнародованы нормативные документы, определяющие деятельность участников системы классификации гостиниц (а также горнолыжных трасс и пляжей). Пакет включает Приказы Минэкономразвития:

**№140 от 20.03.2019** "Об утверждении порядка уведомления аккредитованными организациями о планируемом ими осуществлении классификации гостиниц, классификации горнолыжных трасс, классификации пляжей уполномоченных органов государственной власти субъектов Российской Федерации, на территориях которых планируется осуществлять соответствующую классификацию, а также формы такого уведомления";

**№146 от 26.03.2019** "Об утверждении порядка ведения единого перечня классифицированных гостиниц, горнолыжных трасс, пляжей и размещения сведений, содержащихся в таком перечне, на официальном сайте уполномоченного федерального органа исполнительной власти в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет";

**№174 от 29.03.2019** "Об утверждении порядка ведения перечня аккредитованных организаций, осуществляющих классификацию гостиниц, классификацию горнолыжных трасс, классификацию пляжей, и размещения сведений, содержащихся в таком перечне, на официальном сайте уполномоченного федерального органа исполнительной власти в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Приказы вступают в силу со дня их размещения (опубликования) на Официальном интернет-портале правовой информации [www.pravo.gov.ru](http://www.pravo.gov.ru) (опубликованы 25.04.2019)

Все эти давно ожидавшиеся гостиничным сообществом нормативные документы обеспечивают регулирование процесса классификации гостиниц и туристских объектов, на основе введенного в силу с 01.01.2019 года Федерального закона 16-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации" и «Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» в целях совершенствования правового регулирования предоставления гостиничных услуг и классификации объектов туристской индустрии».

Добрым знаком установления ясных правил для участников гостиничного рынка и аккредитованных организаций, ведущих классификацию гостиниц и других туристских объектов стало также опубликование на <https://regulation.gov.ru/> **проекта изменений, которые вносятся в Положение о классификации гостиниц**, утвержденное постановлением Правительства Российской Федерации от 16 февраля 2019 г. № 158 «Об утверждении Положения о классификации гостиниц», специалисты отрасли отмечают, что, несмотря на сохраняющиеся в проекте непроработанные разделы, спорные формулировки и некоторые ошибки, документ в целом учитывает многое из того, что предлагалось экспертами в период подготовки проекта поправок.

Обсуждение этого проекта продлится до 22 мая 2019 г.

<http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201904250017>

[http://www.consultant.ru/law/hotdocs/57642.html#utm\\_campaign=9111\\_hotdocs&utm\\_source=9111&utm\\_medium=rss](http://www.consultant.ru/law/hotdocs/57642.html#utm_campaign=9111_hotdocs&utm_source=9111&utm_medium=rss)

[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_323450/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_323450/)

<https://regulation.gov.ru/PROJECTS#npa=90954>

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

Фокус – Москва и столичный регион



МИНИСТЕРСТВО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
(МИНЭКОНОМРАЗВИТИЯ РОССИИ)



МИНИСТЕРСТВО ЮСТИЦИИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ЗАРЕГИСТРИРОВАНО

Регистрационный № 54491

от "24" апреля 2019.

**П Р И К А З**

20 марта 2019 г.

Москва

№

140

**Об утверждении порядка уведомления аккредитованными организациями о планируемом ими осуществлении классификации гостиниц, классификации горнолыжных трасс, классификации пляжей уполномоченных органов государственной власти субъектов Российской Федерации, на территориях которых планируется осуществлять соответствующую классификацию, а также формы такого уведомления**

В соответствии с частью третьей статьи 5 Федерального закона от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (Собрание законодательства Российской Федерации, 1996, № 49, ст. 5491; 2003, № 2, ст. 167; 2007, № 7, ст. 833; 2009, № 52, ст. 6441; 2010, № 32, ст. 4298; 2012, № 19, ст. 2281; 2016, № 10, ст. 1323; № 15, ст. 2066; 2018, № 7, ст. 976), подпунктом 5.2.28(213) пункта 5 Положения о Министерстве экономического развития Российской Федерации, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 5 июня 2008 г. № 437 (Собрание законодательства Российской Федерации, 2008, № 24, ст. 2867; 2019, № 11, ст. 1142), п р и к а з ы в а ю:

Утвердить прилагаемые:

порядок уведомления аккредитованными организациями о планируемом ими осуществлении классификации гостиниц, классификации горнолыжных трасс, классификации пляжей уполномоченных органов государственной власти субъектов Российской Федерации, на территориях которых планируется осуществлять соответствующую классификацию (приложение № 1);

форму уведомления аккредитованными организациями о планируемом ими осуществлении классификации гостиниц, классификации горнолыжных трасс, классификации пляжей уполномоченных органов государственной власти субъектов Российской Федерации, на территориях которых планируется осуществлять соответствующую классификацию (приложение № 2).

Министр

М.С. Орешкин

**ПОРЯДОК**  
**уведомления аккредитованными организациями о планируемом**  
**ими осуществлении классификации гостиниц, классификации**  
**горнолыжных трасс, классификации пляжей уполномоченных органов**  
**государственной власти субъектов Российской Федерации,**  
**на территориях которых планируется осуществлять соответствующую**  
**классификацию**

1. Настоящий Порядок устанавливает правила уведомления аккредитованными организациями о планируемом ими осуществлении классификации гостиниц, классификации горнолыжных трасс, классификации пляжей (далее – уведомление, объекты туристской индустрии) уполномоченных органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации (далее – уполномоченный орган), на территориях которых планируется осуществлять соответствующую классификацию.

2. Уведомление оформляется в письменной форме согласно приложению № 2 к настоящему приказу на бланке аккредитованной организации (при наличии).

3. Уведомление подписывается руководителем аккредитованной организации или иным уполномоченным им лицом.

4. Уведомление направляется заказным почтовым отправлением с уведомлением о вручении или передается непосредственно в уполномоченный орган в срок не менее чем за 1 рабочий день до начала классификации объекта туристской индустрии, проводимой в соответствии с частями седьмой и восьмой статьи 5 Федерального закона от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (Собрание законодательства Российской Федерации, 1996, № 49, ст. 5491; 2003, № 2, ст. 167; 2007, № 7, ст. 833; 2009, № 52, ст. 6441; 2010,

№ 32, ст. 4298; 2012, № 19, ст. 2281; 2016, № 10, ст. 1323; № 15, ст. 2066; 2018, № 7, ст. 976).

5. Датой получения уведомления считается:

а) день уведомления о вручении уполномоченному органу заказного почтового отправления, подтвержденного подписью получателя;

б) день, указанный в отметке уполномоченного органа о принятии уведомления.

6. В случае изменения сведений, указанных в ранее направленном уведомлении, аккредитованная организация направляет уведомление в уполномоченный орган в соответствии с настоящим Порядком.

Форма

**Уведомление  
аккредитованными организациями о планируемом ими осуществлении  
классификации гостиниц, классификации горнолыжных трасс,  
классификации пляжей уполномоченных органов государственной  
власти субъектов Российской Федерации, на территориях которых  
планируется осуществлять соответствующую классификацию**

(наименование аккредитованной организации, ИНН, ОГРН аккредитованной организации)

имеющая аттестат аккредитации от \_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_, область  
аккредитации в соответствии с аттестатом  
аккредитации: \_\_\_\_\_,  
настоящим уведомляет о планируемом осуществлении классификации  
следующих гостиниц, горнолыжных трасс, пляжей (далее – объекты  
туристской индустрии) на территории \_\_\_\_\_.  
(наименование субъекта Российской Федерации)

№	Наименование и вид объекта туристской индустрии	Адрес места нахождения объекта туристской индустрии	Наименование юридического лица, индивидуального предпринимателя, которому принадлежит объект туристской индустрии на праве собственности, аренды или ином законном основании	ИНН, ОГРН юридического лица (ИНН, ОГРНИП индивидуального предпринимателя), которому принадлежит объект туристской индустрии на праве собственности, аренды или ином законном основании	Период проведения классификации

Руководитель  
аккредитованной организации

(подпись)

(фамилия и инициалы имени и отчества  
(последнее при наличии))

М. П.

(дата)

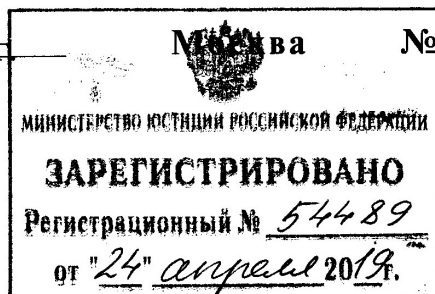


МИНИСТЕРСТВО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
(МИНЭКОНОМРАЗВИТИЯ РОССИИ)

**П Р И К А З**

26 марта 2019 г.

№ **164**



164

**Об утверждении Порядка ведения единого перечня  
классифицированных гостиниц, горнолыжных трасс, пляжей  
и размещения сведений, содержащихся в таком перечне, на официальном  
сайте Министерства экономического развития Российской Федерации  
в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

В соответствии с частью четырнадцатой статьи 5 Федерального закона от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (Собрание законодательства Российской Федерации, 1996, № 49, ст. 5491; 2003, № 2, ст. 167; 2007, № 7, ст. 833; 2009, № 52, ст. 6441; 2010, № 32, ст. 4298; 2012, № 19, ст. 2281; 2016, № 10, ст. 1323; № 15, ст. 2066; 2018, № 7, ст. 976), подпунктом 5.2.28(215) пункта 5 Положения о Министерстве экономического развития Российской Федерации, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 5 июня 2008 г. № 437 «О Министерстве экономического развития Российской Федерации» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2008, № 24, ст. 2867; 2019, № 11, ст. 1142), п р и к а з ы в а ю:

Утвердить Порядок ведения единого перечня классифицированных гостиниц, горнолыжных трасс, пляжей и размещения сведений, содержащихся в таком перечне, на официальном сайте Министерства экономического развития Российской Федерации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» согласно приложению к настоящему приказу.

Министр

М.С. Орешкин

УТВЕРЖДЕН  
приказом Минэкономразвития России  
от «26» 12 2019 г. № 164

**ПОРЯДОК**  
**ведения единого перечня классифицированных гостиниц, горнолыжных**  
**трасс, пляжей и размещения сведений, содержащихся в таком перечне,**  
**на официальном сайте Министерства экономического развития**  
**Российской Федерации в информационно-телекоммуникационной**  
**сети «Интернет»**

1. Настоящий Порядок устанавливает правила ведения единого перечня классифицированных гостиниц, горнолыжных трасс, пляжей (далее – единый перечень классифицированных объектов туристской индустрии) и размещения сведений, содержащихся в этом перечне, на официальном сайте Министерства экономического развития Российской Федерации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – официальный сайт).
2. Формирование и ведение единого перечня классифицированных объектов туристской индустрии осуществляется Минэкономразвития России в электронном виде.
3. Основаниями для внесения в единый перечень классифицированных объектов туристской индустрии сведений о классифицированных гостиницах, горнолыжных трассах, пляжах являются представленные аккредитованными организациями, имеющими аттестат аккредитации, выданный в соответствии с частью первой статьи 5 Федерального закона от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (Собрание законодательства Российской Федерации, 1996, № 49, ст. 5491; 2003, № 2, ст. 167; 2007, № 7, ст. 833; 2009, № 52, ст. 6441; 2010, № 32, ст. 4298; 2012, № 19, ст. 2281; 2016, № 10, ст. 1323; № 15, ст. 2066; 2018, № 7, ст. 976)

(далее – Федеральный закон о туристской деятельности), или аттестат аккредитации, действующий в соответствии с пунктом 5 статьи 4 Федерального закона от 5 февраля 2018 г. № 16-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях в целях совершенствования правового регулирования предоставления гостиничных услуг и классификации объектов туристской индустрии» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2018, № 7, ст. 976) (далее – Федеральный закон о внесении изменений), осуществляющими классификацию гостиниц, классификацию горнолыжных трасс и классификацию пляжей (далее соответственно – аккредитованная организация, объекты туристской индустрии):

а) копии свидетельств о присвоении объектам туристской индустрии определенных категорий (далее – свидетельства), соответствующих требованиям частей седьмой и восьмой статьи 5 Федерального закона о туристской деятельности, с приложением копии решения аккредитованной организации о присвоении объекту туристской индустрии определенной категории, а также сведений, предусмотренных пунктом 8 настоящего Порядка;

б) копии решений аккредитованной организации о приостановлении или прекращении действия свидетельств, принятых в порядке, установленном частями седьмой и восьмой статьи 5 Федерального закона о туристской деятельности;

в) копии уведомлений, направленных в порядке и по форме, предусмотренные частью третьей статьи 5 Федерального закона о туристской деятельности;

г) сведения, поступившие в установленном законодательством Российской Федерации порядке, для внесения в единый перечень классифицированных объектов туристской индустрии, включающих

гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, до вступления в силу Федерального закона о внесении изменений, но не включенные в такой перечень.

4. Документы, указанные в подпунктах «а» и «в» пункта 3 настоящего Порядка, направляются аккредитованной организацией в Минэкономразвития России в течение 5 рабочих дней со дня принятия решения о присвоении объекту туристской индустрии определенной категории:

- а) заказным почтовым отправлением с уведомлением о вручении;
- б) при личном обращении;
- в) посредством личного кабинета на официальном сайте.

5. Документы, указанные в подпункте «б» пункта 3 настоящего Порядка, направляются аккредитованной организацией в форме электронного документа в Минэкономразвития России в течение 1 рабочего дня со дня принятия решения о приостановлении или прекращении действия свидетельств.

6. Минэкономразвития России вносит в единый перечень классифицированных объектов туристской индустрии сведения на основании указанных в пункте 3 настоящего Порядка документов в течение 5 рабочих дней с даты их регистрации в Минэкономразвития России.

7. Основаниями для возврата аккредитованной организации документов, указанных в пункте 3 настоящего Порядка и представленных для внесения в единый перечень классифицированных объектов туристской индустрии, являются:

- а) представление указанных документов лицом, не являющимся аккредитованной организацией или ее представителем;
- б) несоответствие указанных документов требованиям, установленным в соответствии с частями третьей, седьмой и восьмой статьи 5 Федерального закона о туристской деятельности.

8. Единый перечень классифицированных объектов туристской индустрии содержит следующие сведения:

а) дату выдачи, срок действия и регистрационный номер свидетельства;  
б) регистрационный номер решения о присвоении объекту туристской индустрии определенной категории;

в) об объекте туристской индустрии:

вид объекта туристской индустрии;

фирменное наименование (при наличии);

адрес места нахождения (при наличии);

категория, присвоенная объекту туристской индустрии в соответствии с выданным аккредитованной организацией свидетельством;

г) о лице, предоставляющем гостиничные услуги, услуги, связанные с использованием горнолыжной трассы или пляжа:

наименование юридического лица (полное и сокращенное), ОГРН, ИНН, для индивидуального предпринимателя – фамилия, имя, отчество (последнее при наличии), ОГРНИП, ИНН;

адрес места нахождения (для юридических лиц);

адрес регистрации по месту жительства (для индивидуальных предпринимателей);

телефон, адрес электронной почты;

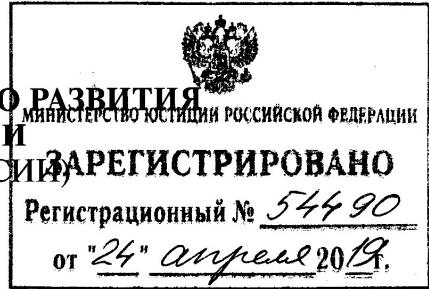
д) дату и основание приостановления или прекращения действия свидетельства, срок действия приостановления свидетельства;

е) полное наименование аккредитованной организации, выдавшей свидетельство, адрес ее места нахождения.

9. Сведения, внесенные в единый перечень классифицированных объектов туристской индустрии, в течение 3 рабочих дней со дня их внесения размещаются на официальном сайте в объеме, предусмотренном пунктом 8 настоящего Порядка.



МИНИСТЕРСТВО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
(МИНЭКОНОМРАЗВИТИЯ РОССИИ)



**П Р И К А З**

29 марта 2019 г. Москва № 174

**Об утверждении порядка ведения перечня аккредитованных организаций, осуществляющих классификацию гостиниц, классификацию горнолыжных трасс, классификацию пляжей, и размещения сведений, содержащихся в таком перечне, на официальном сайте Министерства экономического развития Российской Федерации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»**

В соответствии с частью шестой статьи 5 Федерального закона от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (Собрание законодательства Российской Федерации, 1996, № 49, ст. 5491; 2003, № 2, ст. 167; 2007, № 7, ст. 833; 2009, № 52, ст. 6441; 2010, № 32, ст. 4298; 2012, № 19, ст. 2281; 2016, № 10, ст. 1323; № 15, ст. 2066; 2018, № 7, ст. 976), подпунктом 5.2.28(214) пункта 5 Положения о Министерстве экономического развития Российской Федерации, утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации от 5 июня 2008 г. № 437 «О Министерстве экономического развития Российской Федерации» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2008, № 24, ст. 2867; 2019, № 11, ст. 1142), п р и к а з ы в а ю:

1. Утвердить порядок ведения перечня аккредитованных организаций, осуществляющих классификацию гостиниц, классификацию горнолыжных трасс, классификацию пляжей, и размещения сведений, содержащихся в таком перечне, на официальном сайте Министерства экономического развития Российской Федерации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – Порядок) согласно приложению к настоящему приказу.

2. Настоящий приказ вступает в силу в установленном порядке, за исключением подпункта «е» пункта 3 и абзаца третьего пункта 4 Порядка, которые вступают в силу с 1 июля 2019 года.

Министр

М.С. Орешкин

УТВЕРЖДЕН  
приказом Минэкономразвития России  
от «29» 03 2019 г. № 174

## ПОРЯДОК

**ведения перечня аккредитованных организаций, осуществляющих  
классификацию гостиниц, классификацию горнолыжных трасс,  
классификацию пляжей, и размещения сведений, содержащихся в таком  
перечне, на официальном сайте Министерства экономического развития  
Российской Федерации в информационно-телекоммуникационной сети  
«Интернет»**

1. Настоящий Порядок устанавливает правила ведения перечня аккредитованных организаций, осуществляющих классификацию гостиниц, классификацию горнолыжных трасс, классификацию пляжей, и размещения сведений, содержащихся в таком перечне, на официальном сайте Министерства экономического развития Российской Федерации в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» (далее – перечень аккредитованных организаций, аккредитованные организации, официальный сайт).

2. Ведение перечня аккредитованных организаций осуществляется Минэкономразвития России в электронном виде.

3. В перечень аккредитованных организаций включаются следующие сведения:

а) дата выдачи, срок действия и регистрационный номер аттестата аккредитации аккредитованной организации, предусмотренного частью первой статьи 5 Федерального закона от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (Собрание законодательства Российской Федерации, 1996, № 49, ст. 5491; 2003, № 2, ст. 167; 2007, № 7, ст. 833; 2009, № 52, ст. 6441; 2010, № 32, ст. 4298; 2012, № 19, ст. 2281; 2016, № 10, ст. 1323; № 15, ст. 2066; 2018, № 7, ст. 976) (далее – Федеральный закон о туристской деятельности).

б) дата и номер решения Минэкономразвития России, на основании которого выдан аттестат аккредитации аккредитованной организации;

в) область аккредитации, присвоенная аккредитованной организации в соответствии с частью третьей статьи 5 Федерального закона о туристской деятельности;

г) об аккредитованной организации:

наименование юридического лица (полное и сокращенное) ИНН, ОГРН;

адрес места нахождения;

номер телефона и адрес электронной почты юридического лица;

д) о прекращении действия аттестата аккредитации аккредитованной организации;

е) о привлечении аккредитованной организации к административной ответственности, предусмотренной пунктом 3 статьи 2 Федерального закона от 5 февраля 2018 г. № 16-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях в целях совершенствования правового регулирования предоставления гостиничных услуг и классификации объектов туристской индустрии» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2018, № 7, ст. 976), за нарушение требований к аккредитованным организациям, установленных законодательством Российской Федерации о туристской деятельности, порядка классификации гостиниц или порядка классификации горнолыжных трасс, классификации пляжей.

4. Сведения, предусмотренные подпунктами «а» – «г» пункта 3 настоящего Порядка, вносятся в перечень аккредитованных организаций в течение 3 рабочих дней со дня выдачи Минэкономразвития России такой аккредитованной организации аттестата аккредитации в соответствии с частью первой статьи 5 Федерального закона о туристской деятельности.

Сведения, предусмотренные подпунктом «д» пункта 3 настоящего Порядка, вносятся в перечень аккредитованных организаций в течение

3 рабочих дней со дня принятия решения о прекращении действия аттестата аккредитованной организации либо со дня истечения срока действия аттестата аккредитованной организации.

Сведения, предусмотренные подпунктом «е» пункта 3 настоящего Порядка, вносятся в перечень аккредитованных организаций в течение 7 рабочих дней со дня вступления в силу судебного акта о привлечении аккредитованной организации к административной ответственности, предусмотренной пунктом 3 статьи 2 Федерального закона от 5 февраля 2018 г. № 16-ФЗ «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях в целях совершенствования правового регулирования предоставления гостиничных услуг и классификации объектов туристской индустрии».

5. Сведения, внесенные в перечень аккредитованных организаций, в течение 3 рабочих дней со дня их внесения в перечень аккредитованных организаций размещаются на официальном сайте в объеме, предусмотренном пунктом 3 настоящего Порядка.

## **В России поменяют порядок определения «звездности» гостиниц. Балльная система станет более четкой**

Уточнить требования к гостиницам, утвержденные в начале этого года, решили в Минэкономразвития РФ по просьбе отельеров. Помимо того, что теперь они стали вполне четкими, для некоторых категорий законодворцы решили еще немного смягчить условия.

Напомним, что февральским положением о классификации гостиниц предусмотрены 6 категорий отелей: пять звезд, четыре звезды, три звезды, две звезды, одна звезда и гостиница без звезд. Определять класс сроком на три года будут аккредитованные организации.

Как стало известно «МК», в целом классификация устроила представителей профсообщества, за исключением сильно размытых, по их мнению, требований к пятизвездочным гостиницам, что вызывало много вопросов. Так, гостинице, в которой больше 50 номеров, для получения заветных пяти звезд требовалось набрать от 97 до 132 баллов. Это положение было, мягко говоря, немного неопределенным. В проекте постановления к утвержденному положению условие смягчено до «более 96 баллов». Для гостиниц, имеющих менее 50 номеров, теперь достаточно будет набрать более 75 баллов (было от 76 до 104), для курортных отелей — более 103 (было от 104 до 142 баллов), для гостиниц, находящихся в зданиях, расположенных на территории исторических поселений, — более 73 баллов (от 74 до 101), а гостиницы, расположенные в зданиях, являющихся объектами культурного наследия, должны для подтверждения своего пятизвездочного статуса набрать более 70 баллов (было от 71 до 97).

При этом такие основные показатели качества обслуживания гостей, как вежливое обращение персонала, наличие внешнего и внутреннего освещения здания и номеров, необходимой мебели, горячей и холодной воды, снизить не получится, поскольку по ним установлены определенные, не снижаемые нормы баллов. Снизить комфортность гостиниц позволят только за счет вычета таких дополнительных услуг, как, к примеру, наличие табурета или стульчика в ванной комнате, подогрев пола, наличие фена в апаротеле. Кстати, отсутствие стульчика в ванной, за который дают 1 балл, можно компенсировать факсимильным аппаратом, который прибавляет гостинице сразу 2 балла.

<https://www.mk.ru/social/2019/04/28/v-rossii-pomenyayut-poryadok-opredeleniya-zvezdnosti-gostinic.html>

#### **4. Туристская и гостиничная недвижимость Москвы и московского региона: аналитика, новости**

##### **Гостиница «AC Hotels by Marriott» начнет работать в Москве**

Соответствующее соглашение было подписано между компаниями «Marriott» и «Rossmils». Планируется открыть четырехзвездочную гостиницу с номерным фондом в 240 номеров. Предполагается, что отель сможет принять первых гостей уже в 2020 году. Эксперты оценивают инвестиции в проект в сумму более 100 миллионов долларов США.

Здание, в котором планируется открыть гостиницу, располагается в Москве по адресу Большая Садовая улица, 8/1. Недалеко от гостиницы расположена станция метро «Маяковская», что позволит очень быстро добраться до основных городских достопримечательностей. Площадь здания составляет 14 000 квадратных метров. Ранее в нем располагался популярный московский клуб «Б2». В 2013 году объект приобрела компания «Rossmils». В планах было размещение по этому адресу люксового апарт-комплекса. Однако позже намерения компании изменились.

Отметим, что гостиница под торговой маркой «AC Hotels by Marriott» впервые открывается на территории России и стран СНГ. Этот гостиничный бренд был создан в Испании в 1998 году. В 2011 он перешел под управление компании «Marriott». Напомним, что в апреле 2019 года этот гостиничный оператор достиг отметки 7000 отелей в своем портфолио. На достигнутом в компании не планируют останавливаться. К 2021 году планируется увеличить количество гостиниц под управлением «Marriott» на 1 800 объектов.

<https://hotelier.pro/news/item/3920-gostinitsa-ac-hotels-by-marriott-nachnet-rabotat-v-moskve>

##### **Где в новой Москве построят замечательную 9-этажную гостиницу**

Власти Москвы разрешили возведение в Новой Москве гостиничного комплекса по адресу: ул. Солнечная, город Московский, уч. 164ю/1 (НАО).

Как сегодня Недвижимости.RU рассказал председатель Мосгосстройнадзора Олег Антосенко, работы на стройплощадке объекта будут вестись за счет инвестора и должны завершиться до 1 сентября 2020 года.

Отель в 10,5 тыс. кв. м на 218 номеров встанет между ТЦ с выставочными залами и офисами и ФОКом с бассейном. В его 4-9-этажном здании также будут вестибюль, ресепшн, кафе с обеденным залом, служебные и технические помещения.

Прилегающую территорию, естественно, благоустроят проездами и проходами, газонами, деревьями, кустарниками и стоянкой на 24 авто.

[https://ianed.ru/2019/04/26/где-в-новой-москве-построят-замечател/?utm\\_source=yxnews&utm\\_medium=desktop](https://ianed.ru/2019/04/26/где-в-новой-москве-построят-замечател/?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop)

## 5. Анализ и события российского и московского туристско-гостиничного рынка

### Не одним чемпионатом мира: гостиничные рынки Москвы и Санкт-Петербурга продолжили наращивать показатели в 1-м квартале 2019 года

\*Анализ на основе данных STR. Основу анализа составляют отели под международными и локальными брендами.

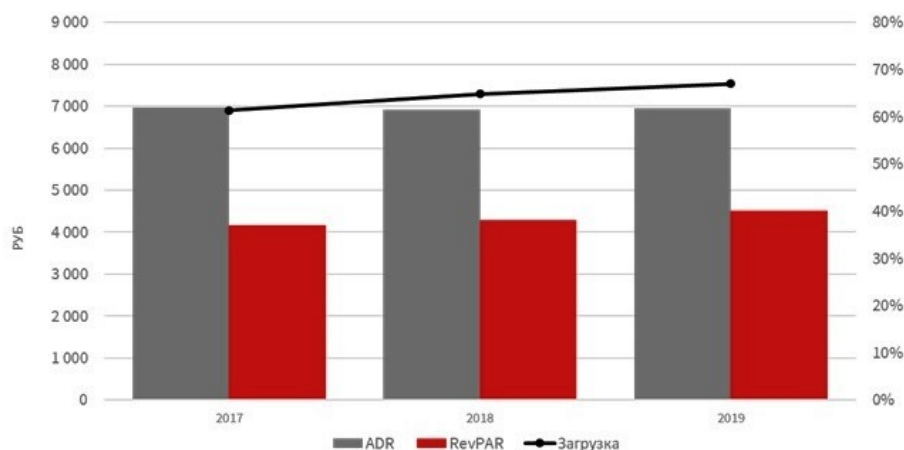
\*) Исследователи John Lang LaSalle Cushman & Wakefield базируют заключения об «отелях Москвы, С. Петербурга, Московской облсти» на анализе т.н. «качественного» гостиничного фонда, относящегося к управлению международными сетевыми операторами и части современных отелей национальных сетей. Для значительного числа гостиниц Москвы, не относящихся к этой категории, анализ представляется исключительно в порядке информации – их операционные показатели здесь не представлены и не проанализированы.

Москва, Санкт-Петербург, 24 апреля 2019 года – Компания JLL представляет результаты 1-го квартала 2019 года на рынке брендированных гостиниц Москвы, Московской области и Санкт-Петербурга\*.

«2019 год должен стать, согласно ожиданиям рынка, временем “возврата к реальности” после чемпионата миру по футболу, а также проверкой на прочность внешнего интереса к российским городам. Начало года на двух главных гостиничных рынках страны не дает оснований для беспокойства», – считает Татьяна Веллер, руководитель департамента гостиничного бизнеса компании JLL.

В 1-м квартале 2019 года московские отели продолжили рост всех средневзвешенных показателей по сравнению с тем же периодом прошлых лет. Загрузка выросла на 2 п.п. и достигла рекордных 67% параллельно с совсем небольшим увеличением среднего тарифа (ADR) – менее чем на 1%, до почти 7 тыс. руб. Таким образом, доходность московских гостиниц (RevPAR) поднялась на 5% и составила 4,5 тыс. руб. на номер.

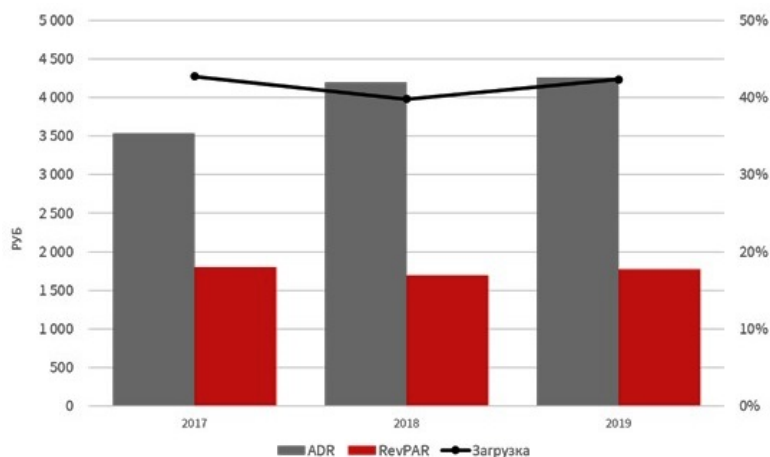
Операционные показатели брендированных гостиниц Москвы в 1-м квартале



Источник: JLL, STR

В Санкт-Петербурге в целом по рынку ситуация похожая: рост загрузки на 3 п.п. по сравнению с 1-м кварталом 2018 года, что позволило заполнить 42% номеров на рынке. Немного увеличившийся средний тариф – на 1,4%, до 4,3 тыс. руб., дал в итоге 5%-й рост RevPAR, до 1,8 тыс. руб. на номер.

## Операционные показатели брендированных гостиниц Санкт-Петербурга в 1-м квартале



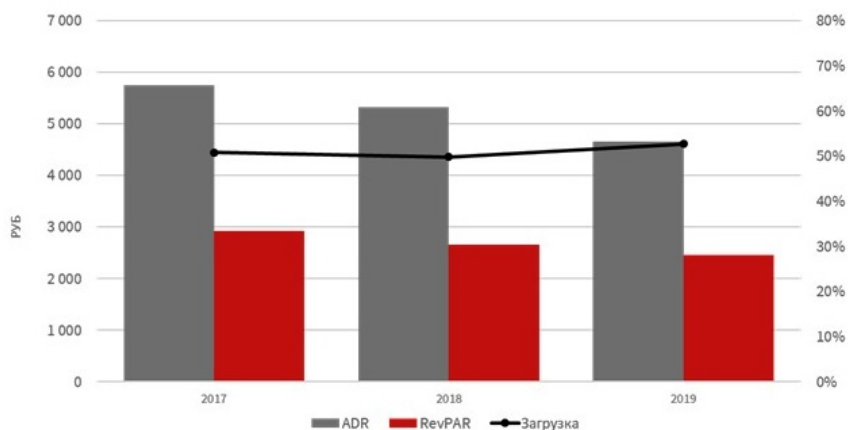
Источник: JLL, STR

В столице лидером по уровню загрузки стал верхний предел среднего ценового сегмента (74%), а лидером по ее динамике – верхний предел высокого ценового сегмента (рост на 7 п.п., 60%). Падение показателя было отмечено только в среднем ценовом сегменте – на 3 п.п., до 63%. В Петербурге же самый высокий процент проданных номеров был в высоком ценовом сегменте – 59%, а лучшая динамика – в среднем (рост на 4 п.п., до 40%).

«Люксовые отели стали единственным сегментом московского рынка, который зафиксировал рост всех операционных показателей в 1-м квартале. В том числе самые дорогие гостиницы продемонстрировали наивысший по рынку рост среднего тарифа – на 4%, до 18,6 тыс. руб. На фоне восстановления загрузки до 56% доходность на проданный номер выросла на 7%, до 10,4 тыс. руб., – комментирует Татьяна Веллер. – В Северной же столице гостей в люксе стало немного меньше: загрузка снизилась по сравнению с 1-м кварталом 2018 года на 1,2 п.п., до 36%, но платить они были готовы немного больше: ADR вырос на 3,5%, до почти 12 тыс. руб. В результате RevPAR остался на том же уровне – 4,3 тыс. руб. Стоит отметить, что люкс стал единственным гостиничным сегментом в Петербурге, где упала загрузка в начале года».

Подмосковные отели в 1-м квартале нарастили загрузку на 3 п.п., до максимального уровня за последние четыре года – почти до 53%, потеряв при этом 13% в тарифе. ADR снизился до минимального значения за тот же период (4,7 тыс. руб.), а доходность на номер упала на 7,5%, до 2,5 тыс. руб.

## Операционные показатели брендированных гостиниц Московской области в 1-м квартале



Источник: JLL, STR

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.  
Фокус – Москва и столичный регион

«Итак, пока отрасль “неплохо держится” по сравнению с 2018-м, но, безусловно, настоящим тестом на прочность для отелей современного стандарта в обеих столицах станут месяцы с мая по июль. В Москве мы прогнозируем снижение как загрузки, так и – особенно – тарифа. Помимо высокой базы прошлого года, влияние на показатели столичного рынка окажет и продолжающийся ввод гостиничного предложения. На 2019 год в Москве заявлено 1,1 тыс. брендированных номеров, из них 128 в “Holiday Inn Express Moscow Бауманская” вышло в 1-м квартале. Санкт-Петербург же имеет все шансы в этом году нас приятно удивить, ведь чемпионат мира не принес этому городу ожидаемых операционных результатов, да и новые брендированные номера на этот год там не запланированы», - заключает Татьяна Веллер.

<http://www.jll.ru/russia/ru-ru/новости/1311/гостиничные-рынки-москвы-и-санкт-петербурга-продолжили-наращивать-показатели-в-1-м-квартале-2019-года>

### **AZIMUT Hotels и «Лиза Алерт» стали партнерами для просветительской работы с детьми и родителями**

Некоммерческая организация «Лиза Алерт», созданная в 2010 году как волонтерское движение для поиска пропавших людей, сегодня известна по всей России. Она объединяет более 20000 человек в 46 регионах страны и, кроме непосредственно поисковых операций, ведет широкую просветительскую деятельность для взрослых и детей. Гостиничная сеть AZIMUT Hotels стала партнером «Лиза Алерт», предоставив свои конференц-залы по всей России для мероприятий поисково-спасательного отряда.

Весной 2019 года уже были проведены обучающие собрания «Лиза Алерт» на базе отелей AZIMUT в Санкт-Петербурге и в Москве. В Северной столице 30 и 31 марта в зале AZIMUT Отель Санкт-Петербург прошел квест для родителей и детей «Безвредные советы», целью которого было в игровой форме напомнить о правилах безопасности в городе и на природе. Среди обучающих мероприятий «Лизы Алерт» этот квест стал самым масштабным в России — в нем приняло участие около 1000 человек, в том числе 482 ребенка в возрасте 5-10 лет.

6 апреля в Москве на площадке AZIMUT Отель Олимпик стартовал обучающий курс для поисковиков «Лес на связи». Его основная задача — подготовить специалистов, способных по телефону вывести заблудившегося человека из леса. Подобные курсы регулярно проводятся ПСО «Лиза Алерт» с 2016 года. До конца апреля такие курсы также пройдут в отелях AZIMUT в Новосибирске и Мурманске.

*Максим Бродовский, генеральный директор AZIMUT Hotels:* «Быть социально ответственной компанией — один из основных принципов нашей работы, поэтому гостиницы AZIMUT стараются принимать самое активное участие в жизни местного сообщества. ПСО «Лиза Алерт» — уникальный проект как по своей значимости, так и по масштабу, решающий задачи, важность которых невозможно переоценить. Мы очень рады, что можем быть их партнерами в таком благородном деле».

*Григорий Сергеев, председатель ПСО «Лиза Алерт»:* «Ежегодно число заявок, которые приходят к нашим операторам, растет. Если в 2017 году их было 9 406, то в 2018 году — уже около 14000. И мы понимаем, что одной поисковой работы мало, важно организовать профилактику. У «Лизы Алерт» накоплен солидный арсенал игровых занятий, квестов, семинаров, посвященных теме безопасности, и предоставление современных оборудованных площадок, таких как залы гостиниц AZIMUT, особенно важно для нас».

<https://hotelier.pro/news/item/3916-azimut-hotels-i-liza-alert-stali-partnerami-dlya-prosvetitelskoj-raboty-s-detmi-i-roditelyami>

## **Продажа недостроенных отелей во Владивостоке с понижением цены была единственным выходом из ситуации с затянувшейся стройкой - Трутнев**

Петропавловск-Камчатский. 29 апреля. ИНТЕРФАКС - ДАЛЬНИЙ ВОСТОК - Продажа двух недостроенных 5-звездочных гостиничных комплексов во Владивостоке была единственным выходом из сложившейся ситуации с затянувшейся стройкой объектов, сообщил вице-премьер - полпред президента в Дальневосточном федеральном округе Юрий Трутнев журналистам в понедельник.

"Строить гостиницы и заводы необходимо за счет инвесторов, потому что они лучше понимают целеполагание и рачительно относятся к собственным средствам. Бюджетные средства не предназначены для строительства коммерческих объектов. У них другое предназначение. То, что продали с большой разницей в цене - плохо, но это единственный правильный выход, продать было необходимо", - сказал Ю.Трутнев.

Ранее сообщалось, что ООО "Парк-отель "Бурдугуз" (контролируется ПАО "Иркутскэнерго") заплатило за оба объекта 3,7 млрд рублей,

Объекты выставались на аукцион с понижением цены 15 апреля на площадке "Российского аукционного дома" (РАД) повторно (запланированные на январь этого года торги не состоялись из-за отсутствия заявок).

В качестве одного из лотов фигурировал многофункциональный отель премиум-класса со SPA-комплексом, расположенный на улице Набережной на мысе Бурном. Вместе с гостиничным комплексом покупателю переходит право аренды двух земельных участков общей площадью 31,2 тыс. кв. м. Начальная цена лота равнялась 4,9 млрд рублей, минимальная цена - 2,1 млрд рублей.

Другим лотом являлся многофункциональный гостиничный комплекс премиум-класса на Корабельной набережной в бухте Золотой Рог. В состав лота вошли здание площадью 6,1 тыс. кв. м (степень готовности - 60%) и земельный участок площадью 1,5 га. Начальная цена этого лота составляла 5,5 млрд рублей, минимальная цена - 1,6 млрд рублей.

Оба объекта были приобретены по минимальной цене: 2,1 млрд рублей и 1,6 млрд рублей соответственно.

Строительство двух пятизвездочных гостиниц - отеля делового типа на Корабельной набережной и SPA-отеля на мысе Бурный - было начато в рамках подготовки к саммиту АТЭС в 2012 году во Владивостоке.

В конце ноября 2018 года депутаты Законодательного собрания Приморья одобрили предложение администрации края о продаже недостроенных с 2010 года гостиниц, содержание которых ежемесячно обходится краевому бюджету в 32 млн рублей.

<http://www.interfax-russia.ru/FarEast/news.asp?sec=1671&id=1026682>

## **6. Практика, новинки и события туристско-гостиничного дела за рубежом и в странах СНГ**

### **В сети отелей «ibis» будут реализованы новые концепции гостеприимства**

Новые подходы были созданы на основе маркетинговых исследований потребительских предпочтений и ожиданий, которые проводились в нескольких странах. В России новые концепции были представлены в начале апреля 2019 года в Москве.

Основные изменения затронут общественные пространства в гостиницах. Одно из самых главных новшеств — постепенный отказ от стоек ресепшен, которые долгое время являлись отличительным атрибутом гостиничного бизнеса. Вместо них посетителей будут встречать сотрудники «команды улыбок ibis». Они помогут путешественнику пройти регистрацию в неформальной обстановке, например, за стойкой бара или в лобби. Естественно, гостям будет доступна возможность мобильной регистрации через приложение «PMS HOTEL Mobil».

Значительные изменения коснутся дизайна гостиниц. Было принято принципиальное решение от стандартизированных решений для всех отелей сети. Вместо них появятся 3 дизайн-концепции: Agora, Square, Plaza. Над их созданием работали дизайнеры из стран Европы, Латинской Америки и Азии. При разработке каждой концепции учитывалась специфика местных рынков. Центральным местом в гостинице стане зона лобби-бара. Это будет открытое пространство, оснащенное удобной трансформируемой мебелью, где будет комфортно общаться, работать, устраивать встречи.

При разработке новой концепции бренда специалисты компании «ibis» руководствовались следующими глобальными тенденциями, которые будут оказывать значительное влияние на индустрию туризма. Во-первых, это вкусы и предпочтения поколения миллениалов. Во-вторых, влияние социальных сетей на жизнь современного человека. В частности, интерьер гостиницы должен быть таким, что тут же возникает желание сделать фотографию и разместить ее в Instagram. В-третьих, быстрый ритм жизни. Все должно быть быстрым, доступным и понятным, в противном случае это просто не нужно. Большой упор в процессе создания новых концепций делался на экологичность, заботу об окружающей среде.

<https://hotelier.pro/news/item/3918-v-seti-otelej-ibis-budut-realizovany-novye-kontseptsii-gostepriimstva>

### **«Marriott» планирует построить самый высокий модульный отель в мире**

Объект будет расположен в Нью-Йорке. Высота здания составит почти 110 метров. Завершение строительства намечено на конец 2020 года.

Модули для новой гостиницы произведут на польской фабрике. После того как они будут доставлены в Нью-Йорк, сборка отеля займет всего 90 дней. Каждый модуль уже на фабрике оснастят всем необходимым для комфортного проживания. В здании будет 26 этажей. Номерной фонд составит 168 единиц. Бар, который располагается на крыше отеля, также построят при помощи модульных технологий. Для строительства ресторана и лобби планируется использовать традиционные технологии. Стоимость реализации проекта составляет 65 миллионов долларов США.

В компании «Marriott» считают, что строительные технологии в Северной Америке не особенно изменялись за последнее время. Поэтому, строительство самого высокого модульного отеля в Нью-Йорке безусловно привлечет дополнительное внимание к новой технологии строительства гостиниц. С этим трудно не согласиться.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

Представитель компании «Bloomberg» отметил одно из преимуществ модульного строительства. Постояльцев будет значительно меньше беспокоить шум из других номеров. При традиционных технологиях строительства соседние номера имеют общие стены. По ним практически без потерь передается структурный шум. Модульные технологии строительства лишены этого недостатка: у соседних номеров просто нет общих стен.

<https://hotelier.pro/news/item/3913-marriott-planiruet-postroit-samyj-vysokij-modulnyj-otel-v-mire>

## 7. Интересное для отельеров

### Как привести на форму бронирования больше гостей

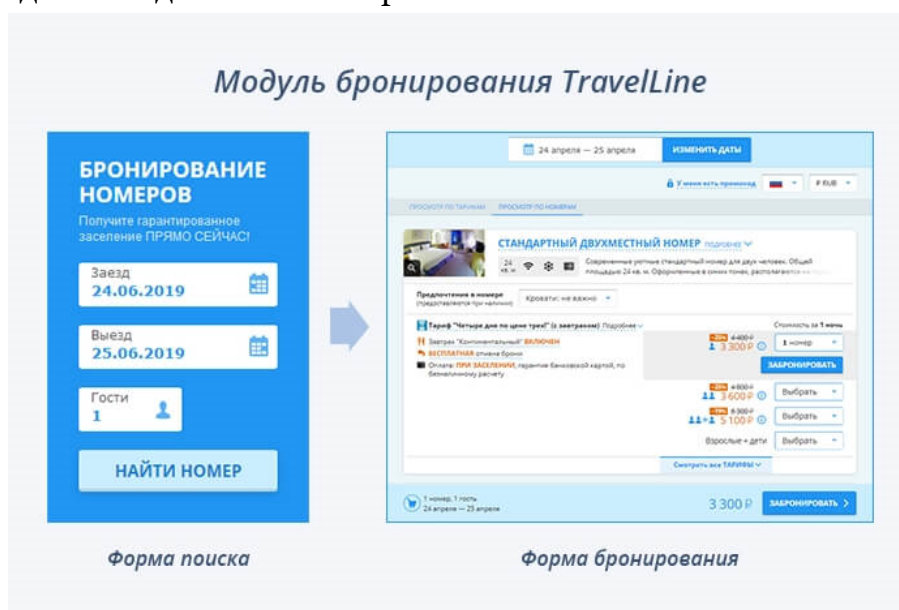
Чтобы сайт отеля эффективно продавал, до формы бронирования должны доходить не менее 30% посетителей сайта. Это данные наших аналитиков.

Рассказываю, как легко увеличить количество переходов на форму бронирования с официального сайта.

#### Сделать форму поиска заметной и доступной со всех страниц

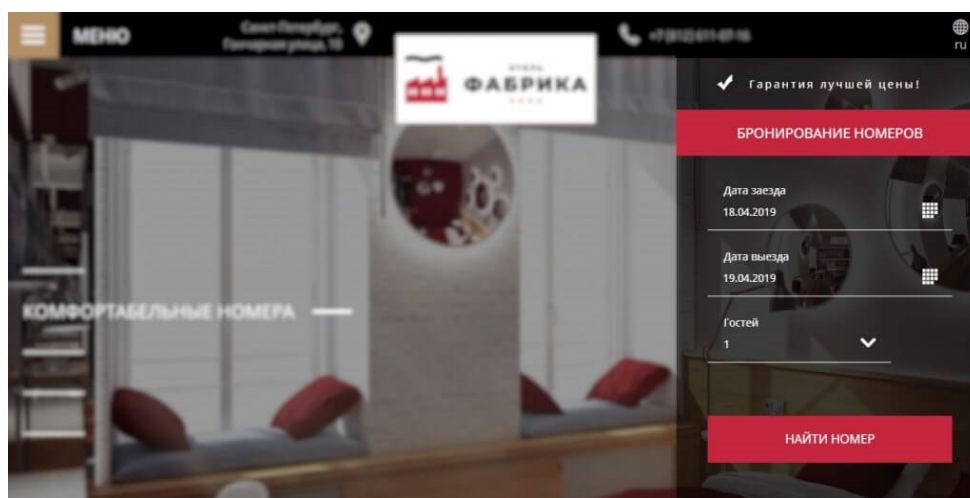
Форма поиска — это окно на сайте, где гость выбирает даты проживания, количество гостей, нажимает кнопку «Найти номер» и переходит на форму бронирования.

Форма бронирования — это страница на сайте, где гость выбирает номер, тариф, допуслуги, вводит свои данные и выбирает способ оплаты.



Продающая форма поиска хорошо заметна на сайте:

- находится на видном месте;
- подходит под дизайн вашего сайта;
- имеет контрастную кнопку «Забронировать» или «Найти номер».



Форма поиска на сайте отеля «Фабрика»

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.  
Фокус – Москва и столичный регион

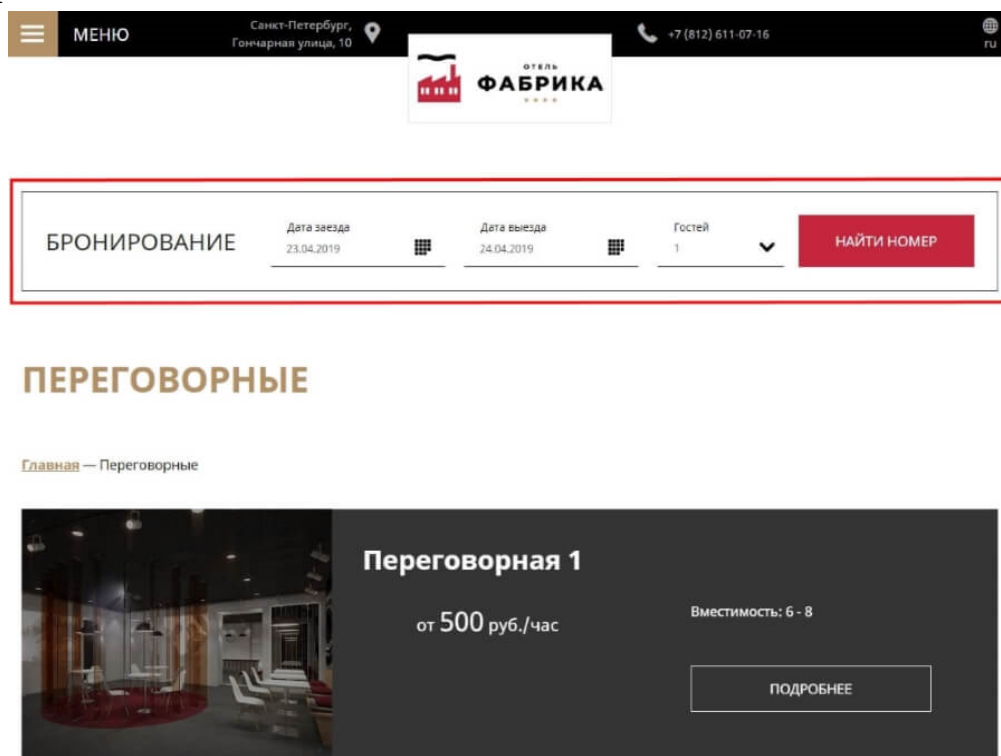
Когда выбираете модуль онлайн-бронирования для сайта, убедитесь, что форма поиска выглядит броско и подстраивается под ваш фирменный стиль. Поэкспериментируйте с цветами и размером формы поиска в конструкторе модуля бронирования TL: Отель.

Форму поиска не должны перекрывать всплывающие окна, чаты, уведомления, иначе гость не увидит ее и не перейдет к бронированию.



Форму поиска не видно из-за уведомления об использовании файлов cookie!

Чтобы гость мог забронировать из любого раздела, сделайте форму поиска сквозной. Она будет отображаться на всех страницах сайта, и гостю не придется искать путь к бронированию.



Сквозная форма поиска на сайте отеля «Фабрика»

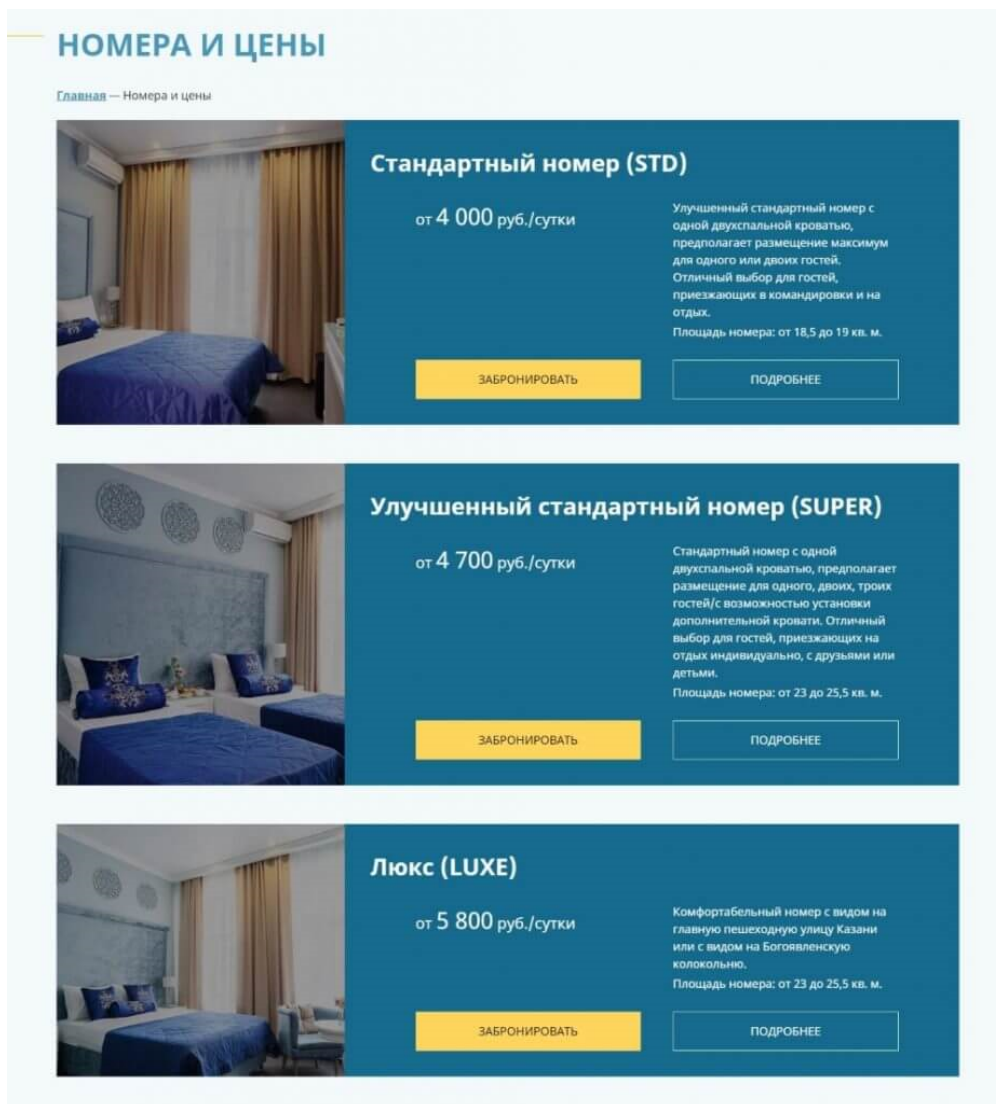
Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.  
Фокус – Москва и столичный регион

### Добавить кнопки «Забронировать» на основные продающие страницы

Гость может зайти на страницу с номерами или спецпредложениями и именно там принять решение о бронировании. Сократите его путь к бронированию: добавьте на эти страницы кнопки «Забронировать» и получайте еще больше броней с сайта.

#### Страница «Номера и цены»

Где должна быть кнопка «Забронировать»: рядом с каждой категорией номера.



Страница «Номера» на сайте отеля Hotel Kaganat

Куда должна вести кнопка: на форму бронирования той категории номера, которую выбрал гость.

Например, гость нажал «Забронировать» рядом с категорией номера «Стандарт». Тогда он увидит эту страницу.

22 мая — 23 мая 1 номер, 1 гость Изменить даты

ПРОСМОТР ПО ТАРИФАМ ПРОСМОТР ПО НОМЕРАМ

**Стандартный номер с одной двухспальной кроватью** Подробнее

Элегантный, светлый номер для 1-2 человек со своей ванной комнатой для отпуска или деловой поездки. Вид на Богоявленскую колокольню или внутренний дворик.

Предпочтения в номере (предоставляются при наличии) Кровати: не важно

**Невозвратный тариф с завтраком** Стоимость за 1 ночь

Завтрак "Континентальный" **ВКЛЮЧЕН** -10% 5 000 ₽ 4 200 ₽ Забронировать

Условия отмены

Оплата: гарантия банковской картой

**Невозвратный тариф без завтрака** Стоимость за 1 ночь

Условия отмены -10% 5 000 ₽ 4 500 ₽ Забронировать

Оплата: гарантия банковской картой

Смотреть все ТАРИФЫ

+ Показать другие доступные номера

Форма онлайн-бронирования на сайте отеля Hotel Kaganat

## Страница отдельного номера

Где должна быть кнопка «Забронировать»: рядом с ценами и подробным описанием номера.

**ЛЮКС (LUXE)**

Главная — Номера и цены — Люкс (LUXE)

Одноместное Двухместное

7 300 руб./сутки 7 600 руб./сутки

Забронировать номер

Площадь номера: от 23 до 25,5 кв. м.

Площадь номера от 23 метров до 25,5 метров. В Вашем распоряжении кровать 160х200/180х200, возможность установить дополнительную кровать, Wi-Fi, индивидуальный сейф, мини-бар, консоль, торшер, 2 кресла, кофейный столик, плазменный телевизор (около 200 программ), кондиционер, внутренняя связь с ресепшн, гардероб, письменные принадлежности, шторы black out, чайная станция, комплиментарно и ежедневно чай, кофе, вода. Континентальный завтрак (breakfast to go) приносится в номер или можно забрать на кухне.

Страница отдельного номера на сайте отеля Hotel Kaganat

Куда должна вести кнопка: на форму бронирования той категории номера, которую выбрал гость.

22 апреля — 23 апреля 1 номер, 1 гость Изменить даты

ПРОСМОТР ПО ТАРИФАМ ПРОСМОТР ПО НОМЕРАМ

**ЛЮКС** Подробнее

Элегантный, большой светлый номер с двумя окнами, с большой кроватью и своей ванной комнатой, с видом на историческую пешеходную улицу Баумана, либо на Богоявленскую колокольню, либо в:

Предпочтения в номере (предоставляются при наличии) Кровати: не важно

**Невозвратный тариф без завтрака** Стоимость за 1 ночь

Условия отмены -25% 9 300 ₽ 7 300 ₽ Забронировать

Оплата: гарантия банковской картой

**Невозвратный тариф с завтраком** Стоимость за 1 ночь

Завтрак "Континентальный" **ВКЛЮЧЕН** -10% 9 300 ₽ 7 800 ₽ Забронировать

Условия отмены

Оплата: гарантия банковской картой

Смотреть все ТАРИФЫ

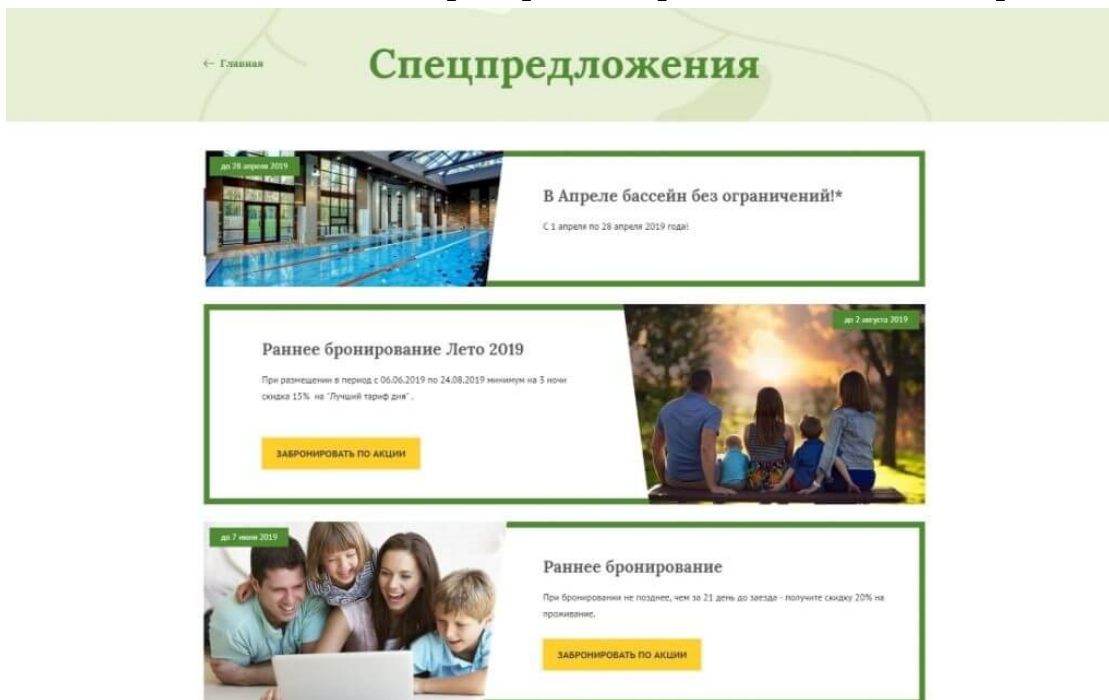
+ Показать другие доступные номера

Форма онлайн-бронирования на сайте отеля Hotel Kaganat

Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.  
Фокус – Москва и столичный регион

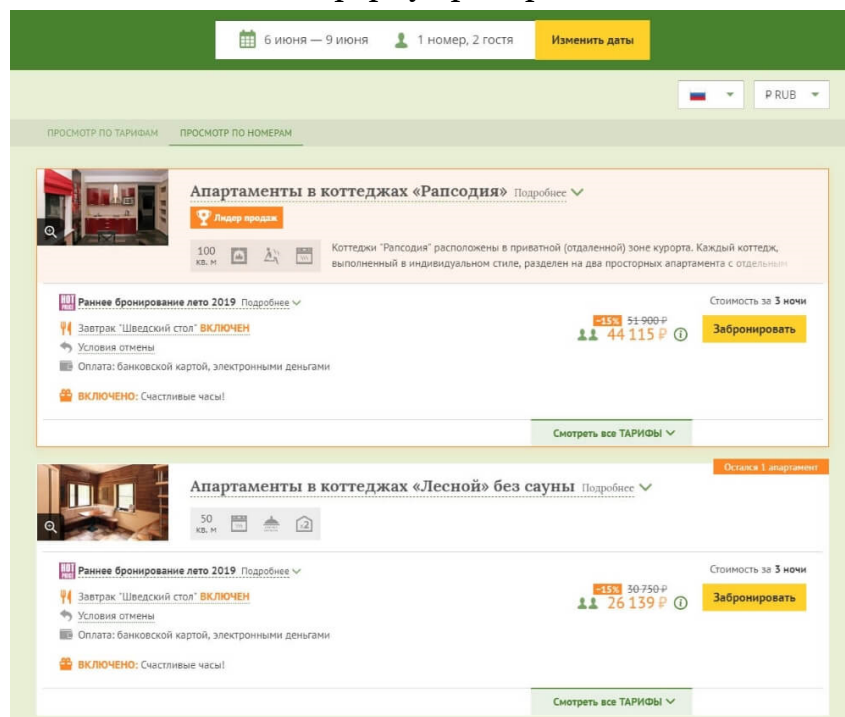
## Страница «Акции и спецпредложения»

Где должна быть кнопка «Забронировать»: рядом с описанием и сроками акции.



Страница «Спецпредложения» с кнопкой «Забронировать» на сайте отеля «Лесная Рапсодия»

Куда должна вести кнопка: на форму бронирования с акционным тарифом.



Бронирование по спецпредложению на сайте отеля «Лесная Рапсодия»

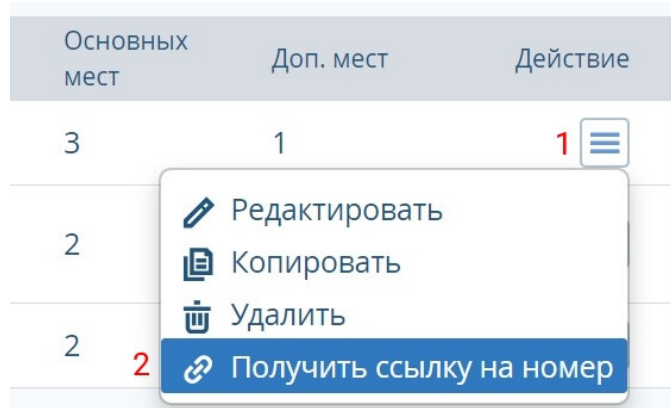
Чтобы кнопки «Забронировать» вели на форму бронирования акции или нужной категории номера, вам понадобятся прямые ссылки на них.

## Где взять ссылки для кнопок «Забронировать»

Чтобы получить ссылку на бронирование определенной категории номера:

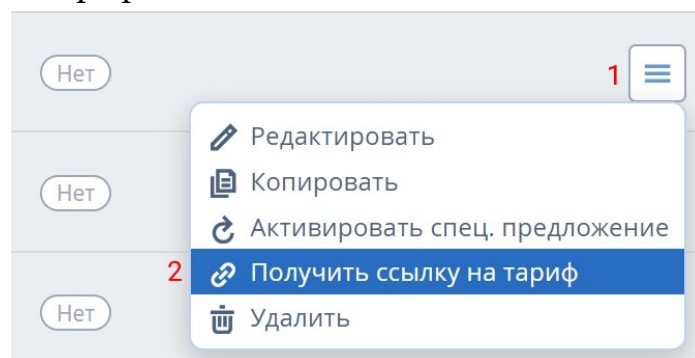
Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.  
Фокус – Москва и столичный регион

- Убедитесь, что категории номеров на сайте и в личном кабинете TravelLine совпадают.
- В разделе личного кабинета «Управление номерами» → «Категории номеров» нажмите на кнопку «Действие» → «Получить ссылку на номер».



*Чтобы получить ссылку на бронирование по акции или спецпредложению:*

- Убедитесь, что для каждой акции в личном кабинете TravelLine созданы отдельные тарифы.
- В разделе личного кабинета «Управление номерами» → «Тарифные планы и спецпредложения» нажмите на кнопку «Действие» → «Получить ссылку на тариф».



Если вы пользуетесь модулем *онлайн-бронирования TL: Отель* и хотите установить кнопки «Забронировать», напишите в нашу службу поддержки [support@travelline.ru](mailto:support@travelline.ru). Специалисты TravelLine поставят кнопки на отдельные страницы номеров и спецпредложений бесплатно.

#### *Что запомнить*

Чтобы броней с сайта стало больше, добавьте на сайт:

Заметную форму поиска, доступную со всех страниц.

Кнопки «Забронировать» на продающие страницы:

- «Номера и цены».
- Страницы отдельного номера.
- «Акции и спецпредложения».

Сергей Петряков, Руководитель отдела развития бизнеса TRAVELINE

<https://hotelier.pro/news/item/3914-kak-privesti-na-formu-bronirovaniya-bolshe-gostej>

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

## **Сколько денег вы потеряли сегодня?**

Именно с этого вопроса мы начинаем общение с каждым новым клиентом.

Именно с этого вопроса мы начинаем каждую последующую встречу с клиентом.

Это единственный вопрос, который должен задавать себе каждый вечер каждый собственник.

Пусть вас не вводит в заблуждение, казалось бы, излишняя упрощённость этого вопроса. На самом деле в бизнесе всё просто: можешь – зарабатываешь и остаёшься в деле, не можешь – теряешь всё.

Давайте обратимся к азам экономики и вспомним определение самого слова «бизнес».

*Бизнес (англ. business — дело, занятие, предприятие) — деятельность, направленная на систематическое получение прибыли.*

Ключевое слово – «прибыль»! Нет прибыли – нет бизнеса, всё элементарно.

Многие бизнесмены не склонны к анализу результатов деятельности своих предприятий. Многие не понимают зачем это делать. Мол, бизнес «качает», деньги есть, всё в порядке. И какое-то время, иногда даже продолжительное, это работает. Бизнес на подъёме, деньги текут рекой, конкуренты посрамлены, клиенты выстраиваются в очередь, чтобы отдать вам деньги. Но рано или поздно это заканчивается. Вот уже и клиенты начинают уходить к конкурентам, вот и прибыли стремительно тают, а потом, глядишь, и ты уже начинаешь вкладывать свои деньги в оборот, чтобы удержать свой тонущий Титаник на плаву.

А ведь всё было прекрасно – яхты, Бали, красивые женщины, мощные машины, вышколенный персонал шикарных отелей с неизменными улыбками, личный самолёт, огромный дом, и не один...

И приходится со всем этим прощаться. Сначала с самолётом, потом с яхтой, потом и со всеми остальными приятностями жизни.

Но как же так? Почему? Ведь вчера ещё всё было так хорошо!

Разгадка, как вы уже, наверное, догадались, заключается в том, что всё это время вы ни разу не задали себе один неприятный вопрос – «сколько денег я потерял сегодня?».

И правда, глупо задавать себе неприятный вопрос, тем более, когда ты каждый день зарабатываешь. И зарабатываешь немало!

Этот вопрос принято задавать себе только тогда, когда бизнесмен уже всюду спасает бизнес денежными вливаниями. И то далеко не каждый может осмысленно задать себе этот вопрос и не менее осмысленно ответить. Но, как бы там ни было, уже поздно. Всё никогда не будет таким, как раньше. Всё теперь изменилось. Теперь нужно судорожно вникать во все рабочие процессы, понимать, что и где идёт не так, пытаться на ходу латать дыры и пробоины, пытаться продержаться тонущую посудину на плаву как можно дольше.

Возможно, у вас получится. Возможно, нет.

А ведь был простой способ если не предотвратить крушение, то хотя бы минимизировать потери.

*Вам было достаточно каждый вечер задавать себе простой вопрос: «сколько денег я потерял сегодня?».*

Вы мне возразите – о каких потерях идёт речь, если бизнес растёт, развивается и приносит прибыль? И я вам отвечу – а вы уверены, что КПД вашего бизнеса, скажем, 80%, а не 30% или 45%? Или 10%? Я намеренно не говорю про 100%, так как идеальных систем не существует, таков уж наш мир, ничего идеального здесь нет, кроме, разве что, идеальной человеческой некомпетентности. Примеры приводить не буду, вы и так их прекрасно знаете. Если КПД вашего бизнеса 70%, то вы как минимум недозарабатываете процентов 15, а то и все 20!

Если КПД ниже – считайте сами.

Приведу пример из недалёкого прошлого. Когда мы с коллегами анализируем показатели наших клиентов во время проведения Чемпионата Мира по футболу 2018 года, то любой человек может наглядно увидеть о чём шла речь в предыдущих абзацах.

Государство позаботилось об отелях, и установило максимальные тарифы на размещение для всех категорий номеров и всех типов отелей, то есть, задало чёткий критерий значения КПД 100%. Редкая удача! Идеальная возможность для оценки качества менеджмента отеля и адекватности выбранной стратегии продаж. Можно разом ответить на все вопросы и понять, что делать дальше. Что же показывает суровая российская действительность?

Ни в одном отеле, который мы оценивали по этому принципу, разумеется, не было стопроцентного показателя. Однако, были оценки в 83%, 86% и даже 91%! Однако, основная масса оказалась на уровне 47%-68%. И это фиаско. Это полная нежизнеспособность бизнеса и показатель качества его руководства.

*Рассмотрим на примере московских отелей категории 4 звезды.*

Как можно продавать номер, который тебе государство разрешило (читай – дало возможность) продавать по 20 000 рублей, добровольно продать за 8 000? Как можно его продать за 12 800? Как можно его продать за 15 300? Как?!?

Его можно продать только за 20 000, ведь всем остальным поставлена такая же цель. Туристов в городе будет масса, на всех номеров не хватает, у тебя нет никакой потребности кого-то привлекать демпингом, у тебя и так номера бронируют! Но на деле всё не так...

Многие продавцы ориентировались на выполнение бюджета, а не на получение максимальной выгоды. Многие бюджеты были свёрстаны заранее с учётом не самых высоких цен. Все знали, что бизнес к ним и так придёт, и на всякий случай поставили себе «консервативный» прогноз по выручке. Разумеется, этот прогноз многие радостно перевыполнили, взяв загрузкой. Есть, есть у отдельно взятых продавцов одна очень нехорошая черта – они ничего не хотят понимать в финансах, и никогда не задумываются о том, что помимо доходной части есть и расходная. Они считают только выручку, которую сделали, забывая зачастую даже о том, что с этой выручки придётся отдать комиссию агентам.

Никто не думает о том, что 100 проданных номеров по 10 000 рублей по затратам на их обслуживание гораздо выше, чем 50 таких же номеров, но реализованных по 20 000 рублей. Уже не говоря о том, что отчисления на питание тоже выше в первом случае, чем во втором. А расходы в F&V несоизмеримо выше расходов номерного фонда.

В итоге мы имеем ситуацию, в которой бюджет по доходам вроде выполнен, а по расходам – ужас-ужас, всё плохо и печально. Самое нехорошее в этой ситуации, что контролирующие лица – генеральные менеджеры, управляющие компании или доверенные лица собственников этот момент зачастую упускают.

А потом возникает вопросы вроде «а где моя прибыль?», «а почему так мало?», «а почему вы сработали вполсилы?» и т.п.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

В этой ситуации нет общего и универсального алгоритма по исправлению сложившегося положения дел. Каждый случай уникален, и нужно внимательно изучать все аспекты деятельности отеля. Зачастую решение проблемы так или иначе приводит к смене топ-менеджмента, и здесь главное – не совершать резких и необдуманных кадровых решений. В пылу борьбы с непрофессионалами можно запросто лишиться хороших профессиональных сотрудников, которые готовы честно трудиться и зарабатывать деньги для собственника.

Для того, чтобы отработать все шаги по улучшению бизнеса чётко и с минимальными рисками, нужно привлечь профессиональную команду, которая сможет дать детальный отчёт по состоянию дел в вашем отеле. Вы получите не только анализ текущего положения дел, но и план действий по внедрению изменений.

Нужно понимать, что загубить бизнес несложно, испортить репутацию и уронить выручку тоже несложно, а вот вернуть себе доброе имя, хорошие обороты и достойную прибыль – дело кропотливое, зачастую затратное (как в финансовом, так и временном отношении) и сложное. Но в компании с профессионалами этот процесс будет спланированным, прозрачным и успешным.

<https://hotelier.pro/news/item/3915-skolko-deneg-vy-poteryali-segodnya>

### **Трансформация пришла в гостиничный бизнес: как отели решают проблему с плохим Wi-Fi**

Компании по всему миру переживают стремительный рост технологической составляющей в структуре своих доходов. Исключением не стал и гостиничный бизнес. Оказывается, можно зарабатывать больше, просто «починив» Wi-Fi-соединение.

#### *Wi-Fi стал отраслевой тенденцией*

Технологии начали играть все более значимую роль даже в таких, казалось бы, консервативных отраслях, как гостиничный бизнес. Гостиницам и отелям важно создавать уют, одной из частей которого становится качественный доступ к Wi-Fi. Но многие отели относятся к этому вопросу недостаточно скрупулезно. Часто ли бывало так, что даже в престижной гостинице покрытия было недостаточно хорошим, и вы испытывали трудности при подключении к сети? Эта мелочь может сильно испортить впечатление от отдыха, и в следующий раз вы не поедете ни в этот отель, ни вообще в эту сеть.

«Мы постоянно опрашиваем всех наших гостей и спрашиваем их, что мы можем сделать лучше, – приводит пример Властимир Иванчич (Vlastimir Ivancic), ИТ-директор хорватской сети отелей Valamar. – Неудивительно, что одной из тем, которая обсуждалась во всех отзывах наших гостей, было улучшение Wi-Fi. Стало очевидно, что наши Wi-Fi-сервисы оказались не на том уровне, на котором они должны были быть. Соединение часто было медленным или обрывалось, клиенты постоянно из-за этого беспокоились».

«Мы имели ограниченный радиус покрытия сети Wi-Fi, которая не годилась для современных мобильных постояльцев, владеющих цифровыми технологиями, – рассказывает Дания Дьюк (Dania Duke), главный управляющий отеля Hyatt Regency Santa Clara, который расположен в Силиконовой долине. – Мы быстро поняли, что для того, чтобы сохранить конкурентоспособность, нам нужна максимально быстрая и максимально доступная сеть Wi-Fi».

#### *Собственные решения удорожают проекты*

Попытки развернуть универсальные решения, как правило, заканчиваются провалом. Да, вы можете сделать это в отдельном отеле, ведь его обстановка и стены никак не изменят своего положения в пространстве. А что, если у вас сеть из 33 гостиниц, как у Valamar? Вам потребуется 33 инфраструктурных варианта.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

«А есть еще кемпинги, которые мы проводим каждый год, – добавляет Властимир Иванчич. – В начале каждого сезона мы проводим скрининг определенных районов. Мы смотрим на архитектуру системы и решаем любые видимые проблемы. Но эти среды всегда в движении. Весной листьев на деревьях нет, и они не препятствуют распространению сигнала. Летом – препятствуют. В одну неделю на пляже может стоять низкая палатка, а в другую – большой металлический трейлер».

Для сети Valamar ручное развертывание собственного решения потребовало бы увеличения инвестиций в Wi-Fi-инфраструктуру на 851%! Кроме гостей, есть еще тысячи сотрудников, которые пользуются тем же соединением. Компания начала искать другие варианты. Бизнес-подразделение сформулировало задачу так: 100-процентное покрытие Wi-Fi соединением каждого квадратного сантиметра каждого из отелей сети.

Этот пример красноречив тем, что хорошо иллюстрирует технические потребности гостиничного бизнеса. Это не только качественный сигнал, но еще и ширина канала, предусматривающая колебания потребности гостей в пиковые периоды.

### *Комплексные решения приносят дополнительные прибыли*

Решением проблемы хорватской сети отелей стало комплексное решение от Cisco. Чем хорош такой подход: он решает не только основную проблему, но и много менее значимых.

Число необходимых точек доступа составило 6 тыс., а для обслуживания до 60 тыс. клиентов потребовалась пропускная способность от 30 до 40 Гбит/с. Интегратор также принялся за внедрение ряда решений, которые влияли на сами коммутаторы, типы соединений с сайтами и другие ресурсы. Главным элементом проекта стал центр обработки данных, в основе которого оказались серверы Cisco UCS C220-M4 и хранилища IBM. Удаленные локации Valamar, вроде кемпингов, подключены через VPN-провайдер L2.

«В целом мы получили от Cisco ряд критически важных продуктов, включая WLC 8540 с резервированием, внутренние точки доступа 1810W, 1815W, 1832L и 1852L, внешние точки доступа 1542L. Мы также использовали коммутаторы распределения и агрегации Catalyst 3850X и 3850, а также коммутаторы доступа SG550X и SG350. Все точки доступа были настроены в режиме FlexConnect для разгрузки WLC. Таким образом, мы прошли долгий путь, чтобы избежать тех узких мест, с которыми мы могли бы столкнуться», – перечисляет Властимир Иванчич.

В гостиницах также внедрили решение Cisco Prime, которое дает доступ к огромному объему информации об инцидентах на оборудовании, проблемах с радиосигналом, перегрузками сети.

В Hyatt Regency Santa Clara пошли еще дальше. Там тоже внедрили комплексное решение, но другое – Cisco Connected Mobile Experiences. Подключение к сети теперь происходит в автоматическом режиме, но важно другое – мобильная персонализация соединения. Сервис Cisco Mobility Services Engine определяет местоположение гостей и даже может отправлять им уведомления, например, о завершении уборки в номере или подаче автомобиля. Сеть Wi-Fi также используется для адресной рекламы, что повысило уровень удовлетворенности посетителей сервисом.

«Мы можем помочь людям определять свое местоположение и находить друг друга. Оповещения в реальном времени помогают нам выделять соответствующее количество сотрудников в зависимости от потока постояльцев. Мы увидели возможность преобразовать нашу инфраструктуру Wi-Fi из источника затрат в источник доходов», – отметила Дания Дьюк.

Этот план сработал – увеличение доходности составило 20%. Такие очевидные бизнес-преимущества подталкивают все больше сетей отелей по всему миру присмотреться к качеству своего Wi-Fi.

Помимо монетизации коммуникаций и роста удовлетворенности, бизнес может получить снижение операционных затрат через консолидация серверного оборудования и рационализацию работы ИТ-отделов благодаря централизации виртуализированной инфраструктуры. Например, комплексное решение Cisco solution for Hospitality добавляет оперативности общению персонала с клиентами, делая его практически мгновенным. Доступны и другие «фишки», вроде голосовых и видео-коммуникаций.

Унифицированные коммуникации при этом легко интегрируются друг с другом, благодаря чему поддерживают выполнение разнообразных задач (от IP-телефонии до текстовых чатов и многосторонних видеоконференций), а так же с PMS-системами и даже аналоговыми телефонами.

«Наши отели функционируют 24/7, поэтому мы нуждались в компании, способной обеспечить гарантированные услуги высокого уровня, которые позволили бы улучшить наши предложения. Мы нашли такую компанию в лице Mobilitie, которая применяет беспроводную сетевую инфраструктуру от Cisco Systems. Никакая другая компания в Лас Вегасе и даже в США не способна предложить столь же уникальные по масштабу, по количественным и качественным показателям беспроводные услуги, которыми мы теперь обладаем», – рассказывает Джон Боллен (John Bollen), старший вице-президент и руководитель направления цифровых систем в MGM Resorts International.

Бонусами таких решений становятся легкое развертывание и установка, быстрое повышение продуктивности, а также прямая защита инвестиций, которая достигается беспрепятственной миграции аппаратных средств, программного обеспечения и лицензий на более мощные коммуникационные системы Cisco.

Компания Cisco вместе с дистрибьютером, компанией Comptek, предлагают ознакомиться с типовыми дизайнами сетей для гостиниц разного размера, а также рассчитать стоимость оборудования для вашего отеля. Подробности – на сайте <http://ciscohub.comptek.ru>

<http://cnews.ru/link/a13941>

## 10 признаков легальной гостиницы



<https://welcometimes.ru/news/10-priznakov-legalnoy-gostinicy>

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

Фокус – Москва и столичный регион