

«СТРОИМ ОТЕЛЬ»



Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 1201-2020

С 01 по 07 декабря 2020 года

1. Государственное регулирование туристско-гостиничной отрасли и вопросы классификации гостиниц

Новый статус и полномочия Ростуризма

Новые санитарные правила для предприятий сферы HoReCa: основные отличия от прежних норм

Что в новых Правилах предоставления гостиничных услуг противоречит принципам управления доходом

Сюрприз туристу от Ростуризма

2. Гостиничный рынок Москвы и региона

Минимальная за всю историю загрузка гостиниц наблюдается в Москве

Maxima Domodedovo Hotel

Гостиницу на Ленинском проспекте сдадут в 2022 году

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Реанимация туризма.

«Гвоздь в крышку гроба туризма». Новогодний локдаун в Петербурге рискует сорвать программу кешбэка от Ростуризма

На строительство гостиниц в Калининградской области будет выделено 150 млн рублей

Летом 2021 года на Приполярном Урале появится глэмпинг-отель, но у туристической индустрии есть вопросы

4. Юридический практикум и происшествия, связанные с безопасностью гостиниц

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

Фокус – Москва и столичный регион

Новые «Правила предоставления гостиничных услуг». Разговор с юристом (1)

Осторожнее с апартаментами!

Эксперты ОСИГ предлагают ввести в ГОСТ понятие «глэмпинг»

Волгоградская судья выболтала схему по спасению гостиницы за взятку:
аудиозапись

Бронь в несуществующем отеле: как распознать мошеннический сайт-клон

5. Новости зарубежного гостинично-туристского рынка

UNWTO: Мир постепенно становится более открытым

Власти Таиланда в ближайший год планируют отказаться от массового
туризма

Автобус-гостиницу с лежащими пассажирами задержали в Атырау

6. Интересно для отельера

Правда и мифы об апартаментах

Целевая аудитория отеля: как найти и что предложить

Гость жалуется — это хорошо

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 туристско-гостиничной отрасли и вопросы классификации гостиниц

Новый статус и полномочия Ростуризма

С 5 декабря у Ростуризма появятся новые полномочия. Агентство будет разрабатывать основы госполитики в сфере туризма и проекты федеральных законов и нормативных правовых актов.

Правительственное постановление предусматривает передачу Федеральному агентству по туризму функций по выработке и реализации госполитики и нормативно-правовому регулированию в сфере туризма и туристской деятельности, координации деятельности по реализации приоритетных направлений туристской деятельности. Ведомство сможет вносить в правительство проекты федеральных законов, нормативных правовых актов президента и правительства и других документов, а также предложения по формированию основных направлений и принципов государственной политики в сфере туризма, определению форм.

Агентство также будет заниматься аккредитацией организаций, осуществляющих классификацию гостиниц, горнолыжных трасс и пляжей, вести их единый перечень на своем сайте. Ведомство также наделяется функциями госконтроля за деятельностью этих аккредитованных организаций. Кроме того, Ростуризм, будет разрабатывать национальные стандарты России и профессиональные стандарты в сфере туризма.

<https://www.pnp.ru/social/rosturizm-smozhet-vnosit-zakonoproekty.html>

Новые санитарные правила для предприятий сферы HoReCa: основные отличия от прежних норм

С 1 января 2021 года в стране начнут действовать новые «Санитарно-эпидемиологические требования к организации питания населения» *(пока опубликованный официальный текст не поступал).

Посмотрим, чем они отличаются от существующих норм и на что обратить внимание заведениям общепита.

Комментирует Ольга Пасько, доктор технических наук, профессор, директор Независимого центра сертификации и экспертизы HoReCaExpertGroup, эксперт – аудитор сертификации систем менеджмента безопасности пищевой промышленности, в том числе ХАССП, эксперт по классификации гостиниц и иных средств размещения.

Почему знание новых СанПиН – это важно?

- Раньше на предприятиях питания работал Технолог, он же был, по сути, и Аудитором. Сейчас эта профессия фактически «ушла». В ресторанах есть шеф-повара, авторы креативной кухни, которым в принципе вся эта технологическая «муль» зачастую не знакома. Многие шеф-повара эти «санпины» даже не читали.

Тем не менее, задача руководителей заведений общепита, а также проектировщиков и аудиторов – знать, понимать и соблюдать эти правила.

Сейчас мы наблюдаем диверсификацию ресторанного бизнеса. Ритейл «захватывает» деятельность ресторанов. К примеру, торговые сети начинают производить охлажденную кулинарную продукцию. Чтобы производить готовые блюда, они строят даже кулинарные цеха. Мощность выпуска этой продукции – от 3 до 5 тонн в смену, при этом риски производства здесь совсем другие. Соответственно, для таких предприятий СанПиН должны стать настольной книгой. Логично, что это же правило распространяется на «обычные» рестораны.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Новые СанПиН: краткий обзор

На мой взгляд, новые СанПиН изложены грамотнее, чем действующие Правила, они достаточно хорошо структурированы. Здесь появились термины, связанные с пищевой безопасностью.

Появились градация на биологические, химические, физические факторы (санитарно-эпидемиологические требования, направленные на предотвращение вредного воздействия этих факторов).

Появились отдельные требования к кейтерингу и к питанию отдельных категорий взрослого населения, а также особенности организации общественного питания детей.

Таким образом, новые Правила аккумулируют все виды организации питания. Хорошо это или плохо? С одной стороны, гигиенические требования едины. С другой стороны, операционный менеджмент и риски у каждого предприятия разные. К 1 января 2021 года Роспотребнадзор обещает нам визуализированные методические рекомендации с описанием каждого пункта этих санитарных правил. Таким образом, ждем методических рекомендаций РПН, и далее будем делать какие-то выводы.

Призываю настроиться на положительное отношение к этим нормам, хотя хотелось бы, чтобы нормативно-правовая база была лояльнее к рестораторам.

Далее рассмотрим общие требования СанПиН и что в них появилось принципиально нового.

Общие санитарно-эпидемиологические требования к предприятиям общественного питания, направленные на предотвращение вредного воздействия факторов среды обитания

1. Ежедневный производственный контроль

П. 2.1. Предприятия общественного питания должны проводить производственный контроль, основанный на принципах ХАССП (в английской транскрипции НАССР - Hazard Analysis and Critical Control Points), в соответствии с порядком и периодичностью, ... установленными предприятием общественного питания.

Раньше принципы ХАССП были зафиксированы только в Техническом регламенте Таможенного союза «О безопасности пищевой продукции». Сейчас система пищевой безопасности появилась в СанПиН.

Это значит, что нам необходимо вести производственный контроль, основанный на принципах ХАССП. Это включает в том числе ЕЖЕДНЕВНЫЙ контроль технических контрольных точек, например, температуры холодильных камер, температуры рубленых изделий, температурный режим раздачи (если он есть на предприятии) и др. Таким образом, в целях соблюдения пищевой безопасности необходимо контролировать ежедневно все, что может предоставлять определенные риски.

2. Соблюдение принципа поточности

П.2.5. В предприятиях общественного питания, оказывающих услуги общественного питания без выпуска пищевой продукции в свободное обращение, должна обеспечиваться последовательность (поточность) технологических процессов, исключающих встречные потоки сырья, сырых полуфабрикатов и готовой продукции, использованной и продезинфицированной посуды, а также встречного движения посетителей и участвующего в приготовлении продукции общественного питания персонала.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Таким образом, очень важно следить за принципом поточности уже на стадии проектирования ресторана (кондитерской, кофейни). К примеру, моечная столовая посуда должна располагаться отдельно от кухонной, готовые блюда не должны пересекаться с сырой продукцией.

Говоря откровенно, почти каждое небольшое предприятие общепита не соблюдает 100% принцип поточности, хотя этот принцип был и ранее зафиксирован в Техническом регламенте Таможенного союза. Если вы захотите пройти международный аудит, то для этого соблюдение принципов поточности будет обязательным.

Конечно, если проектируется крупный цех, крупный комбинат питания, то там поточность закладывается на самых первых этапах разработки проекта.

3. Прием пищевой продукции – при наличии маркировки!

П. 2.2. Прием пищевой продукции, в том числе продовольственного сырья, на предприятие общественного питания должен осуществляться при наличии маркировки и товаросопроводительной документации, сведений об оценке (подтверждении) соответствия, предусмотренных в том числе техническими регламентами.

Это значит, что фермерские концепции (сыры, молочная продукция) проблематичны, ведь вся продукция должна поступать в ресторан с декларацией соответствия и со всеми товарно-сопроводительными документами. По правде говоря, это и ранее требовалось, но сейчас на этом требовании акцентируется особое внимание.

4. Технологические карты при изготовлении продукции обязательны

П. 2.8. Изготовление продукции должно производиться в соответствии с ассортиментом, утвержденным руководителем организации или уполномоченным им лицом, по технологическим документам, в том числе технологической карте, технико-технологической карте, технологической инструкции, разработанным и утвержденным руководителем организации или уполномоченным им лицом. Наименования блюд и кулинарных изделий, указываемых в меню, должны соответствовать их наименованиям, указанным в технологических документах.

Этот пункт возобновляет значимость технолога на предприятии. Сейчас важно привести в порядок ваши технологические и технико-технологические карты, пронумеровать их, утвердить. Пора привести в порядок «творческий беспорядок», который зачастую бывает на предприятии.

Технологическая карта – эта карта по закладке сырья и технологическому процессу. Сейчас технологические карты мы должны писать также с указанием температур: к примеру, при приготовлении блюда.

Технико-технологическая карта – это нормативный документ, в котором описывается пищевая ценность, физико-химические показатели блюда.

5. Материалы всего инвентаря и оборудования, контактирующего с пищевыми продуктами, строго регламентированы

П. 2.9. Предприятия общественного питания для приготовления пищи должны быть оснащены техническими средствами для реализации технологического процесса, его части или технологической операции (технологическое оборудование), холодильным, моечным оборудованием, инвентарем, посудой (одноразового использования, при необходимости), тарой, изготовленными из материалов, соответствующих требованиям, предъявляемым к материалам, контактирующим с пищевой продукцией, устойчивыми к действию моющих и дезинфицирующих средств и обеспечивающими условия хранения, изготовления, перевозки (транспортирования) и реализации пищевой продукции.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Теперь необходимо обращать внимание и запрашивать у поставщиков документы на материалы и упаковку. Эти материалы должны быть устойчивыми и разрешенными для контакта с пищевыми продуктами.

6. Ежедневный осмотр работников и фиксация в Гигиеническом журнале

П. 2.22. Медицинский персонал (при наличии) или назначенное ответственное лицо предприятия общественного питания, должен проводить ежедневный осмотр работников, занятых изготовлением продукции общественного питания и работников, непосредственно контактирующих с пищевой продукцией, в том числе с продовольственным сырьем, на наличие гнойничковых заболеваний кожи рук и открытых поверхностей тела, признаков инфекционных заболеваний. Результаты осмотра должны заноситься в гигиенический журнал (рекомендуемый образец приведен в приложении N 1 к настоящим Правилам) на бумажном и/или электронном носителях.

Понятно, что в отелях, санаториях, школах подобные мероприятия будут делать медсестры. В заведениях общепита придется назначать специальное ответственное лицо. И это будет для ресторанов достаточно проблематично. Уже сейчас ведение подобных журналов носит хаотичный и беспорядочный характер, поскольку либо приходится отвлекать сотрудников, либо надо вводить в штат отдельного работника (в ресторанах это может делать технолог или аудитор по качеству).

Также остаются технические вопросы. С одной стороны, допустима электронная форма журнала, с другой – нет четкой инструкции, как ее вести. В результате работники могут заполнять журнал «задним числом», и смысла в этом документе не будет.

Мы предлагаем в журнал добавить графу замер температуры. Если в штате нет технолога, то осматривать работников и записывать показатели может Начальник цеха. Работники будут расписываться в том, что у них не было контакта с заболевшими коронавирусом и кишечными заболеваниями.

В помещениях предприятия общепита не допускается хранение личных вещей

П. 2.23. В помещениях предприятия общественного питания не должно быть насекомых и грызунов, а также не должны содержаться синантропные птицы и животные. В предприятиях общественного питания запрещается проживание физических лиц, в производственных помещениях не допускается хранение личных вещей и комнатных растений.

Сходу возникает два вопроса: как эту норму смогут соблюсти кото-кафе и куда деть личные вещи, например, телефоны? Как вариант, мы предлагаем хранение телефонов в личных ящиках. Каждые три часа работники имеют право на 15-минутный перерыв, чтобы воспользоваться телефоном.

Вся беда в том, что у нас очень маленькие предприятия. Мы очень экономии на проектном решении кухни. Иногда на 20-30 кв. метрах кухни сосредоточено просто все. Конечно, предприятиям будет сложно соблюсти эти требования, но надо стремиться.

https://horeca.estate/digits/90-restorannyj-biznes/859-novye-sanitarnye-pravila-dlya-predpriyatij-sfery-horeca-osnovnye-otlichiya-ot-prezhnikh-norm?utm_source=sendpulse&utm_medium=email&utm_campaign=digest_412

Что в новых Правилах предоставления гостиничных услуг противоречит принципам управления доходом

Вышли новые «Правила предоставления гостиничных услуг в РФ», что вызвало очередную бурную волну обсуждений в гостиничных сообществах. Я же хочу в этой статье коснуться только пунктов, которые относятся непосредственно к ревенью менеджменту. Мы посмотрим, что изменилось, и помогает ли это отелям оптимизировать доход.

Первое и самое важное, что нужно уяснить из новых Правил, это то, что Невозвратный тариф по-прежнему официально вне закона. Бронирования теперь подразделяются на гарантированное и негарантированное, но даже в случае гарантированного бронирования штраф за незаезд и позднюю отмену не может превышать стоимости одних суток.

Фактически это означает, что штрафы, равные стоимости проживания за весь период, юридически подкованный гость может оспорить в два счета. В предыдущие годы — это обстоятельство сильно мешало отельерам. Всегда находились гости, которым приходилось возвращать полную оплату при аннуляции бронирования. В высокий сезон, когда спрос на номера был высок, отель терял деньги, когда отказывал другим гостям, надеясь на заезд гостя по невозвратному тарифу. При отмене такого бронирования гостиница даже не могла восполнить упущенную выгоду, сняв штраф в полном объеме. В этом кризисном году загрузка отелей далека от 100%, поэтому большой необходимости в невозвратных тарифах нет. Даже если номер был забронирован и длительное время не поступал в продажу, гостинице едва ли пришлось отказывать гостям, так как загрузка позволяла принять все заявки на бронирование.

Однако, как только спрос будет расти, отелям снова понадобится гарантия заездов. Как быть в этом случае? Самое простое, это пытаться минимизировать риски отмен, звонить гостям до заезда, напоминать о бронировании. Пытаться обнаружить аннуляцию как можно раньше, чтобы успеть продать этот номер. Второй способ, это работать по невозвратному тарифу через посредников. Если гость бронирует и оплачивает проживание на стороннем сайте, да ещё не зарегистрированном на территории РФ, то вопрос с аннуляциями будет решать агент. Оплату за проживание отель будет получать от поставщика услуг, и снимать оплату напрямую с гостя не придется.

Второй важный пункт касается раннего заезда. Оплата не может превышать 50% стоимости номера, если заезд совершается не раньше, чем за 12 часов до официального времени. То есть, если гость приехал «немного раньше», в 3 часа ночи и требует ранний заезд, отель не имеет права взять с него оплату больше, чем половина от стоимости номера в сутки. Полагаю, что не нужно пояснять, что затраты на содержание номера при таком заезде будут ничуть не меньше, если бы гость прожил там все сутки.

Что можно сделать в этом случае, как не потерять доход? Если гость приехал внезапно и в отеле остались с вечера номера, то поселить можно даже за 50% от стоимости номера. По большому счету, оплата за ранний заезд взимается затем, чтобы восполнить частично упущенную выгоду от того, что отель вынужденно держит номер свободным с предыдущих суток. Если в отеле загрузка не предполагает отказа в бронировании другим гостям, чтобы оставить номер для раннего гостя, то и упущенной выгоды не было.

Я предлагаю также брать 50% от стоимости номера без завтрака. То есть, при стоимости номера с завтраком 3000 рублей, следует не просто взять с гостя 1500 рублей и пропустить на завтрак. Вычтите из стоимости номера завтрак, например, 500 рублей, и предложите 50% от оставшейся суммы в 2500 рублей. Таким образом,

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

Фокус – Москва и столичный регион

за ранний заезд с завтраком гость заплатит 1250 рублей за номер и 500 рублей за завтрак, 1750 рублей, а не 1500. Второй способ увеличить доход, это отказаться от гарантированного раннего заезда.

Правила предоставления гостиничных услуг не вменяют гостиницам в обязанность непременно подтверждать гостям ранние заезды. Если гость хочет заехать рано и гарантированно получить свободный номер, ему можно предложить забронировать номер с предыдущих суток, разумеется, по полной стоимости. Если же гость настаивает на формулировке "ранний заезд", то можно предложить эту услугу по факту, только при наличии свободных номеров, без гарантии. Если гость приедет, и окажется, что все номера с прошлой ночи заняты, он может оставить вещи в камере хранения, пройти на завтрак, оплатив отдельно, и, как только номера будут освобождаться, гостю выдадут ключи. В этом случае в условиях низкой загрузки, можно в принципе не брать с гостя за ранний заезд с 8 утра, если номера остались с ночи.

В целом, такими нехитрыми приемами, можно увеличить доход хотя бы на немного. Но даже небольшие суммы сейчас имеют значение!

<https://hotelier.pro/revenue/item/chto-v-novykh-pravilakh-predostavleniya-gostinichnykh-uslug-protivorechit-printsipam-upravleniya-dokhodom/>

Сюрприз туристу от Ростуризма

Эксперты рынка неоднозначно восприняли разработанную туристическим ведомством «Новую редакцию» «Положения о классификации гостиниц»

4 декабря состоялось Онлайн-совещание «Новая редакция «Положения о классификации гостиниц», утвержденного постановлением Правительства Российской Федерации 18 ноября 2020 года». Журнал «Отдых в России» члена Совета по классификации Минкультуры РФ и Экспертного Совета ГД РФ *Маргариту Немоляеву* высказать свою точку зрения о новом документе.

– Меня очень беспокоит ситуация, что в момент, когда туристической отрасли в стране стало уделяться повышенное внимание, вдруг стали меняться правила игры: причем не просто критерии балльной системы, а обязательные основы. Проблема этого положения в том, что инвестор, который строит гостиницу, не знает, что ему делать, строить ему бассейн для будущей пятизвездочной гостиницы или нет. А это огромные усилия, огромные средства. На строительство гостиницы может уйти до десяти лет, и может получиться так, что инвесторы и застройщики, которые изначально ориентировались не на то, после завершения проекта не смогут вернуть потраченные деньги. Туристы также окажутся в неведении, что их будет ждать в отеле той или иной категории, ведь обязательных требований, которые предъявлялись отелям, в зависимости от количества звезд, станет меньше.

По словам эксперта, чтобы избежать разных трактовок и недоразумений при подготовке инвестиционных площадок, необходимо внести уточнения в положение о классификации гостиниц в ближайший месяц.

Однако есть и другая точка зрения. По мнению *Владимира Ефимова*, вице-президента Российской гостиничной ассоциации и руководителя Межрегионального центра по классификации средств размещения, в новом положении сохраняются обязательные критерии для разного типа гостиниц и проблем со строительством новых не возникнет.

– Первое, что есть в этом положении – это перечень обязательных требований для гостиниц. Другое дело, что эти обязательные требования, по сравнению с тем, что были зафиксированы в предыдущем 158-ом положении, более лояльны. Насколько я помню, бассейн, как и в европейской системе, теперь не обязателен для

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

Фокус – Москва и столичный регион

гостиниц “5 звезд”. Вообще принципы этой системы разработал Ростуризм, и мы как аккредитованная организация считаем, что они не изменились, а только дифференцировались. Теперь наличие, к примеру, мебели, и качество стен оцениваются отдельно, потому что и критерии оценки разные: техническое качество оценивается как хорошо или плохо, а мебель – есть она или нет. Сейчас не будем делать категоричные выводы – хорошо все в этом документе или нет, но я не считаю, что в него не нужно вносить поправки в ближайшее время.

Вице-президент ассоциации считает, что в новом положении нет ключевых и революционных изменений, а просто исправлены некоторые ошибки, что были в предыдущем. Например, раньше не было зафиксировано требование, что в отеле с 4 и 5 звездами должен быть ресторан. *Владимир Ефимов* считает важным и другой вопрос – о требованиях к частным аккредитованным организациям, которые дают звездность гостиницам. По его мнению, должна работать государственная система контроля, которую теперь будет организовывать Ростуризм.

<https://rustur.ru/syurpriz-turistu-ot-rosturizma>

2. Гостиничный рынок Москвы и региона

Минимальная за всю историю загрузка гостиниц наблюдается в Москве

МОСКВА. 3 ДЕКАБРЯ. ИНТЕРФАКС — Самый низкий показатель загрузки в истории рынка гостиничной недвижимости Москвы наблюдается по итогам текущего года, рассказала журналистам глава подразделения индустрии гостеприимства отдела стратегического консалтинга CBRE Татьяна Беглова.

"Сегмент оказался наиболее пострадавшим от кризисных явлений. Снижение среднего тарифа в Москве составило 13% относительно 2019 года. При этом 2020 год продемонстрировал самый низкий показатель загрузки в истории. Он снизился более чем в 2 раза и составил 35% по итогам года", — рассказала эксперт в четверг.

В целом в России в 2020 году открылось пять отелей. Многие московские открытия были перенесены на 2021 год. Если эти планы реализуются, в будущем году в столице откроются девять отелей более чем на 1,5 тыс. номеров.

Восстановление рынка зависит от ситуации с коронавирусом, по прогнозам это возможно не ранее третьего квартала будущего года.

<https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/75224>

Maxima Domodedovo Hotel

Гостиничная управляющая компания «Maxima Hotels»¹ (maximahotels.ru) объявляет об открытии во втором квартале 2021 года своего нового гостиничного комплекса – «Maxima Domodedovo Hotel». Отель будет расположен в недавно построенном терминале Аэроэкспресса «Домодедово», соединенным с аэропортом закрытой остеклённой пешеходной галереей.

Выполненный в виде атриума с панорамным остеклением «Maxima Domodedovo Hotel» спроектирован с использованием решений, сочетающих в себе высокую технологичность, функциональность и элементы эстетики, создающие индивидуальный и современный стиль.

94 smart-номера нового «Maxima Domodedovo Hotel» оснащены новейшими технологическими решениями от компании PWV. Управление электронными системами, обеспечивающими комфортное пребывание в номере (регулировка яркости освещения, индивидуальные климатические настройки, дистанционное управление шторами), может осуществляться с помощью планшета, входящего в стандартное оснащение номера.

Установленные во всех SMART номерах 43-дюймовые телевизоры оборудованы функционалом Smart TV и предоставляют широкий выбор интерактивного телевидения.

В стандартное оснащение всех номеров входят кровати размера «King size» и многофункциональные шкафы, а ванные комнаты оборудованы тропическим душем, помогающим нашим гостям расслабиться после перелета. Высокоскоростной Wi-Fi и необходимое количество usb-розеток позволят продуктивно провести время пассажирам, продолжающим работать и во время путешествий.

Питание гостей будет организовано в ресторане открытого типа, где они смогут насладиться традиционными горячими завтраками и в кафетерии формата «Grab&Go» с широким выбором вкусных и полезных готовых блюд.

Для удобства гостей в лобби отеля предусмотрена деловая зона формата Business corner, оснащённая всем необходимым офисным оборудованием и

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

Фокус – Москва и столичный регион

высокоскоростным доступом в интернет. Маршрут на Аэроэкспрессе из отеля до центра города займет всего 43 минуты.

<https://hotelier.pro/news/item/maxima-domodedovo-hotel/>

Гостиницу на Ленинском проспекте сдадут в 2022 году

Специалисты Мосгосстройнадзора проверили ход строительства гостиничного комплекса с подземной автостоянкой по адресу Ленинский проспект, вл. 90/2 (в районе Проспект Вернадского). Застройкой объекта занимается компания «Шервуд Премьер», генподрядчик – АО «Путеви Ужице».

По результатам проверки выявлены нарушения качества работ. Генеральной подрядной организации выданы предписания с конкретными сроками устранения нарушений.

Утвержденным проектом предусмотрено строительство 8-этажной гостиницы общей площадью 33,2 тыс. кв. метров. В составе здания предусмотрен фитнес-центр со спа-зоной, банкетные и конференц-залы, лобби-бар. Последний этаж гостиницы займет ресторан авторской кухни с панорамным видом.

Строительство планируется завершить в первом квартале 2022 года. Ранее сообщалось, что гостиничный рынок восстановится не раньше середины 2021 года.

<https://www.arendator.ru/news/173181-gostinicu-na-leninskom-prospekte-sdadut-v-2022-godu/>

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Реанимация туризма.

«Гвоздь в крышку гроба туризма». Новогодний локдаун в Петербурге рискует сорвать программу кешбэка от Ростуризма

Лишенные музеев, театров, ресторанов и автобусных экскурсий путешественники массово отказываются от поездок в Северную столицу. Туроператоры вынуждены возвращать деньги, хотя часть уже потратили.

Рестораторы, отельеры и туроператоры Петербурга потребовали от губернатора Александра Беглова смягчить коронавирусные ограничения на новогодние каникулы и компенсировать бизнесу потери. От этом говорится в письме Межотраслевого координационного совета гостеприимства и услуг от 4 декабря (есть в распоряжении «Фонтанки»).

По словам участников рынка, запрет на работу ресторанов, музеев, театров в праздничные каникулы уже привел к тотальному отказу от поездок в Петербург, требованию возвратов денежных средств за билеты и бронирование номеров в отелях, туров, экскурсий и к дополнительным финансовым потерям для всех участников рынка.

Ранее городские власти заявили, что сознательно пошли на снижение туристической привлекательности города для борьбы с распространением коронавирусной инфекции. «Мы очень любим гостей, мы очень любим туристов, но не в этом году», — пояснил вице-губернатор Евгений Елин. Число новых случаев заражения и госпитализаций побило июньские рекорды. Нарушение коронавирусных правил на концерте Басты, по мнению чиновников, через две недели приведет к новой вспышке.

Мера оказалась действенной, подтвердили опрошенные «Фонтанкой» участники рынка. «Аннуляции уже начались, пока сложно назвать число, но, вероятно, отменится 90% забронированных туров», — говорит Кирилл Соколов, сооснователь туроператора «Невские сезоны» и директор Лиги туроператоров Санкт-Петербурга. При этом спрос был и так ниже на 30–40%, чем в прошлом году. «Мы не можем водить гостя на экскурсии и говорить «поешь завтра, но только до 19.00, а потом ты поспишь в номере». Гвоздь в крышку гроба — запрет на автобусные экскурсионные перевозки», — комментирует предприниматель.

«Вал отмен, группами снимается все, 70–80% уже отзвонились», — рассказывает генеральный директор турфирмы «Каприз» Андрей Петенков. По его словам, переносить туры на другое время путешественники не хотят. «Для нас это коллапс», — добавляет он.

Проблемы возникают у тех путешественников, кто покупал туры через программу кешбэка от Ростуризма. По ее условиям, туроператоры не могут вносить изменения в туры с экскурсионной программой, а оказать услуги не могут из-за ограничений. Ростуризм не разрешил возвращать часть стоимости туров, но посоветовал предлагать альтернативные услуги. У «Каприза» на туры с кешбэком приходится 99% всех бронирований, компания вынуждена возвращать деньги в полном объеме.

У «Невских сезонов» на кешбэк пришлась половина продаж на новогодние каникулы. По словам Кирилла Соколова, некоторые путешественники соглашаются перебронировать туры на другие направления — например, поехать в Казань, Москву или соседнюю Карелию.

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

Фокус – Москва и столичный регион

«В Казани, например, в новогоднюю ночь рестораны работают до 3.00», — комментирует он. В Москве, где еще в ноябре были закрыты музеи, разрешены экскурсии и работают рестораны.

Но программа Ростуризма действует до 5 декабря. И те клиенты, которые хотят вернуть деньги, чтобы на них приобрести путевку у другого оператора, рискуют не успеть. Компании не всегда физически успевают сделать возврат в срок. «В итоге многие рискуют пролететь с новогодним путешествием», — комментирует Кирилл Соколов.

В Ростуризме на момент публикации не предоставили данные о том, сколько туров с кешбэком было продано в Петербург на новогодние каникулы. Во время аналогичной акции, проведенной летом 2020 года, Северная столица вошла в пятерку популярных направлений.

Сложности с возвратами могут возникнуть и у других туристов. Кто-то покупал авиабилеты самостоятельно, кто-то через турфирму, но по невозвратному тарифу. Кроме того, операторы уже внесли предоплаты гостиницам, музеям, перевозчикам. «Большинство музеев идет навстречу и производит возврат, но для авиакомпаний ситуация не является форс-мажором», — говорит Кирилл Соколов. С гостиницами переговоры пока идут. «Весной никто не возвращал, сейчас посмотрим», — добавляет Андрей Петенков.

Поскольку продажи туров шли еще с августа, часть полученных от туристов денег операторы уже потратили на зарплаты сотрудникам и операционные расходы. «Мы жили на эти деньги, и непонятно, будет ли что возвращать», — говорит Кирилл Соколов.

Индивидуальные путешественники тоже начинают отказываться от поездок. «За сутки у нас слетело 7% бронирований на новогодние каникулы примерно на 300 тысяч рублей. Во всех случаях в причинах комментируют "ваше постановление"», — рассказал генеральный менеджер Rossi Hotels&Spa Сергей Бульзов. Но, по его мнению, это только начало: не все гости еще узнали о новых правилах. «Для индивидуальных путешественников критичнее всего закрытие ресторанов и театров. Просто гулять по холоду — сомнительное удовольствие», — комментирует предприниматель.

По словам Сергея Бульзова, в прошлом году к началу декабря весь отель был распродан, но в этом году бронирования только начались. Впрочем, топ-менеджер рассчитывают, что власти Петербурга все же пойдут на уступки и разрешат работу, как минимум, ресторанов при отелях.

«Каждый день фиксируем отмены. Если до введения ограничений бронирований было в 2,5 раза меньше, чем на аналогичную дату в прошлом году, то теперь стало в три раза меньше», — рассказывает Виктория Шамликашвили, инвестор отеля Hotel Indigo St. Petersburg — Tchaikovsky.

Введенные властями меры предприниматель считает неэффективными. «Качественный номерной фонд Петербурга — максимум 40 тысяч номеров, а значит, даже если 100% будет заполнено, в город приедут максимум 70 тысяч человек. Для города с населением в 6 млн жителей это вряд ли изменит ситуацию, особенно учитывая, насколько серьезно отели и рестораны вложились в обеспечение мер безопасности: закупку дезинфекторов и СИЗ, реорганизацию пространства с учетом социальной дистанции и т. д.», — комментирует она. Более эффективно бороться с распространением коронавируса помог бы более тщательный подход к согласованию крупных мероприятий, например матчей «Зенита», считает Виктория Шамликашвили. При этом для имиджа Северной столицы — как туристического, так и инвестиционного — такое решение будет ударом. «Предлагаю поменять девиз

Петербурга и на герб нанести "Снижаем привлекательность"», — заявила предприниматель.

Участники Межотраслевого координационного совета гостеприимства и услуг (представляет интересы Российской гостиничной ассоциации, Ассоциация малых гостиниц Петербурга, РОО «Содействие малому бизнесу» и др.) считают, что запрет на рестораны, музеи и театры не поможет избежать массового скопления горожан и гостей города в транспорте, на улицах и в доступных общественных пространствах. «Это спровоцирует массовое стихийное проведение торжеств, прием пищи и напитков в непригодных антисанитарных условиях, считают предприниматели», — говорится в письме организации Александру Беглову. Между тем большинство заведений сферы услуг благодаря соблюдению стандартов безопасности «стали гораздо безопаснее любой районной поликлиники».

Бизнес, который инвестировал в безопасность и прохождение сертификации Safe Travels, лишился доходов, но никакой поддержки не получил. «Потери по сравнению с прошлым годом в каждом отдельном предприятии составляют до 95% оборота. Кто компенсирует предприятиям эти деньги?» — задаются риторическим вопросом авторы петиции.

Предприниматели потребовали в пятидневный срок пересмотреть 121-е постановление, отменив полный запрет на работу предприятий общественного питания или, как минимум, разрешить работу ресторанам при отелях и смягчить временные ограничения по работе театров, музеев, выставок и концертных площадок в праздничные и предпраздничные дни. Также бизнес призывает Смольный при падении оборота более 30% компенсировать разницу предпринимателям из государственного или городского бюджета. «В противном случае это приведет к окончательному закрытию тысяч предприятий и, как следствие, росту безработицы», — говорят авторы письма.

Связаться с главой комитета по развитию туризма Сергеем Корнеевым на момент публикации не удалось. В аппарате вице-губернатора Евгения Елина сообщили, что возможные меры поддержки бизнеса, который понесёт убытки от новогоднего локдауна, в Смольном будут обсуждать на следующей неделе. «В совещании примут участие представители крупнейших объединений: «Деловая Россия», «Опора России», а также бизнес-омбудсмен. Планируется обсудить как городские возможности оказания поддержки бизнесу, так и ситуации, требующие участия федеральных властей», — сообщила представитель чиновника. Смягчение уже установленных правил, по информации «Фонтанки», сейчас не обсуждается.

Галина Бояркова, «Фонтанка.ру»

<https://www.fontanka.ru/2020/12/04/69602246/>

На строительство гостиниц в Калининградской области будет выделено 150 млн рублей

Как сообщил ТАСС со ссылкой на губернатора Антона Алиханова, власти региона направят около 150 млн рублей на субсидирование процентных ставок по кредитам на строительство гостиниц и отелей. Средства уже заложены в бюджете региона на следующий год. «Если будут дополнительные проекты наряду с теми, которые мы сейчас видим, то мы можем увеличить эту сумму до 200 млн рублей», — уточнил глава региона.

По словам губернатора Калининградской области, о планах строительства новых отелей на берегу Балтийского моря и в Калининграде уже заявили четыре инвестора из России.

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

Фокус – Москва и столичный регион

https://horeca.estate/news/19-sobytiya/864-na-stroitelstvo-gostinits-v-kaliningradskoj-oblasti-budet-vydeleno-150-mln-rublej?utm_source=sendpulse&utm_medium=email&utm_campaign=digest_412

Летом 2021 года на Приполярном Урале появится глэмпинг-отель, но у туриндустрии есть вопросы

Югорский клуб экспедиций «Дикий Север — Югра» стал победителем грантового конкурса Ростуризма. Размер гранта составил 3 млн рублей, общая стоимость проекта — 8 млн рублей.

Недостающие средства компания внесет за свой счет. Первый глэмпинг-отель в регионе будет построен у подножия Народной горы, которая является высочайшей вершиной Приполярного Урала. Как рассказал ранее в интервью «Интерфаксу» директор Югорского клуба экспедиций Евгений Свитов, «новый проект будет представлять собой быстровозводимые шатры из металлоконструкций на подиуме. В основном шатре будет располагаться столовая с интернетом. В других четырех шатрах будут размещены туристы по 3-5 человек. При необходимости можно будет расширить отель, а если в этом месте он не будет пользоваться популярностью, то конструкции можно будет перевезти на другое место». Проектом предусмотрено также размещение инфраструктуры для активного отдыха.

Предоставление гранта на глэмпинг-отель в размере 3 млн рублей рассматривается как существенная мера поддержки туристической отрасли Югры, пострадавшей от пандемии. Об этом заявила губернатор ХМАО Наталья Комарова. По словам губернатора, это крупный региональный проект в сфере внутреннего и въездного туризма.

Правда, еще на туристической выставке «Югратур» в Ханты-Мансийске в 2019 году проект вызвал опросы среди представителей туриндустрии и туристов. «Подножие самой высокой точки Уральских гор — далеко не самая доступная точка. С территории округа туда гусеничным транспортом можно добраться только с 20-х чисел июня, когда спадает вода в реках. И, придется трястись 10–12 часов. Наиболее разумно добираться до этого места вертолетом. Но в этом случае перелет будет стоить каждому участнику экспедиции не менее 80 тысяч рублей. Это — не считая проживания в самом отеле. Встает вопрос, такие финансовые затраты может себе позволить «массовый турист»? Я так понимаю, что отдых будет рассчитан как раз на VIP-туристов», — привело интернет-издание Znak.com доводы представителя турбизнеса.

Другой вариант, как отмечали эксперты, — попасть на гору Народная со стороны Коми: с базы «Желанное» к горе отправляются действительно много туристов. Но у «походников» свои палатки, зачем им глэмпинг? Есть и еще один момент - погода. На выставке туристы отмечали, что зимой красивые виды не видны из-за метелей, а летом возможны частые туманы. Уход за лагерем в любое время года потребует дополнительных финансовых вложений.

https://horeca.estate/news/19-sobytiya/861-letom-2021-goda-na-pripolyarnom-urale-poyavitsya-glemping-otel-no-u-turindustrii-est-voprosy?utm_source=sendpulse&utm_medium=email&utm_campaign=digest_412

4. Юридический практикум и происшествия, связанные с безопасностью гостиниц

Новые «Правила предоставления гостиничных услуг». Разговор с юристом (1)

В последнее время Правительство РФ периодически балует нас новыми постановлениями, развивающими туристскую отрасль. Сегодня хочу предложить вашему вниманию мои личные впечатления о Правилах оказания гостиничных услуг в Российской Федерации, утвержденных постановлением Правительства РФ № 1853 от 18 ноября 2020 г. и новые правила должны вступить в силу с 1 января 2021 г. Впервые Правительство установило срок действия документа – по 31 декабря 2026 года. Надо отметить, что такая практика, которая вводит документ на определенный период времени нечасто используется. Однако указанный срок не означает, что в постановления не могут быть внесены какие-либо изменения, ведь жизнь всегда преподносит сюрпризы.

Особо хочу остановиться на том, что постановление Правительства РФ не закон, как этот документ часто трактуют. В постановлении четко указывается, что Правила разработаны в соответствии со статьей 391 Закона Российской Федерации "О защите прав потребителей" и статьей 31 Федерального закона "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации". И ссылка в Правилах на положения двух Федеральных законов тоже дана впервые.

Актуальность нового документа не вызывает сомнений и, к счастью, у нас с вами есть время для детального ознакомления с документом и подготовки работы с ним. На что, в первую очередь, хотелось бы обратить внимание.

Во-первых, впервые постановление не содержит информации о том, на какие объекты настоящие Правила не распространяются. Считаю это важным достижением, т.к. предыдущая практика вносила очень много недоразумений по части разграничения понятий «гостиница» и «средство размещения». Считаю это важным положением еще и в связи с тем, что Порядок классификации гостиниц также отсекает необходимость классификации средств размещения, которые не являются гостиницами.

Не буду скрывать, что ко мне как специалисту в области классификации гостиниц обращалось много представителей средств размещения, которые не являются гостиницами. И было очень сложно объяснить, что ни кемпинги, ни глэмпинги, ни капсульные отели, впрочем, как и другие средства размещения, не оказывают гостиничные услуги, т.к. гостиницами не являются.

Во-вторых, постановление, вводя определения некоторых понятий, в том числе, потребителя, заказчика, расчетного часа, бронирования и других почему-то скромно указывает об исполнителе – т.е. том лице, которое оказывает гостиничные услуги. Как мы помним, лицами, оказывающими гостиничные услуги являются юридические лица и индивидуальные предприниматели. Самозанятые, судя по всему, такие услуги оказывать не имеют права.

Так почему же нет одного из ключевых определений – определения «исполнителя» ответить затрудняюсь, ибо не принимала участия в работе по подготовке документа.

Давайте посмотрим, в каком пункте постановления впервые появляется термин «исполнитель»? Не ищите, я вам подскажу. Это п. 6 постановления. И содержание данного пункта вызывает, мягко говоря, удивление.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Почему же, может поинтересоваться вдумчивый читатель. Отвечу. Этот пункт корреспондирует (упоминается) с п. 28 рассматриваемого документа.

Что же мы читаем в данном пункте? Пожалуйста, текст: «Исполнитель вправе самостоятельно устанавливать правила проживания в гостинице и пользования гостиничными услугами, не противоречащие законодательству Российской Федерации».

Таким образом, если переводить с русского на русский, гостиница (исполнитель) вправе самостоятельно устанавливать правила проживания в гостинице. Вопрос: она вправе, т.е. не обязана разрабатывать правила проживания или она вправе самостоятельно этим заниматься?

Почему возник у меня такой вопрос. Предположим, я гостиница. И, руководствуясь постановлением, я принимаю решение у себя правила (свои) не разрабатывать. Мне же такое право предоставлено? И никто меня заставить не сможет.

Однако в упомянутом выше п. 28 мы прочитаем другую сентенцию: «Потребитель обязан соблюдать правила, указанные в пункте 6 настоящих Правил». Но, позвольте, как я могу (я, мы помним – гостиница») ОБЯЗЫВАТЬ потребителя соблюдать правила, которые я не разработала? Откуда такая неразбериха? Кто допустил столь значительный промах? И как, позвольте узнать, работать с ТАКИМ документом?

Теперь вернемся в п. 5 постановления. Данное положение непосредственно вытекает из ФЗ «Об основах туристской деятельности». И это совершенно правильно и обоснованно. Надеюсь, ни у кого не возникает сомнений в том, что ВСЕ гостиницы, вне зависимости от размера номерного фонда, должны быть классифицированы и, в случае отсутствия соответствующих документов о присвоенной категории и непрохождении классификации в отношении таких гостиниц применяются санкции, установленные КоАП РФ. Полагаю, что установленный размер штрафа заставит руководителей гостиниц более ответственно подойти к процедуре классификации.

Полагаю, для первого обсуждения информации достаточно. Продолжим при следующей встрече.

<https://hotelier.pro/management/item/novye-pravila-okazaniya-gostinichnykh-uslug-razgovor-s-yuristom/>

Осторожнее с апартаментами!

Сбер ужесточает условия по кредитам для девелоперов, строящих апартаменты. Об этом сообщил портал РИА «Новости» со ссылкой на вице-президента банка Сергея Бессонова.

Причиной корректировок стали заявления вице-премьера Марата Хуснуллина и заместителя главы Минстроя Никиты Стасишина о легализации части апартаментов и возможном запрете на строительство новых.

Пока в заявлении Сбера речь идёт только о новых проектах, по действующим соглашениям условия меняться не будут. Сейчас в портфеле банка – 73 проекта с апартаментами, в основном в Москве, с уже выданными разрешениями на строительство.

Ужесточение требований относится к приобретению площадок: если целью сделки указано «строительство комплекса апартаментов», банк, видимо, потребует уточнить: что застройщик имеет в виду? Нормативная неопределенность стала публичной, риски выросли – значит, и ставки будут выше.

По данным агентства «Метриум», с 2013 года в столице построено около 5 млн кв.м апартamentов, из них 2 млн – по схеме долевого участия. В эту цифру входят и гостиницы (их немного), и промышленные здания с «лофтами», и офисные центры, перепрофилированные и нарезанные на клетушки.

До сих пор федеральные чиновники не определили: что именно они будут запрещать, а что – легализовать. Законопроект об апартаментах так и не опубликован.

Генеральный директор госкорпорации ДОМ.РФ Виталий Мутко заявил, что **апартamentы в России должны получить статус специального жилого фонда**. И что «специалисты ДОМ.РФ уже работают над поправками».

Проблема в том, что в действующем законодательстве (например, в Жилищном кодексе) указано: помещения «спецжилфонда» могут находиться только в собственности государства или муниципалитета. Это пансионаты, интернаты, общежития и т.д. И от обычного жилья эту категорию отличают не какие-то особенности постройки, а исключительно целевое назначение и статус обитателей. Такие помещения предназначены для сирот, переселенцев, для обитателей аварийных домов... В общем, расширить этот круг, включив в него владельцев апартamentов в «Москва-Сити» - решение нетривиальное.

Возможные сценарии развития событий на рынке апартamentов на днях обсуждали участники Дискуссионного клуба «НП». В отсутствие хотя бы проекта нормативного акта, который можно было бы обсуждать, «словесные интервенции» высокопоставленных лиц раскачивают рынок.

Недавно Михаил Мишустин предостерег коллег от неосторожных высказываний: «Каждое наше слово тщательно анализируется бизнесом и финансистами. Двусмысленность... может быть негативно интерпретирована и повлиять на инвестиционные решения, нанести прямой ущерб экономике».

Правда, тогда речь шла о «Роснефти»...

<https://nsp.ru/27005-ostoroznee-s-apartamentami>

Дискуссия: Квалифицируется ли деятельности объекта размещения без прохождения процедуры классификации как незаконная предпринимательская деятельность?

Такой вопрос поднял Юрий Слизовский, основатель и руководитель проекта в Гостеприимство_3.0

Вот некоторые мнения специалистов:

Георгий Мохов, Директор Юридического агентства Персона Грата, Общественный Уполномоченный по защите прав предпринимателей в сфере туризма в Правительство Москвы

- Объективная сторона преступления по данной статье предполагает умышленную деятельность без регистрации, без лицензии или без аккредитации (в редакции 27.10.2020) Классификация таковой не является, следовательно данному составу не соответствует (171 УКРФ)

Роман Арсений, И.о. заведующего кафедрой туризма и гостиничного дела в Российской международной академии туризма

Я бы сказал - да) в отношении гостиниц с номерным фондом более 15 номеров, поскольку за это КоАП предусмотрена административная ответственность. Но, возможно, юристы меня поправят?

Екатерина Григоровская, эксперт по классификации средств размещения

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

Фокус – Москва и столичный регион

- Я знаю буквально одно средство размещения которое нарисовало себе на заборе 4 звезды и прекрасно осуществляет свою предпринимательскую деятельность без классификации! По крайней мере годКогда я написала в букинг по данному поводу они мне сказали что это не их ответственность, а средство размещения иметь нужные документы должно ... так то!

<https://www.facebook.com/yuri.slizovskiy/posts/3447092258720737>

Эксперты ОСИГ предлагают ввести в ГОСТ понятие «глэмпинг»

Эксперты Общенационального союза индустрии гостеприимства (ОСИГ) обратились в Технический Комитет № 161 «Услуги в сфере гостеприимства» с просьбой ввести в ГОСТ Р 58187-2018 «Туристские услуги. Кемпинги» понятие «глэмпинг» как «кемпинг повышенной комфортности» с описанием его функциональных особенностей.

По мнению турсообщества, это необходимо сделать для формирования условий развития современной инфраструктуры, разработки новых предложений и услуг для потребителя, а также расширения возможностей для инвестиций.

«Интерес к глэмпингам сегодня огромный, эффект от внимания к развитию туризма колоссальный, но возможности для реализации ограничены, так как не существует единого понятийного аппарата, формального определения понятия «глэмпинг» и НПА, регулирующего деятельность люксовых кемпингов», - отметил исполнительный директор, вице-президент Общенационального союза индустрии гостеприимства (ОСИГ) Алексей Волков.

Он также добавил, что определение «глэмпинг» необходимо ввести в новый законопроект по автотуризму, который находится на этапе второго чтения в Государственной Думе РФ, и в Градостроительный кодекс.

В настоящее время Правительством Российской Федерации уделяется особое внимание развитию внутреннего туризма. Два ключевых направления – экологический туризм и автотуризм – являются приоритетными для поддержки со стороны государства, учитывая высокую готовность законопроектов по данным видам туризма, а также их глубокую проработку на уровне Федерального агентства по туризму и Агентства стратегических инициатив.

В 2020 году совместно с турсообществом был подготовлен паспорт нового национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», где отмечается особая важность внебюджетного инвестирования в туротрасль (создание придорожной инфраструктуры и средств размещения), что должно сопровождаться готовностью регионов, муниципалитетов и бизнеса к развитию территорий.

«Государство планирует вкладывать бюджетные средства в поддержку инвестора, но некоторые понятия, употребляемые в актуальных документах, отсутствуют в государственных стандартах и законодательстве, в частности «глэмпинг» (кемпинг повышенной комфортности)», - отмечает Алексей Волков.

Так, Федеральное агентство по туризму организовало конкурс грантовой поддержки бизнеса (ПП №1619), в котором приняли участие более 4000 участников, победителями стали 474 участника, каждый из которых получит до 3 000 000 рублей на развитие туризма. Большинство проектов-победителей относятся к инфраструктурным, где чаще всего планируется создавать именно глэмпинги.

Агентство стратегических инициатив провело всероссийские конкурсные мероприятия, связанные с развитием туризма: «Priroda Life» и «Сильные идеи для нового времени». В этих конкурсах участвовали регионы, мультидисциплинарные команды. Здесь в зоне особого внимания снова были глэмпинги.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Для дальнейшего развития глэмпингов эксперты ОСИГ считают необходимым как можно быстрее привести терминологию в соответствие с законодательством.

<https://prohotel.ru/news-223453/o/>

Волгоградская судья выболтала схему по спасению гостиницы за взятку: аудиозапись

В интернете оказалась аудиозапись, на которой предположительно бывшая председатель Дзержинского районного суда Волгограда Юлия Добрынина, обвиненная мошенничестве, обсуждает свое возможное повышение, а также судьбу ресторанного комплекса «Сосновый бор», с которым судились местные чиновники.

В 2018 году Высшая квалификационная коллегия судей рекомендовала Добрынину на пост председателя Волгоградского областного суда.

Запись, опубликованная в Telegram-канале «ВЧК-ОГПУ», начинается со слов Добрыниной: «При чем тут ФСБ и твои доходы как собственника? <...> Я перед тобой сижу, у меня дело по сносу «Бора». Я же не говорю, что ФСБ меня заставляет его снести. Я буду решать, снести его или нет, мне просто нужно его не снести в рамках закона».

Далее она объясняет, что подала документы на назначение главой облсуда. «То есть вот есть губернатор, есть начальник полиции, есть я (должна стать) и есть начальник налоговой», — говорит Добрынина.

Судья возвращается к теме «Соснового бора», подчеркивая, что ее возможное назначение сейчас не имеет к этому отношения. «Его [комплекс] снесут, и губернатор построит новый «Сосновый бор» <...> Сохранить и кому-то продать — такого варианта нет. Есть ФСБ, которое пытается дела возбудить в отношении Зубкова и [неразборчиво]. Ты к этим делами не имеешь никакого отношения. ФСБ, чтобы выдать из него показания, просто забирает бизнес», — говорит кому-то судья.

В конце ноября Юлию Добрынину отправили под домашний арест по делу о мошенничестве в особо крупном размере. Ее задержали сотрудники ФСБ в ресторане при получении взятки.

Как следует из материалов дела, в производстве Дзержинского райсуда находилось гражданское дело по иску местной администрации к арестованному бизнесмену Владимиру Зубкову, которого называют авторитетом по кличке Зубок, о сносе самовольно построенной гостиницы. По делу назначили строительную экспертизу, и Добрынина предложила жене бизнесмена помощь в получении нужного заключения за 2,5 млн рублей. Та обратилась в органы.

СМИ приводили и иную версию, согласно которой Добрынина якобы обещала помочь с изменением меры пресечения Зубкову, больше года находящегося в СИЗО.

Завести дело потребовал председатель Следственного комитета Александр Бастрыкин.

<https://pasmi.ru/archive/293248/>

Бронь в несуществующем отеле: как распознать мошеннический сайт-клон

Мошенники активно пользуются ажиотажем вокруг зимнего отдыха. Спрос на новогодние каникулы в Красной Поляне бьет рекорды, а мошенники создают сайты-клоны отелей и обманывают людей.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Специалисты уверяют, что мошенники научились делать идеальные клоны сайтов отелей. С учетом закрытых границ всем понятно, что внутренний туризм в постолимпийский Сочи на предстоящие праздники — золотая жила. Поэтому количество поддельных ресурсов для бронирования растет как на дрожжах. Ущерб трудно посчитать, но он исчисляется миллионами рублей.

На сайте несуществующего отеля все выглядит красиво: ярко, красочно, с возможностью брони онлайн и даже общением со специалистами. Эксперты рассказывают, что самый простой способ проверить достоверность информации — взять фотографию номера с ресурса и поискать в Интернете первоисточник. Может оказаться, что номер принадлежит совсем другой гостинице.

Преступники создают клоны даже самых известных гостиниц с мировым именем. Хотя отличить подделку от настоящей, по словам специалистов, не так сложно. Главное — внимательность.

Денис Меркушев, редактор сайта-путеводителя по Красной Поляне: «Самый простой способ — это посмотреть, когда был зарегистрирован сайт отеля. Как правило, мошенники регистрируют их в последний месяц перед Новым годом, если мы говорим про Красную Поляну. Такое повторяется каждый год».

Нарваться на мошенников можно, бронируя коттедж от собственника на сайте бесплатных объявлений. Как показывает практика, после подобных историй не все обращаются в полицию. Во-первых, схема вскрывается во время отпуска, и тут уже не до подачи заявлений. Во-вторых, людям бывает просто стыдно.

<https://www.ntv.ru/novosti/2488030/>

5. Новости зарубежного гостинично-туристского рынка

UNWTO: Мир постепенно становится более открытым

Несмотря на вторую волну коронавируса, большинство стран продолжают постепенно снижать ограничения.

Несмотря на продолжающийся рост числа заражений коронавирусом в мире, число стран, закрытых для международного туризма, продолжает снижаться. Такие данные содержатся в восьмом отчете Международной туристской организации (UNWTO) об ограничениях на поездки.

По данным мониторинга, 70% всех направлений по всему миру уже ослабили ограничения на поездки, введенные в ответ на пандемию Covid-19. Только одно из четырех направлений остается полностью закрытым для иностранных туристов.

Аналитики UNWTO проанализировали изменение в противовирусных мерах в 217 странах мира, а также меры стимулирования туристических отраслей. Кроме того, организация обновила методологию, чтобы дать представление о потоках туристов по направлениям, а также изучить связь между уровнем здравоохранения, экологическими показателями и их связью с ограничениями на поездки.

По состоянию на 1 ноября в 152 странах были сняты ограничения на международный туризм. 1 сентября этот показатель составлял 115 государств.

В то же время 59 дестинаций держат свои границы закрытым для туристов — это на 34 пункта меньше, чем двумя месяцами ранее.

«Снятие ограничений на поездки имеет важное значение для устранения социальных и экономических последствий пандемии, — говорит генеральный секретарь ЮНВТО Зураб Пололикашвили. — Правительства должны играть важную роль, давая обоснованные рекомендации по поездкам и устраняя ограничения, как только будет появляться такая возможность».

Кроме того, в отчете подробно описываются факторы, связывающие те направления, которые ослабили ограничения, и те, где границы остаются закрытыми.

Исследование показало, что в странах с более высокими баллами по показателям здоровья и гигиены, а также высоким индексом экологической эффективности ограничения были сняты быстрее.

Более того, эти направления все чаще применяют дифференцированные, риск-ориентированные подходы к введению ограничений на поездки.

Для сравнения, направления, предпочитающие держать свои границы закрытыми, как правило, относятся к странам с развивающейся экономикой с относительно низкими оценками по показателям здоровья и гигиены и индексу экологической результативности.

Большинство этих направлений находятся в Азиатско-Тихоокеанском регионе, многие из которых относятся к SIDS (малые островные развивающиеся государства), LDC (наименее развитые страны) или LLDC (развивающиеся страны, не имеющие выхода к морю).

Европа продолжает лидировать в снятии или смягчении ограничений на поездки, за ней следуют Америка, Африка, а затем Ближний Восток.

https://profi.travel/news/48980/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_13585_051220

Власти Таиланда в ближайший год планируют отказаться от массового туризма

БАНГКОК, 3 декабря. /ТАСС/. Правительство Таиланда рассматривает возможность временного отказа от массового туризма и увеличения средних расходов на душу населения для восстановления туристической отрасли после пандемии коронавируса. Об этом заявил глава Управления по туризму Таиланда (ТАТ) Ютасак Супасорн.

По его словам, королевству необходимо обновить свою туристическую отрасль в период после пандемии коронавируса, а также увеличить средние расходы на душу населения на 30%. "Больше никакого массового туризма", - цитирует в четверг чиновника газета Bangkok Post. - Когда отрасль снова встанет на ноги, Таиланд <...> должен быть привлекательным местом, это означает, что мы обеспечим безопасность и гигиену". Власти рассчитывают в следующем году принять порядка 8 млн туристов.

Внутренний туризм

Супасорн отметил, что снижение покупательной способности наблюдалось в Таиланде еще до пандемии, поскольку средние расходы международных туристов снизились с 50 тыс. до 47 тыс. батов (с \$1 655 до \$1 555). В 2021 году ТАТ займется разработкой инициатив, которые смогут увеличить этот показатель до 62 тыс. батов (\$2 052) в следующие два года. Между тем расходы внутри страны должны быть также увеличены с 4,7 тыс. до 5 тыс. батов (с \$155 до \$165). ТАТ ожидает, что в 2022 году поступления от внутреннего туризма превысят зафиксированные в 2019 году 1,1 трлн батов (\$36,4 млрд по нынешнему курсу) и достигнут 1,2 трлн батов (\$39,7 млрд).

Чиновник считает, что тайландский туризм смог очень быстро прийти в норму после минувших кризисов. Этот раз не станет исключением, однако очередная волна коронавируса будет по-прежнему мешать туристической деятельности, добавил он. Глава ТАТ констатировал, что, хотя за последние пару месяцев правительство ослабило ограничения на въезд для некоторых групп иностранцев, в Таиланд в октябре прибыли 1 200 человек. Данный показатель намного меньше, чем 3 млн путешественников в месяц до вспышки.

Согласно опросу, проведенному 29 зарубежными офисами ТАТ, туристы заявили, что, скорее всего, отправятся путешествовать лишь к следующему лету, когда эпидемиологическая ситуация улучшится. Некоторые из них хотят совершить дальние поездки после продолжительного монотонного периода изоляции.

Индустрия туризма теперь должна в долгосрочной перспективе полагаться на внутренний рынок, уверен Супасорн. Местный рынок прошел самую низкую точку в апреле и мае, когда средняя заполняемость отелей упала до 2% и 3% соответственно. Чтобы избежать потерь, каждая гостиница должна быть заполнена не менее чем на 28%. Кампания внутреннего стимулирования, начавшаяся в июле, помогла поднять этот показатель до 27% в сентябре и 34% в октябре.

Между тем в королевстве есть много направлений, которые не могут получить достаточно прибыли, поскольку в значительной степени зависят от международного рынка. В первую очередь речь идет об острове Пхукет. За первые 10 месяцев этого года было совершено 65 млн поездок внутри страны. В октябре этот показатель достиг пика и составил 15 млн.

Массовый туризм

Согласно ожиданиям министерства финансов, туристической индустрии, на которую приходится 12% ВВП Таиланда, потребуется не менее четырех лет, чтобы

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

Фокус – Москва и столичный регион

восстановиться до уровня, предшествующего пандемии. В то время как аналитические центры прогнозируют, что экономика Таиланда полностью восстановится в течение следующих двух лет, возрождение туристического сектора затянется до 2024 года.

Министр финансов Акхом Темпиттайапайсит прогнозирует, что в 2021 году число иностранных туристов вырастет до 8 млн, а в 2022, 2023 и 2024 годах - до 16, 32 и 40 млн соответственно. По его мнению, если пандемию удастся контролировать, темпы восстановления численности прибывающих в страну иностранцев могут быть более быстрыми.

По данным министерства туризма и спорта страны, по состоянию на 30 октября число прибывших с начала года иностранцев составило 6,7 млн. Этот показатель значительно ниже, чем почти 40 млн туристов, зарегистрированных по итогам 2019 года, которые принесли доход Таиланду в размере почти 2 трлн батов (\$66,2 млрд по нынешнему курсу). В период с апреля по сентябрь этого года в Таиланде не было зарегистрировано ни одного иностранного туриста из-за строгих мер по сдерживанию вспышки коронавируса.

В национальном совете по экономическому и социальному развитию ожидают, что ВВП Таиланда вырастет на 4-4,5% в 2021 году при условии прибытия 8 млн иностранных туристов. Примечательно, что министр туризма Пипат Ратчакитпракан недавно заявил, что королевство будет закрыто для массового туризма как минимум до второго квартала 2021 года.

Первый случай заражения коронавирусом в Таиланде выявили 13 января. 22 марта был отмечен самый крупный прирост инфицированных - 188 человек. К настоящему времени общее число заразившихся в королевстве превысило 4 тыс., вылечились более 3,8 тыс. человек, умерли 60 пациентов. Режим чрезвычайного положения из-за пандемии продлен в стране до 15 января 2021 года.

<https://tass.ru/mezhdunarodnaya-panorama/10157873>

Автобус-гостиницу с лежащими пассажирами задержали в Атырау

«Плацкартный» автобус задержали полицейские в Атырау. Вместо пассажирских кресел в салоне транспортного средства были установлены двухъярусные кровати, на которых лежали пассажиры, передает Tengrinews.kz со ссылкой на ATPress.kz.

Автобус марки Van Hool остановили 4 декабря в микрорайоне Береке для проверки документов. Как рассказали в пресс-службе ДП, при осмотре салона выяснилось, что водители переделали свой автобус в гостиницу на колесах.

Вместо пассажирских кресел в салоне установили 28 двухъярусных кроватей, на которых в лежащем положении ехали 17 пассажиров. В автобусе также находились двое водителей из Туркестанской области. По их словам, автобус направлялся в Шымкент.

В отношении одного из водителей были составлены протоколы по статье 590 КоАП РК ("Нарушение правил эксплуатации транспортных средств"), по статье 571 КоАП РК ("Нарушение правил перевозок пассажиров, багажа и груза") и по статье 572 КоАП РК ("Нарушение режима труда и отдыха водителя"). Автобус водворен на специальную стоянку.

https://tengrinews.kz/kazakhstan_news/avtobus-gostinitsu-lejaschimi-passajirami-zaderjali-atyrau-422187/

6. Интересно для отельеров

Правда и мифы об апартаментах

Популярность апартаментов растёт год от года, и для многих они давно символизируют новый, более комфортный и свободный формат жизни. Тем удивительнее, что довольно нелепые и давно потерявшие свою актуальность мифы никуда не делись. Мы постараемся развенчать эти мифы и расскажем о том, что на самом деле представляют из себя апартаменты бизнес-класса в 2020 году.

Правда и мифы об апартаментах

Миф 1. В апартаментах нельзя прописаться

Технически прописаться в наше время нельзя вообще нигде. Сейчас существует только постоянная и временная (на 5 лет) регистрация. В апартаментах жилых комплексов, которым присвоен статус – объект гостиничного типа возможна временная регистрация с продлением каждые 5 лет. При этом присутствует возможность пользоваться системой обязательного медицинского страхования, устраивать детей в детские сады и школы, получать пенсию и многое другое. Зачастую регистрацию резидентов берёт на себя управляющая компания жилого комплекса, поэтому сегодня эта процедура является просто формальностью.

Миф 2. Нет инфраструктуры

Согласно закону, апартаменты не являются жилым помещением и теоретически комплекс можно возвести посреди промзоны вдали от всех объектов инфраструктуры. В реальности, если девелопер стремится иметь хоть какие-то конкурентные преимущества на рынке, то вопросом качества инфраструктуры он озаботится в первую очередь.

К примеру, городской квартал «ВТБ Арена парк» с апартаментами бизнес-класса располагается в районе «Аэропорт» на Ленинградском проспекте, и эта локация, помимо отличной транспортной доступности, сама по себе предполагает развитую инфраструктуру. В радиусе 1-1,5 км от комплекса располагаются самые современные клиники, школы, детские сады и престижные вузы. Здесь же находятся культурные и спортивные объекты мирового уровня, множество парковых зон, включая исторический Петровский парк.

Миф 3. Низкое качество жизни

Сторонники этого мифа упирают на то, что юридически апартаменты не являются жилыми помещениями, и это якобы позволяет застройщику экономить на качестве. На самом деле такая экономия грозит девелоперу полным провалом. Сегодня апартаменты – это свыше ¼ от всех предложений на рынке, а основная их доля приходится на бизнес-класс. Стоит ли говорить, что потенциальные покупатели в этом сегменте ожидают увидеть высокое качество строительства и продуманные до мелочей планировки. Разумеется, ответственный девелопер позаботится о необходимой инсоляции, звукоизоляции помещений и о видовых характеристиках.

Миф 4. Нельзя оформить в собственность

Это, пожалуй, один из самых странных и необъяснимых мифов. Апартаменты – это юридически неделимые помещения, имеющие все необходимые для проживания характеристики, и для них действуют те же права, что и для других типов недвижимости. Иными словами, эту недвижимость можно оформить в собственность, подарить, сдать в аренду и перепродать.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Миф 5. Нельзя получить ипотеку

Данный миф уходит корнями в начало 2000-х годов, когда апартаменты как класс только появлялись на российском рынке недвижимости, и банки ещё не решались иметь с ними дело.

В наши дни ситуация кардинально поменялась, и лидеры банковского сектора охотно предоставляют ипотечные кредиты на этот тип недвижимости. Этим во многом объясняется рост популярности апартаментов, который проявляется в том, что они заняли уже свыше четверти рынка недвижимости, и этот показатель продолжает расти.

Стоит упомянуть о том, что является не вполне мифом – о более высокой стоимости обслуживания апартаментов по сравнению с квартирами. Действительно, ежегодный налог на этот тип недвижимости составляет от 0,5% до 2% от кадастровой стоимости (для квартир – 0,1%). Однако стоит помнить, что стоимость апартаментов как правило заметно ниже, чем у квартир со схожими характеристиками, а сама кадастровая стоимость в большинстве случаев ниже рыночной в 2-3 раза.

Коммунальные платежи для владельцев апартаментов также будут выше, чем для собственников квартир, но это объясняется иным, чем в обычном многоквартирном доме подходом к обслуживаю резидентов. Максимально качественное благоустройство и отзывчивый, оперативный сервис – пребывание в апартаментах бизнес-класса можно сравнить с отдыхом в хорошем отеле. Неудивительно, что работа зоны ресепшена, охраны, службы клининга и множества других технических специалистов должна оплачиваться. Во многом из этого складывается более высокое качество жизни.

Правда и мифы об апартаментах

Это новое качество жизни отлично иллюстрирует уже упоминавшийся городской квартал «ВТБ Арена парк» на Ленинградском шоссе. Помимо 5-звёздочного отеля, клубного дома и четырёх высококлассных бизнес-центров в его состав входят шесть корпусов переменной этажности с апартаментами бизнес-класса.

Это по-настоящему резонансный проект, который заслуженно называют «городом в городе». Помимо развитой инфраструктуры района «Аэропорт», в котором расположен квартал, его собственные инфраструктурные объекты обеспечивают жильцам доступ к услугам высокого уровня без необходимости выезжать за пределы городского квартала.

Сами апартаменты представлены множеством вариантов со свободной планировкой, от уютных с площадью от 74 кв. м до по-настоящему объёмных, площадью свыше 200 кв. м, которые подойдут семейным людям с детьми. Все эти лоты имеют множество вариантов зонирования, увеличенное остекление и отличные видовые характеристики, а для многих из них предусмотрен зимний сад.

Апартаменты бизнес-класса в этом комплексе пользуются большой популярностью и как место для комфортной и безопасной жизни, и как перспективные объекты для вложения средств.

https://zen.yandex.ru/media/vtb_arena/pravda-i-mify-ob-apartamentah-5f97focebc35081b527105ae

Целевая аудитория отеля: как найти и что предложить

Портрет целевой аудитории — полезный и необходимый шаг в развитии бизнеса. Без точного понимания, кто ваш типичный гость, будет сложно

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

Фокус – Москва и столичный регион

выстраивать бизнес-стратегию. Действия будут хаотичными, а вы рискуете растратить часть бюджета впустую.

Точный портрет целевой аудитории поможет:

- Создать цепляющий оффер, который отразит боли или потребности аудитории.

- Выстроить контент-стратегию в соцсетях.

- Точнее настраивать рекламу и повышать конверсию.

- Продумать УТП, отстроиться от конкурентов.

- Определить основные каналы продвижения.

Сегодня расскажу, как определить целевую аудиторию гостиницы и как использовать эту информацию, чтобы искать новых гостей и создавать интересные предложения.

Определить целевую аудиторию

Чтобы определить, кто является вашей ЦА, нужно собрать данные о ваших гостях, проанализировать их и выделить один или несколько типичных портретов гостя.

Вот несколько способов, как добыть информацию о гостях:

- Выгрузить данные о клиентах из CRM.

Использовать информацию из соцсетей. Базовую статистику о подписчиках можно посмотреть в настройках сообщества. У ВКонтакте — это вкладка «Статистика» в правом меню страницы. Для анализа аудитории Инстаграма и Фейсбука используйте внутреннюю систему аналитики Facebook Audience Insights.

Больше информации об интересах и особенностях подписчиков ВКонтакте можно получить через парсеры. Я уже немного рассказывал про работу парсеров в статье «Как отелю работать с таргетированной рекламой».

Напомню, что парсеры — это специальные сервисы для анализа и поиска аудитории с помощью разнообразных инструментов. Популярные парсеры: TargetHunter, Церебро Таргет, Pepper.ninja.

Советую приступать к анализу сообществ, если в них — хорошая, не накрученная, а живая аудитория.

- Составить портрет совместно с администраторами с ресепшен.

Собрать данные о посетителях сайта из отчетов систем веб-аналитики Google Analytics и Яндекс.Метрики.

Составить список вопросов, которые помогут определить важные характеристики гостя. Таковую анкету можно разослать по своей базе email-адресов, использовать для обзвона или опроса гостей на ресепшен при заезде или выезде.

Базу для рассылки можно выгрузить из CRM-системы или личного кабинета TL. Для анкеты можно использовать Google Формы — бесплатный сервис для создания опросов. Популярные сервисы для email-рассылок: SendPulse, UniSender, MailChimp, Sendsay.

Совет от нашего коммерческого отдела: перед тем как составлять опросник и обзванивать гостей, прочитайте книгу «Спроси маму. Как общаться с клиентами и подтвердить правоту своей бизнес-идеи, если все кругом врут?». Книга поможет правильно формулировать вопросы, чтобы получить честные ответы и ценную информацию о госте.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Чтобы получить дополнительную информацию о потребностях ЦА, изучите отзывы об отеле на Букинге, Tripadvisor, в Яндексe и Гугле. Соберите информацию о том, кто хвалит отель и за что.

Перед тем как собирать данные, хорошо бы составить список параметров, которые вы хотите узнать. Навскидку могу предположить такие поля:

- повод приехать в отель: отпуск, годовщина, просто выходные, командировка и пр.;

- пол, возраст, семейное положение, есть ли дети;

- регион, из которого приехал;

- на что обращает внимание при выборе места для отдыха;

- как бронирует: сайт, телефон, ОТА, соцсети;

- через какие каналы взаимодействует: телефон, соцсети, мессенджеры, почта;

- как часто приезжает на отдых;

- сколько в среднем тратит на отдых в отеле;

- интересы/увлечения/хобби;

- что нравится в вашем отеле: уровень сервиса, недорогие номера, доп. услуги, расположение, территория и т. д.

Собранные данные можно проанализировать самостоятельно или отдать в работу аналитическому агентству. В итоге у вас получится один или несколько портретов целевой аудитории.

В нашем блоге есть интервью Андрея Герасименко, владельца семейного курорта «Утес». Андрей рассказал, как они определили свою целевую аудиторию, разработали УТП, отстроились от конкурентов и стали лидерами в отрасли.

Например, вот любопытный отрывок из интервью про определение ЦА:

«Когда мы описывали аватарки, старались придать им индивидуальные черты. Так, чтобы в них можно было узнать конкретных людей: „У, так я его знаю, это Вася, мы с ним выросли в одном дворе“. Такой подробный портрет помогает погрузиться в ситуацию, в которой гость совершает покупку.

Мы собрали порядка 25 аватаров и создали таблицу, в которой каждому аватару поставили баллы по трем признакам:

- доступность для маркетинговых коммуникаций (то есть как дотянуться до них информационно),

- массовость этой группы

- платежеспособность.

Мы выбрали для себя 3–4 аватара, которые по всем параметрам набрали максимальное количество баллов. Ну и до сих пор эти аватары работают».

Где найти новых гостей по портрету целевой аудитории

По параметрам, из которых состоит портрет ЦА, легко находить новых гостей с такими же характеристиками. Вот несколько способов, как это можно сделать:

- При настройке контекстной рекламы задавайте корректировки ставок по полу, возрасту, городу и типу устройств посетителей.

- Настраивайте рекламу в соцсетях по интересам аудитории. Первоначальная отдача от рекламы, скорее всего, будет невысокой, так как аудитория холодная. Однако будут те, кто хорошо отреагирует на рекламу. Вот по этим пользователям запускайте новую рекламу с хорошим оффером

Аудиторию для рекламы во ВКонтакте удобно собирать через парсеры. Они умеют находить самые разные сегменты аудитории по заданным параметрам. Главное — настроить алгоритм.

В тематических сообществах по таргетированной рекламе часто делятся кейсами по сбору той или иной аудитории. Например, TagetHunter предлагает алгоритмы для отбора аудиторий:

- беременных женщин,
- родителей детей любого возраста,
- людей с высоким доходом,
- людей, у которых скоро свадьба.

Для рекламы у блогера выбирайте человека, наиболее похожего на вашего типичного гостя. В своем отзыве он, вероятнее всего, упомянет именно те потребности, которые хотят закрыть ваши гости, приезжая на отдых. Плюс, доверие подписчиков будет выше.

Как работать с ЦА в интернете

У вас есть список характеристик целевого сегмента аудитории, по которым вы понимаете запросы и потребности гостя, каналы, через которые до него проще дотянуться.

Используйте эти знания, когда составляете рекламные объявления, промостраницы, спецпредложения и акции. Схема выглядит так: для каждой боли или потребности гостя выписываете решение, которое можете предложить. Так у вас получается готовый набор точек воздействия на гостя.

В Инстаграме парк-отеля Porto Mare очень много постов о том, почему у них будет хорошо семьям с детьми



Составляйте объявления так, чтобы гость с первых строк узнавал себя и свою ситуацию. Чтобы усилить воздействие, подбирайте подходящую картинку. Для объявлений с небольшим количеством текста пишите заголовки по правилу 4U, где важны польза (Usefulness), специфичность (Ultra specificity), срочность (Urgency) и уникальность (Uniqueness).

В целом ваше предложение должно вызывать у гостя ощущение, что его составлял кто-то, кто лично его знает и понимает, в чем он сейчас больше всего нуждается. Чем точнее вы попадете в боль гостя, тем выше будет конверсия.

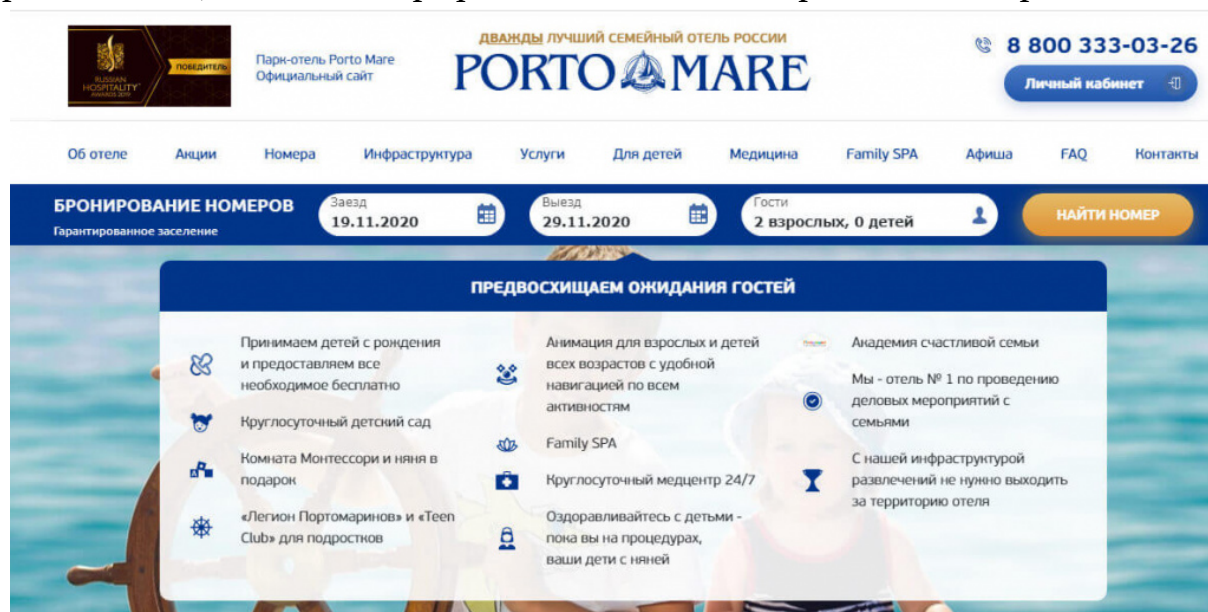
Иногда ЦА можно дополнительно сегментировать по определенным параметрам и настроить на каждый сегмент персонализированную рекламу. Например, семьи с детьми — довольно широкая аудитория. Детям может быть и 1 год, и 15 лет. Поделите ЦА на группы в зависимости от возраста детей и показывайте им разные объявления. Одним — про детские стульчики, игровые площадки и услуги няни. Другим — про анимацию, мастер-классы и дискотеку.

Несколько советов, которые помогут усилить эффект от рекламы:

- Если запустили рекламу со спецпредложением, ведите человека прямо на страницу этой акции, откуда можно сразу забронировать.

- Показывайте на сайте виджеты со спецпредложениями. Такие виджеты привлекают внимание гостя и ведут напрямую на страницу акции или скидочного тарифа в модуле бронирования. Выбрать и настроить виджет можно в личном кабинете TL.

- Расскажите о ценностях, которые важны ЦА, в блоке УТП на главной странице сайта, в описании профиля в соцсетях и в закрепленных сторис.



Блок с УТП появляется при наведении курсора на форму поиска свободных номеров

- Настройте ретаргетинг на посетителей сайта.

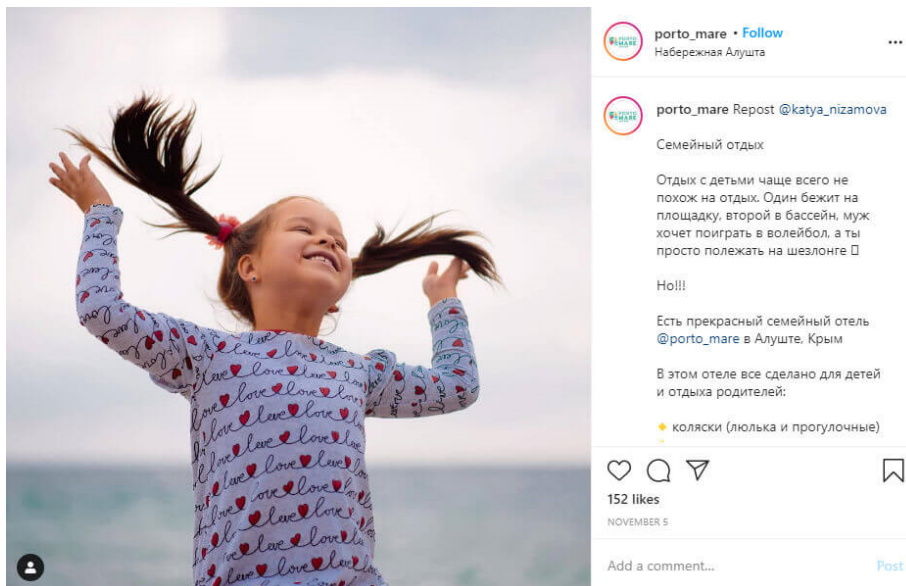
- Работайте с email-маркетингом — это хороший, действенный способ коммуникации с гостем. Отправляйте рассылки с напоминанием о незавершенном бронировании, рассказывайте о спецпредложениях, новых тарифах. После отъезда высылайте анкету для сбора обратной связи и предлагайте скидочный промокод на следующее бронирование.

- Мотивируйте гостей писать отзывы об отеле. Отзывы от целевой аудитории будут содержать как раз те нюансы, на которые будущие гости обратят внимание. Делитесь отзывами гостей, чтобы вызвать доверие новой аудитории.

Первый абзац очень точно раскрывает боль ЦА. Небольшой опрос ребят в нашем отделе показал, что те, у кого есть дети, тихонько вздыхают на этом месте, а дальше читают с большим интересом. :) На моменте про бесплатную няню многие готовы бронировать прямо сейчас

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

Фокус – Москва и столичный регион



С точным пониманием, кто ваш гость, будет проще работать над персонализацией. Мы тоже двигаемся в этом направлении и дорабатываем продукты. Например, развиваем работу с CRM. Сейчас мы помогаем отелям на любом этапе работы с CRM Битрикс24: от выбора лицензии и внедрения до обучения и интеграции с личным кабинетом TravelLine.

<https://www.travelline.ru/blog/tselevaya-auditoriya-otelya/>

Гость жалуется — это хорошо

Отели часто сталкиваются с претензиями гостей. Кто-то жалуется сразу, а кто-то выезжает и пишет гневные посты в интернете. Как реагировать отелю в той и другой ситуации, чтобы вернуть лояльность посетителя и сохранить свое доброе имя, рассказывает Ксения Богоявленская, эксперт сервиса Контур.Отель.

Гость жалуется — это хорошо

По статистике, 96 % от общего количества недовольных гостей не высказывают свои претензии сотрудникам гостиницы. И тем самым не дают возможность исправить ситуацию. 90 % таких гостей никогда не вернутся обратно. Но хуже то, что они расскажут о своих впечатлениях 5–10 знакомым, 10 % из них поговорят еще с двумя десятками человек. Если сюда добавятся негативные отзывы в интернете, то охват людей, которые получают негативную информацию об отеле, может возрасти до бесконечности. К сожалению, воронка антипродаж разрастается мгновенно.

Таким образом, для отеля намного лучше, когда гость не молчит и сразу же сообщает, что его не устраивает. Это позволяет решить проблему здесь и сейчас и избежать слухов о недостаточном внимании к постояльцам и низком уровне сервиса. Если же гость никак не показывает свое отношение к проживанию и сервису, узнать его мнение все равно можно.

Если гость молчит

Даже в самых небольших отелях действуют свои внутренние процедуры и стандарты. Поэтому самое простое, что может сделать руководитель для получения ценной обратной связи — внедрить на ресепшен стандарт разговора с выезжающими гостями. Как минимум при прощании с постояльцами стоит спрашивать «Как

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

Фокус – Москва и столичный регион

прошло ваше проживание?». Тогда, если у гостя накопился негатив, плохие впечатления или были проблемы во время пребывания, у отеля есть шанс получить информацию и уладить эту ситуацию, пока гость еще не уехал.

Кроме того, сами сотрудники могут быть более вовлеченными в жизнь отеля и всегда уточнять у гостя, все ли в порядке и не требуется ли помощь, если он растерян. Достаточно будет поинтересоваться «Чем я могу помочь?», так вы уже не оставите гостя наедине с возможными трудностями.

Исправляем ситуацию на месте

Итак, сотрудник смог разговаривать с гостем и тот поделился недовольством. Персонал должен быть готов к этому. Задача руководства — вооружить администраторов инструментами, чтобы правильно отреагировать на ситуацию. Рядовой сотрудник не должен бояться принимать решение о небольших размерах компенсации гостю. К примеру, можно ввести систему комплиментов, которые не надо согласовывать с руководством. Это могут быть ваучеры на бесплатную услугу, напиток, сувениры с логотипом отеля. Не стоит пренебрегать бесплатной чашкой кофе или чая, если, например, проблема касается долгого ожидания. Это поможет смягчить недовольство и поднять уровень вашего сервиса в глазах гостя.

Еще один важный момент: если гость делится своей проблемой, сотрудник отеля должен понимать, что несет персональную ответственность за дальнейшее развитие событий. Он должен убедить гостя, что возьмет ситуацию под личный контроль и предоставит информацию о результате. И главное действительно сделать это.

Чем компенсировать недовольство

Если гость решает привлечь внимание персонала, то он хочет выговориться, оставить комментарий, получить решение своей проблемы, а также зачастую — дополнительную компенсацию. Предоставьте ему такие возможности.

Если в отеле подать жалобу максимально просто, гости понимают, как это сделать, а обратная связь приветствуется и корректно воспринимается, то такая система обслуживания обязательно сыграет на увеличение доходов. Гости, которые смогли пожаловаться на месте, с меньшей вероятностью поделятся негативными впечатлениями с посторонними, а значит, не отпугнут потенциальных посетителей.

Исправляя ситуацию, важно выбрать соотносимый с проблемой размер и вид компенсации — предоставить то, что гостю на самом деле необходимо. Например, если гость пожаловался на некачественную уборку и еще проживает, важно сначала исправить ситуацию с чистотой номера и позже сделать комплимент от отеля, а не просто предложить что-то в подарок.

Или возьмем другой пример. Гость заранее заказывал трансфер из аэропорта в отель, но по вине транспортной компании ожидал водителя лишних 30 минут. Здесь удачным решением и для отеля, и для гостя будет не скидка за неудобства или отмена платы за неудачную поездку, а бесплатный трансфер в обратную сторону. Тогда у отеля появится шанс исправить ситуацию, показать, что он сотрудничает с надежными партнерами, и первая ситуация была исключением из правил. Выгоды гостя в этом случае — одна бесплатная поездка, а также проявление заботы со стороны отеля о том, как он доберется до аэропорта.

Почему сотрудники не любят жалобы

Потому что их просто не учили с ними работать! Так пишет Джон Шоул, эксперт культуры обслуживания, и с ним нельзя не согласиться. Чтобы сотрудники

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

Фокус – Москва и столичный регион

умели корректно общаться с гостями, настроенными отрицательно, регулярно проводите тренинги для персонала и внедряйте стандарты обслуживания.

Если гость пожаловался:

- извинитесь,
- проявите сочувствие и понимание,
- исправьте ситуацию, возьмите ее под личную ответственность,
- проинформируйте гостя и убедитесь, что он удовлетворен.

В конфликтных ситуациях не следует:

- терпеть агрессию гостя,
- доказывать гостю, что он неправ,
- принимать ситуацию близко к сердцу.

Гость уехал, отзыв остался

Даже если гость промолчал во время пребывания в гостинице и оставил отзыв в анкете обратной связи или на популярных ресурсах в интернете, все еще остается возможность показать, что сотрудники отеля не безучастны к его проблеме. Важно также поблагодарить гостя за визит и дать понять, что вы с радостью ждете его вновь. Свяжитесь с гостем удобным для него способом, например, по контактам, которые он указал в анкете. Если отвечаете на комментарий в сети, реагируйте так, чтобы потенциальные постояльцы понимали: ситуация была под контролем гостиницы, даже если не была полностью разрешена. Не пропускайте любую обратную связь, в том числе благодарите за положительные отзывы.

Получив отзыв, следуйте этим советам:

- проясните ситуацию, соберите больше информации,
- решите проблему,
- проявите внимание к гостю,
- не отвечайте по шаблону,
- не бойтесь извиниться,
- поблагодарите,
- не спорьте с гостем,
- отвечайте на 100 % отзывов.

Помните, что если ваша система обслуживания работает поэтапно и без сбоев, то вы сможете рассчитывать на правильное разрешение конфликтной ситуации — это подарит вам самого благодарного гостя и поможет превратить конфликтного постояльца в лояльного.

<https://hotelier.pro/management/item/chto-delat-esli-gost-nedovoln/>