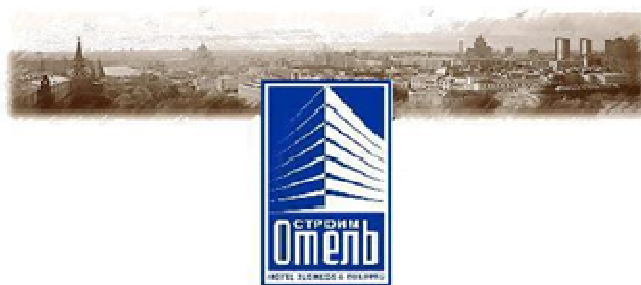


# «СТРОИМ ОТЕЛЬ»



## Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 0602-2020

С 04 по 10 июня 2020 года

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

Указ Президента РФ «О совершенствовании государственного управления в сфере туризма и туристской деятельности»

Статус туризма хотят поднять до нацпроекта. Чего ждать от этой идеи туротрасли?

Роман Еремян, Союз туризма и гостеприимства: Под декларации о развитии туризма в России деньги просто сжигаются

### ***Тема СМИ: рекомендации Роспотребнадзора по работе гостиниц в посткарantinный период и возможность их выполнения***

Требования Роспотребнадзора к гостиницам – 2020

Роспотребнадзор может смягчить рекомендации для гостиничного бизнеса

Роспотребнадзор опубликовал обновленные рекомендации по работе гостиниц

Смогут ли отели выполнить рекомендации Роспотребнадзора. Опыт Novotel Moscow City

«Чтобы к нам попасть, нужно пройти квест»: из-за новых правил санатории теряют туристов

### **2. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ**

#### ***Реанимация туризма.***

Часть гостиниц и санаториев в Сочи не начали работать с 1 июня 2020 г.

В Крыму назвали условия открытия гостиниц с 15 июня. По словам отельеров, в таких условиях им проще не открываться.

Республика Алтай открывает ряд гостиниц с 11 июня. Известие стало полной неожиданностью для бизнеса.

Отели и гостиницы Кубани начинают прием туристов с 12 июня

Звезды помогут: гостиницы, прошедшие классификацию заработают в Приморье раньше других

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

Фокус – Москва и столичный регион

### **3. Юридический практикум для специалистов туристского и гостиничного рынка**

Штрафы и пени – основа формирования бюджетов

Тюменский Медгород не смог оспорить судебное решение о нецелевых расходах

### **4. Новости гостиничного рынка за рубежом, включая страны СНГ** ***Реанимация туризма.***

Угроза коронавируса: в Аргентине разработали правила для работы гостиниц

### **5. Интересное для отельеров**

Какие уроки отельный бизнес вынес из карантина

Часть гостиниц не откроются после карантина и это факт, с которым столкнутся не только туристы, но и туроператоры.

Юнис Теймурханлы: Кризис очень изменил гостя. Интервью с первым отельером Санкт-Петербурга. Специфика каждого постояльца и новые правила бизнеса

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**

**Тема недели: совершенствование государственного управления туристской отраслью**

**Указ Президента РФ «О совершенствовании государственного управления в сфере туризма и туристской деятельности»**

5 июня 2020 г. принят Указ №372 Президента РФ. Приводится оригинал



### **УКАЗ**

#### **ПРЕЗИДЕНТА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**

##### **О совершенствовании государственного управления в сфере туризма и туристской деятельности**

В целях совершенствования государственного управления в сфере туризма и туристской деятельности, повышения эффективности развития туристской индустрии и оптимизации структуры федеральных органов исполнительной власти **п о с т а н о в л я ю:**

1. Установить, что руководство деятельностью Федерального агентства по туризму осуществляет Правительство Российской Федерации.

2. Передать Федеральному агентству по туризму функции по выработке и реализации государственной политики и нормативно-правовому регулированию в сфере туризма и туристской деятельности, по координации деятельности по реализации приоритетных направлений государственного регулирования туристской деятельности в Российской Федерации, а также по осуществлению государственного надзора за деятельностью туроператоров и объединения туроператоров в сфере выездного туризма.

3. Внести в структуру федеральных органов исполнительной власти, утвержденную Указом Президента Российской Федерации от 21 января 2020 г. № 21 "О структуре федеральных органов исполнительной власти" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2020, № 4, ст. 346; № 13, ст. 1899), следующие изменения:

а) из раздела II "Федеральные министерства, руководство деятельностью которых осуществляет Правительство Российской Федерации, федеральные службы и федеральные агентства, подведомственные этим федеральным министерствам" слова "Федеральное агентство по туризму" исключить;

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

б) раздел III "Федеральные службы и федеральные агентства, руководство деятельностью которых осуществляет Правительство Российской Федерации" дополнить словами "Федеральное агентство по туризму".

4. Правительству Российской Федерации:

а) обеспечить решение организационных, финансовых, материально-технических и иных вопросов, связанных с реализацией настоящего Указа;

б) в 6-месячный срок привести свои акты в соответствие с настоящим Указом.

5. Признать утратившим силу Указ Президента Российской Федерации от 14 сентября 2018 г. № 514 "О некоторых вопросах совершенствования государственного управления в сфере туризма и туристской деятельности" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2018, № 38, ст. 5834).

6. Настоящий Указ вступает в силу со дня его подписания.

Москва, Кремль  
5 июня 2020 года  
№ 372



Президент  
Российской Федерации В.Путин

<http://prezident.org/articles/ukaz-prezidenta-rf-372-ot-5-iyunja-2020-goda-06-06-2020.html>

### **Статус туризма хотят поднять до нацпроекта. Чего ждать от этой идеи туротрасли?**

В отрасли обсуждают первые результаты перевода Ростуризма в прямое подчинение вице-премьеру Дмитрию Чернышенко: планы по созданию нацпроекта «Туризм». Впрочем, где тут причина, а где следствие, можно спорить долго. Ясно одно: на выведение туризма в приоритетные направления развития страны выделяют немалые деньги. По предварительной информации, речь идет о сумме в 1,2 трлн рублей до 2035 года, или около 80 млрд ежегодно. Очевидно, этими средствами надо грамотно распоряжаться и управлять. У Чернышенко, кстати, опыт имеется: он руководил заявочным комитетом «Сочи 2014» и занимал пост зампреда набсовета «Олимпстроя», то есть был практически напрямую причастен к туристическому буму в Сочи и Красной поляне.

Стоит отметить, что это уже вторая попытка повысить статус туризма до нацпроекта: первой руководил Минэкономразвития во время работы над «Стратегией развития туризма до 2035 года». Однако на тот момент получить одобрение в администрации президента не удалось, поделился с Profi.Travel осведомленный источник.

По его информации, судьба нацпроекта будет решаться на высшем уровне уже сегодня. И в этот раз шансов на положительный исход гораздо больше — фактически согласование уже есть, осталось найти взаимопонимание по конкретным вопросам.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

«Нацпроект выводит отрасль на уровень государственных интересов и делает туризм одной из полутора десятков первоочередных задач, за исполнением которых президент следит лично. Если стратегию смежным министерствам и губернаторам можно было проигнорировать, то нацпроект — не получится. Потому здесь и другие масштабы финансирования», — подчеркнул источник.

В то же время, по мнению экспертов, не стоит ожидать, что благодаря нацпроекту деньги потекут в туризм рекой. Расходы станут более целевыми, и будут перераспределены на приоритетные задачи: увеличение доли субсидируемых проектов, в том числе в области перевозки, развитие санаторно-курортного комплекса и детского отдыха.

Сейчас подготовкой нацпроекта под руководством вице-премьера заняты восемь рабочих групп, каждая разрабатывает свое направление.

Вот эти группы:

1. Развитие и условия инвестирования в комплексные туристские проекты, создание привлекательной инвестиционной среды (субсидирование процентной ставки, налоговые льготы и т.д.)

2. Развитие туристской транспортной и обеспечивающей инфраструктуры, обеспечение доступности

3. Создание разнообразных и конкурентоспособных туристских продуктов, а также развитие отдельных видов туризма (экологический, детский, круизный, деловой и т.д.)

4. Создание благоприятных условий для ведения предпринимательского бизнеса с фокусом на МСП (размещение, рестораны, торговля, сфера услуг, транспорт, культура/ развлечения, и т.д.)

5. Повышение качества государственного управления и совершенствование нормативно-правового регулирования в сфере туризма (снятие визовых и иных ограничений, повышение устойчивости рынка туристских услуг, обеспечение безопасности туризма и защиты прав потребителей, развитие системы сбора, обработки и анализа статистических данных и т.д.)

6. Развитие системы продвижения туристского потенциала Российской Федерации, цифровые решения отрасли туризма и стимулирования спроса на туристские продукты (маркетинг, продвижение, повышение узнаваемости турпродукта, создание единого цифрового окна для туристов)

7. Электронный учет и цифровое обеспечение операционной деятельности гостинично-туристской отрасли

8. Обеспечение подготовки кадров и повышения качества сервиса и обслуживания

И если к направлениям, которые требуют господпитки, особенных вопросов нет, то с самими группами другая история. Как рассказали Profi.Travel участники первого совещания, состоявшегося 4 июня, многие оказались совершенно не подготовлены к «мозговому штурму» и даже заранее не очень представляли себе, о чем пойдет речь. Некоторые и вовсе решили, что это всего лишь повод попросить у государства денег на реализацию своих бизнес-интересов. Предполагается, что сегодня также станет понятно, продолжат ли принимать участие в подготовке нацпроекта рабочие группы в их текущем составе, или ряду экспертов будут искать замену.

Тем временем у представителей туротрасли уже сложилось мнение на этот счет. Они отмечают, что помимо чиновников, руководства госкомпаний, членов профильных ассоциаций, в состав вошел даже некто со статусом «профессиональный турист». Представители турбизнеса там тоже фигурируют, но среди них, к примеру, практически нет тех, кто в этом году вложился в чартеры в регионы, ранее лишенные организованного массового турпотока.

*То есть отсутствуют те, кто взял на себя бизнес-риски и прямо сейчас делает для развития внутреннего туризма больше многих теоретиков отрасли. Не хватает в списке и ряда профессионалов туристической сферы, чей опыт наверняка оказался бы полезным.*

Редакция Profi.Travel решила предоставить тем, кого «не досчитались» в рабочих группах, свою площадку, чтобы они могли поделиться своими идеями и предложениями. В ближайшие дни на портале будут опубликованы первые мнения. Результаты этой работы будут направлены разработчикам нацпроекта.

[https://profi.travel/news/46819/details?utm\\_source=profi\\_travel&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=dailynewsletter\\_10562\\_110620](https://profi.travel/news/46819/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_10562_110620)

### **Роман Еремян, Союз туризма и гостеприимства: Под декларации о развитии туризма в России деньги просто сжигаются**

Роман Еремян, руководитель центра стратегических разработок союза "Туризма и гостеприимства" об общественных организациях в туризме, взаимодействии с государством, инвестициях и развитии отрасли в России.

- Роман, ты являешься руководителем центра стратегических разработок в недавно созданном союзе "Туризма и гостеприимства". Для чего нужен этот союз?

- Изначально цель союза - создание платформы для консолидации усилий разнообразных профильных организаций. В стране довольно много региональных организаций, которых в центре вообще не слышно, потому что у них просто не хватает сил донести свою позицию до федеральной власти. Есть устоявшиеся десятилетиями федеральные организации: РГА, РСТ, АТО. У них большой административный ресурс, но мы видим, что по каким-то причинам его недостаточно в текущем моменте. И самое печальное – каждый сам по себе пытается донести какую-то отдельную, очень узкую проблему до федеральных властей. А у власти возникает абберрация сознания, потому что они понимают, что имеют дело то с туроператорами, которые попросили своё, потом пришли отельеры - попросили своё. Пришли ассоциации хостелов, попросили третье, пришли регионалы - попросили четвертое. Всё это не согласуется между собой, и нет никакой площадки для объединения этих усилий, для гармонизации предложений. А ведь если мы воспринимаем туризм как нечто экономически значимое, как отрасль экономики, то мы вынуждены признать, что сюда относится и общепит.

И самое интересное, - никто об этом никогда не говорил - перевозчики относятся к туризму? Да, как минимум, на 90%. Кто-нибудь хотя бы раз пытался с ними договориться о совместных усилиях по продвижению интересов туризма перед лицом федеральных властей? Никто никогда не пытался это сделать. Мы пытаемся это организовать.

Наконец, у нас нет такого понятия как лидер, флаг с именем какого-то конкретного человека, который мы несем перед собой.

- Ты упомянул несколько ассоциаций и общественных организаций: РГА, которая представляет интересы гостиниц, ФРиО - отели и рестораны. Но есть,

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

например, ОСИГ, который возник, совсем недавно, и, как мне кажется, ставит перед собой сравнимые с вашим союзом задачи. Нет ли здесь некой борьбы за власть? Не кажется ли тебе, что это, по сути, попытка пройти в нужные коридоры и решить, в том числе, собственные интересы?

- Я не могу ничего говорить про другие ассоциации, каждый отвечает за себя. Могу сказать, что решения своих вопросов прохождения в коридоры власти и у меня, и других людей, которые входят в союз "Туризма и гостеприимства", были и до его появления.

Вопрос ведь в том, что когда каждый приходит со своими идеями к федеральным органам исполнительной власти, у них начинается разрыв шаблона, потому что каждый требует что-то фрагментарное, что не сочетается с пожеланиями других участников рынка. И уж тем более с другими отраслями. В этом первая проблема.

Вторая проблема - альтернативный подход, который мы предложили нашим членам. В первую очередь ориентироваться на экономико-центричный подход в общении с федеральными и региональными органами исполнительной власти. И не воспринимать российский туризм как некую вещь в себе, своего рода сферический конь в вакууме. Словно у людей во всем мире есть только два выбора: путешествовать по России, либо сидеть по домам на балконах. Мы все знаем что это не так и Россия участвует в международной конкуренции за своих и иностранных туристов. И для того, чтобы быть конкурентоспособными на международной арене, нам нужно понять:

- а) каким образом конкурировать;
- б) почему мы десятилетиями проигрываем в этой конкуренции;
- с) что нужно сделать для того, чтобы это исправить, и сколько денег мы можем на этом заработать

Все это чисто математическая история. Она, конечно, завязана на исследовании зарубежного рынка и понимании того, как за рубежом активно развивались туристические центры, которые буквально на глазах, за 10-15 лет возникали из ничего и показали потрясающие результаты. А мы 30 лет точим лясы - воз и ныне там. Очевидно, что такие результаты доказывают, что что-то не то с подходом государства.

Когда мы в марте опубликовали на первом нашем конгрессе некоторые результаты исследований и расчетов, стало ясно, что это абсолютно математически и логически доказуемые факты. И оказалось, что федеральные органы готовы слушать, тем более сейчас. Надо признать, кризис нам на руку, несмотря на то, что подавляющему большинству наших коллег сейчас очень больно и у многих рушится дело, в которое вложены время и ресурсы.

Опыт экономических и военно-политических кризисов и эпидемий за последние 100 лет показывает, что текущая ситуация пройдет и туризм будет развиваться дальше. Понятно, что не все доживут до конца, процесс естественного отбора в бизнесе никто не отменял. И помочь всем не удастся в любом случае. Выживут те, у кого структура капитала позволит выдержать стресс-тест, с которым столкнулась отрасль во всем мире.

- Как, в целом, ты оцениваешь КПД общественных организаций, которые работают в туризме или связаны с туристической деятельностью?

- Если мы обратимся к ретроспективе, то у нас исторически сложилось, что туризм - это такая сирота, которую не знали, куда приткнуть. Её то в один угол

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

ставили - в министерство культуры, то в другой – в министерство спорта. Никто не воспринимал это, как какую-то экономически значимую вещь, зато очень сильное развитие получил лоббизм туроператорского бизнеса, особенно связанный с выездным потоком. Это обусловлено тем, что в России исторически не было условий для создания туристической инфраструктуры, которая могла бы конкурировать с зарубежными локациями по соотношению цена-качество-польза. И огромное количество людей не могли найти в России ничего сравнимого с зарубежным продуктом. Следовательно, у туроператоров концентрировались огромные денежные потоки, которые создавали их значимость при общении с разными федеральными органами исполнительной и законодательной власти. А в федеральных органах исполнительной власти сидели люди, которые были страшно далеки от туризма. И когда шла речь о развитии туризма, у них просто по правилам русского языка срабатывало: «Так. Туризм. Корень «тур». Что у нас с корнем «тур»? Туроператоры. Значит, развиваем туроператоров». Это примитивная логика, но именно она и работала тридцать лет. Все остальное в части развития туризма в России носило чисто декларативный характер и больше напоминало политинформацию в пионеротряде.

В результате мы получили очень сильно развитое лобби выездного туроператорского бизнеса. Отдельные люди и компании, которые инвестировали в туристическую инфраструктуру или оперирует ей, таким сильным лобби не обладали и не получили его за 30 лет. Это еще более усилилось после Олимпиады, когда власть увидела, что гигантские инвестиции в туристическую инфраструктуру в Сочи, прокредитованные на суперльготных условиях Внешэкономбанком и другими госбанками, привели к ежегодным системным многомиллиардным убыткам. И это огромная проблема, на самом деле, но и отличный пример для государства что наложением рук и лозунгами проблему решить невозможно. Что система налогообложения, система стимулирования инвестиций в туристическую инфраструктуру абсолютно неконкурентоспособны и, соответственно, она делают бессмысленными частные инвестиции в современную инфраструктуру туризма, и развитие экономики – ВВП, рабочих мест – через успешную конкуренцию на мировом рынке. И это пока замкнутый круг, который всё больше стимулирует отток капитала за границу. Фактически, система регулирования хозяйственной деятельности туризма буквально выталкивает из страны ежегодно десятки миллиардов долларов вместе с российскими туристами и полностью демотивирует инвесторов создавать что-либо значимое, кроме очередных мини-отелей и перелицованных пансионатов.

Что мы получили сейчас в моменте? Экспортная выручка по всем видам товарного экспорта катастрофически упала. Мы сделали прогноз на этот и на следующий год в сопоставлении с 2019 годом - падение годовой экспортной выручки получается больше, чем в 2,5 раза. Потери составят около 250 млрд. долларов. Это гигантские для нашей экономики цифры. На этом фоне становится важным любой доллар, полученный от экспорта и сохраненный за счет импортозамещения.

Казалось бы, падение ВВП, курса рубля к доллару сейчас приведет к стимулированию внутреннего туризма. Но давайте посмотрим на недавнюю историю - как колеблется ВВП России в долларах, и как изменяется выездной туристический поток. Казалось бы, в какой-то кризисный момент, у нас падает ВВП и, соответственно, сокращается выездной туризм, потому что дорожает доллар и так далее. Но удивительное дело - в 2009 и в 2019 годах долларовый ВВП был одинаковый, т.е. наша экономика съездила с 1,6 триллиона долларов в 2009 году до



2,3 триллиона в 2013 году и вернулась обратно на 1,6 триллиона в 2019 году, такая горка получилась. Казалось бы, выездной поток должен быть таким же, т.е. в 2009 году был 25 миллиардов долларов и, соответственно, в 2019 должен быть 25 миллиардов долларов. А он стал в 1,5 раза больше – 35 миллиардов, то есть увеличился практически на 50%. То есть люди готовы заплатить любые деньги, даже в кредит влезть, только чтобы выехать отсюда хотя бы на 5-10 дней.

Это говорит о том, что у нас как не было, так и не появилось качественной инфраструктуры, которая привлекает платежеспособных туристов и при этом равна или выигрывает по цене и качеству. И не появилось условий для ее создания. И это причина того, что у нас инвестиционное лобби в туристической инфраструктуре исторически не получило в коридорах власти достаточно сильного, консолидированного звучания. Каждый сам по себе решает свои вопросы. И, кстати, получается не очень, если посмотреть на отчетность их объектов.

Ключевой задачей сейчас мы видим объединение усилий по работе с государством тех игроков, кто мог бы инвестировать или уже инвестировал в туристическую инфраструктуру. Кто-то сам по себе раньше работает, и мы поможем им, кто-то хочет объединиться в отраслевую группу, но не видит с кем и на основе чего, потому что для них для всех это не профильный бизнес, им некогда этим всем заниматься, а мы готовы им помочь, сформировав систему мер, понятую прежде всего для Правительства и, прежде всего, для Минфина. Поскольку можно какие угодно декларации принимать на любом уровне даже в правительстве, но, если Минфин не увидит понятного экономистам финансово-экономического обоснования, никакие меры по снижению налогов, субсидированию ставок по кредитам и т.п. не получают его согласования и останутся на бумаге, а реализация декоративных мер ничего не даст.

- Акцент этой деятельности будет ориентирован на внутренний и въездной туризм?

- Если хочешь получить поддержку отрасли от государства, ты должен смотреть на это все глазами государства и понимать, что его интересует, с какими проблемами оно вынуждено иметь дело и какими ресурсами для этого оно обладает. Надо фактически немного подумать за государство. То есть – за Минфин. Помочь им найти решение. Просто клянчить деньги и льготы нет смысла. Чтобы поймать рыбу, надо думать, как рыба. У государства сейчас цель одна – увеличить положительное экспортное сальдо, сократить отрицательное, не растратить накопленные запасы финансов впустую. Если ты заявляешь о цели увеличения экспорта и ничего не делаешь для создания конкурентоспособных условий инвестиций в сравнении с зарубежными туристическими центрами, то это бессмысленные усилия и расходы, имитация деятельности. Первым показателем успеха станет момент, когда при открытых границах платежеспособные граждане Российской Федерации будут делать выбор в пользу отдыха в России. Вот тогда мы будем понимать, что мы действительно выигрываем эту гонку.

- За последние 10-15 лет я вижу активизацию усилий участников рынка по развитию дестинаций внутри страны. Но все-таки в желании развивать внутренний туризм, как мне кажется, преобладает роль административного ресурса. Т.е. власть прибегает к запретительным мерам в большей степени, созданию условий для того, чтобы люди не выезжали, а оставались отдыхать здесь. Конкретно сейчас обсуждаются 2 законопроекта в туризме – это ваучеры по обязательствам туроператоров, по которым люди не смогли отправиться в туры в связи с пандемией. И звучало предложение выдавать ваучеры по внутренним и въездным турам, а по

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

выездным не выдавать. И второй закон – это электронная путевка, которая изменит, в первую очередь турагентский рынок, который абсолютно не прозрачен и сейчас не структурирован. Тебе не кажется, что у нас занимаются не развитием сути туризма, а административным регулированием, и этот перекося становится все больше?

- Перекося в России бывают всегда. Первый перекося за последние 300 лет – это строительство Санкт-Петербурга на болотах по приказу Петра I. Но ведь, в целом, город получился отличный? Не бывает быстрых перемен без отдельных перекосов, это потом поправится.

У нас власть – это сумма очень большого количества разнонаправленных мыслей и векторов влияния, большинство из которых даже не пытаются придумать что-то плохое. Но просто они вынуждены действовать в условиях невероятного цейтнота. Я думаю, что ты можешь себе представить, в каком положении находятся люди, которые вынуждены принимать решения сейчас на уровне страны: администрация президента, аппарат правительства и прочие. К ним валится огромное количество разнообразных предложений, абсолютно не структурированных. И они вынуждены при этом еще по дороге собирать статистику, которая у нас носит характер дезинформации. Но прежде всего вылезло то, что люди не могут получить оперативные данные о состоянии ни одной отрасли в стране. Вот это оказалась настоящей катастрофой.

Мы получаем опубликованную статистику по туризму в России с лагом минимум в полгода, а то и в год. А если мы посмотрим еще и методологию – как разные ведомства считают разные показатели, касающиеся туризма, – то обнаружим там такое разнообразие подходов, что только очень настойчивый человек сможет путем сопоставлений, расчетов и досчета получить реальную картину. Как можно в таких условиях принимать какие-то быстрые осмысленные решения?

Отсюда возникает очевидная потребность нормализовать статистический учет и перевести его в режим онлайн, чтобы можно было иметь оперативную базу для статистики и аналитики. Много копий ломается сейчас по поводу электронной путевки. Много интересов схлестнулось вокруг нее. Но вот простой факт – у нас Росстат и Ростуризм в 2019 году видели 13 700 туркомпаний, которые продавали турпакетов на 303 млрд. руб. в год. А срочная перепись туркомпаний в конце марта 2020 года выявила 29 600 туркомпаний. А на что они все живут? Они же ежемесячно получают выручку, платят зарплаты, аренду, имеют какую-то прибыль. Расчетным методом и по косвенным данным получается, что к 303 млрд. руб. выручки по турпакетам в темноте крутятся продажи еще на 400 млрд. рублей. Так что основная цель любых электронных средств контроля оборота это иметь оперативные данные о деятельности отрасли. Вопрос в какой форме эти средства будут внедрены.

Попытка ваучеризации обязательств исключительно внутреннего туризма понятно откуда взялась – давайте стимулируем тех, кто будет развивать внутренний и въездной туризм. Идея-то понятна, но 70% объема задолженности по возвратам, которые сейчас образовались – это были выездные туристы. Они-то чем провинились? Но это смогли власти объяснить, все всё поняли, этого не будет. Все получают право конвертировать обязательства в виде ваучеров на оплату услуг. Сейчас в Минэке готовится соответствующий законопроект.

Что касается опасений сограждан, что будет введена система «нипель» – всех впускать, никого не выпускать, могу успокоить всех – этот вариант даже на уровнях, где принимаются решения такого масштаба, даже не рассматривается, потому что это не рационально по многим соображениям. Когда говорят: «Давайте мы никого

не будем выпускать и будем только на своём внутреннем рынке развиваться», то сразу на первый план выходят такие соображения:

Первое – основная масса трудоспособного населения имеет доходы 300 долларов в месяц и менее, это объективный факт. И только 5% имеют доходы более 1000 долларов. То есть, внутренний рынок у нас очень мал.

Второе – нужно смотреть на плотность населения, что тоже очень важно для развития туризма, т.к. чем меньше плотность населения, тем больше транспортные издержки. Плотность населения даже в европейской части России в 4,5 раза ниже, чем в странах Евросоюза. А плотность доходов населения на квадратный километр в 14 раз ниже. При этом транспортные издержки у нас очень высоки, потому что у нас большие расстояния накладываются на высокую монополизацию и высокое налогообложение услуг любого дальнемагистрального транспорта: железные дороги, авиация, аэропорты. Что приводит, конечно же, к ценам передвижения по России куда выше, чем выезд за границу.

Вот пример: два аэропорта, которые сейчас строятся в Крыму будут принадлежат одной компании. Очевидно, что наличие двух аэропортов в этом случае никак не стимулирует конкуренцию. В Самаре был построен новый аэропорт, в Ростове тоже, но тарифы там сразу после строительства выросли в разы, что отражается на стоимости авиабилета и желании авиакомпаний летать туда. У нас топливозаправочные комплексы в аэропортах принадлежат всегда какой-нибудь одной компании, а стоимость авиакеросина не регулируется, в отличие от стоимости бензина. И по какой-то причине у нас керосин стоит на 20% дороже, чем в Европе.

Ну и, наконец, нет смысла развивать туризм, если целиться на ту часть населения, у которой и сейчас очень ограничены доходы. В части туризма национальная экономика прирастает, в первую очередь, экспортом и импортозамещением. Потому что во всех остальных видах услуг для экономики, в целом, не имеет значения, на что население потратит деньги – все равно будет экономический оборот. А людям с доходами низкими и ниже среднего, проще потратить деньги на самые необходимые бытовые нужды, максимум – на приобретение квартиры в ипотеку, и это у нас активно поддерживается. Но уж точно не на туризм с высоким чеком.

А вот если ориентироваться на экспорт туризма и создавать конкурентоспособную инфраструктуру в международном формате, - у России в радиусе 6 часов полета от районов с высоким туристическим потенциалом живет больше двух миллиардов человек в странах с 45% мирового ВВП. Так на кого разумнее ориентироваться в таком случае? Очевидно, что если мы хотим зарабатывать на туризме, нет никакого смысла закрывать границы. Если ты сделаешь выдающуюся привлекательную и современную туристическую инфраструктуру, и продукт, то не только доходы от въездного туризма достигнут промышленных объемов, но и наши платежеспособные граждане будут оставлять деньги внутри страны. Так были созданы все современные туристические центры за рубежом, все уже испробовано, не раз доказано на практике и странно думать что у нас будет свой оригинальный велосипед с квадратными колесами.

На самом деле, это чуть более сложная логическая цепочка доказательств, чем то, что я сейчас показал, но она математически подтверждается, в отличие от идей «давайте мы всё закроем». Мы уже жили во всем закрытом. По итогу ракеты, танки и образование у нас были прекрасные, но всё, что касается сервисов и бытовых потребностей - государство этим заниматься не умеет и закрытие выезда приведет

только к дальнейшей деградации отрасли. Это, слава Богу, в Правительстве все понимают.

- У тебя есть представление, какие меры нужно предпринять, чтобы туризм получил необходимый толчок?

- Знаешь, некоторые люди, которым по долгу службы приходится отвечать за туризм, ищут какой-то волшебный ответ, одну меру, которая сразу разрешит все проблемы. Такой волшебной таблетки нет, но есть перечень из порядка 20 мер, который одинаково успешно был применен за последние 30-40 лет в разных широтах, на разных континентах с одинаковым результатом. Это похоже на приборную панель управления с разными настройками, управляя которыми ты можешь получить нужный тебе баланс параметров. Причем можно даже сравнить.

Есть туристические центры, которых сложились историческим образом: Париж, Санкт-Петербург, Лондон, Нью-Йорк, Рим. А есть искусственно созданные центры, например, Орlando, Лас-Вегас, побережье Анталии, Дубай, Макао, Сингапур. Они были созданы в течение буквально 10-20 лет. И вот если сравнить все параметры, которые присутствуют и используются в искусственно созданных туристических центрах в сравнении с историческими, то мы обнаружим, что искусственные значительно энергичнее и разнообразнее стимулируют развитие даже не только туризма, а еще и других отраслей экономики с высокой добавленной стоимостью, основой для которых является туристическая инфраструктура.

Базовая инфраструктура туризма – это что такое? Это качество жизни – хороший климат, обширное благоустройство, множество развлечений, шопинг, беспоплиная торговля, насыщенная культурная жизнь, музейные центры, высочайшая степень транспортной доступности, безопасность, медицина. Это всё то, что необходимо для развития на такой территории отраслей с высокой добавленной стоимостью и большим количеством высокооплачиваемых специалистов, создания университетских центров и зон свободной торговли. И за рубежом это активно используют.

Вот небольшой фрагмент подхода регулирования импортозамещения: Китай увидел, что у них десятки миллионов людей уезжают на шопинг за рубеж и тратят там по такс-фри огромное количество денег на товары премиум-сегмента. Так они сделали у себя в дополнение к Гонконгу и Макао еще одну зону внутренней беспоплиной торговли на Хайнане, где каждый резидент Китая может за год приобрести товаров на 350 000 рублей за год. Ты с семьей едешь в такую зону, можешь привезти на миллион рублей товаров беспоплино. Фактически, ты можешь за счет экономии на налогах полностью окупить довольно дорогую поездку. Это хороший якорь для того, чтобы привлечь людей. Или свободная медицинская экономическая зона в Дубай. Маленькая территория, всего 40 гектаров, но выручка 800 миллионов долларов в год. Это, для сравнения, 11% от годового дохода России от туристов из стран дальнего зарубежья. И это лишь два из довольно большого количества инструментов, которые легко применить, ничего нового тут нет. Всё уже написано, придумано до нас, надо просто взять и применить там, где это будет разумно сделать.

Когда у нас говорят о регионах, где стоит развивать туризм, то это носит политический и даже популистский характер. Любой губернатор и мэр, когда не знает, о чем говорить, начинает говорить о развитии туризма. Тут можно добавить немного березок, патриотизма и сразу просить деньги на инфраструктуру – дороги, набережные, инженерные сети. Эта инфраструктура, как правило, потом ведет в никуда, потому что реальных инвестиционных проектов нет. Другой вариант –

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

непрофильными инвесторами строится, а государством софинансируется, нечто, что потом становится вечно убыточным. Пока под декларации о развитии туризма в России деньги просто сжигаются.

Ты не можешь воткнуть в случайном месте палку и сказать: «Я здесь буду развивать туризм». Для этого должно сходиться довольно большое количество факторов: транспортная доступность, климатические условия, количество дней в году с отрицательной температурой или ниже 10 градусов, достаточное количество рабочей силы, достаточно развитый строительный комплекс, хорошая транспортная инфраструктура. И вот если ты вот это всё начинаешь собирать, то на самом деле на территории Российской Федерации очень мало регионов, в которых ты можешь использовать туризм для промышленного извлечения доходов. Можно ли выращивать бананы на Таймыре или ловить рыбу в пустыне? В целом, да, физически это возможно, но себестоимость этой продукции и качество будут такие, что есть эту рыбу с бананами будешь только ты сам.

Например, мы посчитали, сколько денег было инвестировано в туристическую инфраструктуру частными инвесторами, а государством в обеспечивающую инфраструктуру, за последние 3 года. Получилось, что по всем регионам инвестировано 155 миллиардов рублей за 3 года. Это 2,5 миллиарда долларов по старому курсу.

Для сравнения могу сказать, что 2 миллиарда долларов стоило намыть остров Пальм-Джумейра, 1,2 миллиарда долларов – это Бурдж-Халифа. Стандартный интегрированный курорт типа Venetian в Лас-Вегасе стоит 2-2,5 миллиарда долларов. Такие инвестиции обычно создают объекты с годовой выручкой 2-4 млрд долларов в год. Ты где-то видишь присутствие таких объектов по результатам этих трехлетних инвестиций на территории России? Или соответствующий рост доходов индустрии?

А инвестиции в Олимпиаду? Давай посмотрим правде в глаза. Или в базу СПАРК. Три крупнейших объекта туристической инфраструктуры, построенные к Олимпиаде, за 5 лет работы накопили 94 млрд. убытков. Какой инвестор при виде таких результатов захочет инвестировать в новое строительство? У нас деньги, вкладываемые в туризм, распыляются непонятно куда, без всякого положительного эффекта просто потому, что хочется дать всем сестрам по серьгам или реализовать политически значимые, но экономически вечно убыточные проекты. И что нас беспокоит – никто в правительстве не сделал даже попытки проанализировать причины, которые раз за разом приводят к таким обескураживающим результатам.

Если надо поддержать регион – просто дайте ему деньги, но не надо их закапывать в землю там, где они не приносят экономического эффекта.

- Хорошо, давай возьмем для примера Сочи. Вложили очень много денег, напряглись, сделали. Получился неплохой курорт мирового уровня. Но страна-то огромная. Вот был я в Шерегеше, Кемеровская область, катался на лыжах. Люди из той части страны (Сибирь и Дальний Восток) не едут в Сочи, т.к. для них это очень дорого. В Сочи едет, в основном, европейская часть России, а иностранцев курорт не особо привлекает. Сочи пока не стал Турцией, и вряд ли станет. Для этого нужно сделать нечто большее внутри каждого региона, создать какие-то точки притяжения. Такие проекты реализовать можно, но они требуют серьезной работы работы с туристической инфраструктурой и значительные инвестиции. А государство наше, давай будем честными, бедное. Есть ощущение, что у страны другие приоритеты, и деньги, которыми мы располагаем, идут на другие цели. Туризм где-то в стороне.

- Давай проведем простую аналогию. Допустим, государство — это девушка, которая тебе нравится. Для того, чтобы убедить девушку пойти с тобой выпить кофе, ты должен дать ей понять, как ей будет интересно с тобой. А до тех пор, пока она об этом не знает, ты ее не интересуешь. Ей интересно заниматься нефтепроводами, газопроводами.

На туризм, как существенный способ пополнить ВВП, все махнули рукой. Но ведь, например, и сельское хозяйство когда-то тоже было абсолютно убыточным для экономики России, и мы импортировали больше, чем экспортировали. В 2008 году, когда озадачились этим вопросом, все посчитали, поменяли систему налогообложения, ввели огромное количество разнообразных льгот, и вдруг через 12 лет выяснилось, что у нас полностью обнулено экспортное сальдо по сельскому хозяйству. Мы сколько импортируем, столько и экспортируем. Оказывается, можно зарабатывать на этом, появились огромные профильные холдинги и профильные инвесторы, а влияние зернового экспорта России столь велико что остановка экспорта зерна в 2009 году привела к революции 2010 года в Египте – крупнейшем импортере российской пшеницы. Сейчас, когда у государства остро встал вопрос пополнения экспортной выручки в среднесрочной и долгосрочной перспективе, самое время с цифрами в руках разговаривать с Правительством о том, что нужно сделать, к чему это приведет, и что будет, если они этого не сделают, а страна будет продолжать дальше терять эти деньги.

Кроме денег в туризме есть и второй момент, крайне важный для страны – это занятость. Каждый миллиард долларов выручки, потерянный для страны именно в бизнесе туризма – это минус примерно 110 тысяч прямых и косвенных рабочих мест. То есть, например, если за год у нас вместе с нашими гражданами уехали из страны 45 миллиардов долларов, это означает минус 4,5 миллиона рабочих мест или 25% от всех рабочих мест, занятых в сфере потребительского сектора. У нас сейчас по данным Минтруда всего 1,7 миллиона работают в гостиницах, общественном питании и туристических компаниях.

Туризм - это такая отрасль, которая, в отличие от современных заводов и складских терминалов, не может быть в значительной степени роботизирована, автоматизирована. Точнее, это теоретически возможно, но пока не имеет экономического смысла даже в странах с более высокими зарплатами, чем в России. И она очень ресурсоемкая по количеству рабочих мест, причем с не очень высокой квалификацией. Никто не требует от сотрудников гостиниц, туристических компаний, ресторанов диплома МФТИ или МГИМО, и никто пока не смог экономически эффективно решить вопросы замены рабочей силы машинами и информационными технологиями в туризме, хотя очень богатые компании в туристическом бизнесе много лет финансируют разработки роботизации и автоматизации сферы обслуживания.

Что касается региональных курортов. Здесь очень простая история – низкая платежеспособность населения, низкая плотность населения, загрузка по нормальной цене в лучшем случае 120-140 дней в году. Традиционно у нас отчитываются по загрузке, но какой в этом смысл? По рублю можно и 300% загрузки сделать и быть при этом в жесточайшем убытке. Загрузка не говорит вообще ни о чем. До тех пор, пока ты не сможешь получать хороший доход на номер – revenue per available room, твои инвестиции будут нерентабельны.

В опубликованных статистических материалах и принятой Стратегии развития туризма до 2035 года упоминается уровень загрузки в России 32% по состоянию на 2017 год, когда у нас было 850 000 номеров. А сейчас у нас 1,1 млн.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

номеров, рост на 20%, а денежной поток отрасли стагнирует. И при рентабельности инвестиций капитала в бетон гостиниц 3-5% в рублях уже давно выгоднее просто купить облигации федерального займа или наличные доллары. Кто купил доллары в 2008 году, в среднем, получил в рублях 10% доход, вообще ничего не делая и сохраняя в руках кэш. А кто инвестировал в 2008 году свои накопления в какие-то рублевые активы, в коммерческую недвижимость, в долларовом выражении сейчас находится в жесточайшем минусе. Потому что коммерческая недвижимость оценивается просто по денежному потоку, который она приносит, сама по себе, без положительного денежного потока, она не имеет никакой ценности.

И вот здесь вот возникает вопрос: что со всем этим делать в регионах? Не будем говорить про то, что покупательную способность населения надо поднимать – это и так всем понятно. Есть и вопрос объективной строительной и операционной себестоимости, стоимости кредита. Наконец, мало дней в естественном туристическом сезоне. От этого тоже никуда не деться. То есть – у нас возникают «ножницы» - с одной стороны высокая стоимость инвестиций, с другой – низкие доходы населения, низкая плотность и климат так себе.

Какие есть еще ресурсы для снижения цены для потребителя? Дальний Восток и всё, что за Уралом, активно летают отдыхать в Юго-Восточную Азию, Европейская часть летает в Средиземноморье, Западную Европу, страны Персидского залива и Северной Африки. Но летают чем – чартерами, которые еще и заправляются за рубежом, принадлежат туристическим компаниям, зарегистрированы где-то на оффшорах, в лизинге тоже у каких-то оффшорных компаний, а это что значит? В цене перевозки нет нашего НДС – ни на топливо, ни на цену авиабилета, ни на стоимость отеля. Кроме того, подавляющее большинство туристических стран активно спонсирует именно авиаперевозку туристов к себе. Не говоря уж о несравнимо более низкой налоговой нагрузке на работу отелей или ее полном отсутствии. А у нас что? Грубо говоря, когда ты заезжаешь в наш отель, который платит НДС, ты должен понимать, что в цене номера 60% - это разнообразные налоги и сборы, еще процентов 15% это кредит и проценты по нему, а остаток – это себестоимость и хоть какая-то прибыль. То есть, в цене почти нет продукта самого как такового, а только налоги и кредит.

А теперь давай сравним на простом примере. В Дубае 20 лет налогов не было совсем, вообще. С 2019 года ввели 5% НДС только. И кредит там можно было получить на 15 лет под 3-5%. И соответственно при равной цене на номер в России и в Дубае, ты можешь вот эту дельту по налогам и кредиту % пустить на качество строительства и оснащения, на качество и разнообразие сервиса путем более высокой оплаты для своего персонала, большего разнообразия блюд на шведском столе, либо увеличить свою прибыль и таким образом инвестиции становятся интересны для строительства крупных, по-настоящему впечатляющих объектов.

А в России ты ничего этого не можешь. Любая попытка построить нечто подобное хотя бы турецким приличным пятизвездникам еще на стадии финансовой модели сразу приводит к глубокому убытку. У нас налоговая система создана так, что она исключает в принципе возможность создания крупной современной туристической инфраструктуры с конкурентоспособной ценой.

И вот здесь мы возвращаемся к Олимпиаде. Почему ни один из этих объектов не стал прибыльным? Ведь если посмотреть на эти объекты, на данные по СПАРК, там совершенно катастрофические показатели. Во-первых, у нас почему-то считается, что туристическая инфраструктура – это вроде такого гипертрофированного салона красоты для жены, простой бизнес. Дверь, кровать,

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

умывальник – и все дела. Но оказывается, это не так. Слава богу у нас появились теперь инвесторы, которые поняли, что больше так инвестировать не надо. Отрицательный опыт – это тоже опыт – за опыт сколько ни плати, не переплатишь.

Во-вторых, оказалось, что налоговая система, которая существует, убивает даже то, что у них сейчас есть с точки зрения выручки. Например, один из объектов олимпийского наследия в год должен была бы платить примерно миллиард только налога на имущество, а у него всего выручка 5,5 миллиард. Из этой выручки еще НДС, отчисления на ФОТ, и в результате лучший год у них был минус 4 миллиарда даже без налога на имущество. А сразу после Олимпиады там были и минус 16, и минус 17.

По крайней мере, теперь инвесторы увидели, что такой подход не работает, что подход «просто построим что-нибудь и они привезут свои деньги» не приводит к успеху, и поэтому желающих больше инвестировать в такую инфраструктуру в России пока больше нет – разве что только с 90% инвестиций со стороны государства. Более того, наша налоговая система стимулирует увеличение количества микроотелей и отелей в выкупленных коммуналках, гостевых домах. В чем проблема? Казалось бы, это же хорошо – малый бизнес, его надо поощрять. Но малый бизнес не создаёт критически важную инфраструктуру туризма, которая притягивает промышленные объемы потоков туристов. Малый бизнес не создает впечатляющую архитектуру и, тем более архитектурные ансамбли. Можем ли мы представить себе, чтобы малый бизнес смог создать туристические центры вроде Санкт-Петербурга, Парижа, Анатолийского побережья, Дубая? Малый бизнес не может построить ни огромный конгресс-центр, который интегрирован с отелем, ни огромный торговый центр в туристическом квартале, ни огромные парки развлечений. Малый бизнес не сможет гарантировать государству строительство инфраструктуры, которая способна генерировать пассажиропоток, достаточный для строительства нового аэропорта. У него даже нет ресурсов для того, чтобы кредитоваться под оборотку, потому что он микроскопический, часто сидит на арендованном имуществе, а налоговые отчисления совсем небольшие.

Это замкнутый круг, который необходимо разорвать. Как разорвать его – понятно, в мире давно накоплен и систематизирован необходимый опыт, но это возможно только через убеждение государства в лице Минфина, показывать математику и финансовые модели. Показать, где на мировом рынке туризма лежат деньги и как мы их можем забрать с рынка.

- Что в итоге нужно сделать?

- Во-первых, не так быстро, как хотелось бы, но отношение к сфере туризма меняется уже. Кризис привлек внимание к финансовым показателям туризма и это отлично – еще три месяца назад не было и этого. Другое дело, что в текущей ситуации у ответственных людей нет времени сесть и посвятить время расчетам, потому что когда надо принимать решение спасать Аэрофлот или спасать туристический бизнес, то конечно, надо спасать авиаперевозчиков, это очевидно. И я бы на их месте принимал такие же решения, никуда не деться от этого, потому что денег у государства конечное количество, а авиаперевозки стратегически значимая и куда более уязвимая часть экономики.

Во-вторых, когда мы наблюдаем отношения внутри правительства, то видим, что Минфин все время отвергает предложения, которые направляет Ростуризм через Минэкономразвития. Как построены эти предложения? Берутся письма разных профессиональных ассоциаций, которые все выглядят примерно одинаково: отменить такой-то налог, сократить такой-то налог, все простить, дать денег – и не

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

*Фокус – Москва и столичный регион*



очень понятно даже сколько, - компилируются в некий документ и отправляются в Минфин. Любой корпоративный финансист, к которому ты придешь с таким документом, скажет: «Сколько-денег-то в итоге? Что мы потом получим от этого и что будет, если денег не дать?». Ответов на эти вопросы нет, то есть нет традиционного финансово-экономического обоснования. И Минфин раз за разом очень вежливо говорит: «Ребята, у вас нет финансово-экономического обоснования, статистические исходные данные взяты непонятно откуда. Приходите, когда все это будет». А этого нет и не появляется. Но должно же когда-то появиться.

- А на ваше письмо с таким финансово-экономическим обоснованием был ответ?

- Писем было три, из них одно официальное. Остальные передавались по неформальным каналам. Реакция есть и даже более деятельная, чем мы могли предположить. Но при этом, когда это все начинает гулять по разным уровням власти, ты сталкиваешься с исполнителями, которые вообще никак не завязаны на результат деятельности какой-то отрасли. И каждому заново приходится объяснять, а это время. Кроме того, надо понимать, что государство — это конкретные люди, которым приходится иметь дело не только с мольбами о помощи от туризма, но и всех других отраслей и в первую очередь решать вопросы более крупных или технологически емких отраслей.

В текущих обстоятельствах, к сожалению, для многих в туризме время, когда можно было спасти почти всех, уже ушло. Чтобы ты представлял себе скорость реакции: наше обращение было отправлено в аппарат Мишустина 10 апреля, зарегистрировано оно было только 15 апреля, а зашло в Минэкономразвития на подготовку ответа только 5 мая. Весь аппарат правительства перегружен такими обращениями. Только от туристической отрасли я видел минимум 6 писем.

Интерес к указанными нами в письмах цифрам возник очень сильный. Я чудес на самом деле не ожидал, я понимаю, что ни одно письмо не может моментально повернуть колесо истории вспять, все-таки мы катимся по этой колее очень давно. Но самое главное — это зародить в девушке зерно интереса, чтобы она, расставшись с тобой, все время думала о тебе, возвращалась мыслями к тому, что ты сказал, и в следующий раз, когда ты позвонишь... Это прямая аналогия, на самом деле.

- То есть ты настроен позитивно, девушка еще позвонит? :)

- Абсолютно. Девушка звонит. Мы видим это по поручениям премьера и первого вице-премьера за последние 2 недели.

Как изменится туристический бизнес после COVID-19?

- То, что я скажу - многим не понравится. Во-первых, выживут не все. Если бы я сейчас имел отели у себя в активе, то не стал бы рисковать и законсервировал их до следующего сезона. Еще месяц назад, даже полтора, было понятно, что надо замораживаться, максимально снижать свои убытки, передоговариваться с кредиторами. Если есть аренда — выходить из аренды. Главное сейчас - максимально сохранить капитал. Может быть, сохранить ключевой кадровый состав на очень небольших зарплатах, и то такое решение под вопросом. Это первое.

Второе. Очевидно, что массовый туризм в эконом-сегменте, на который все так рассчитывают, особенно внутренний туризм, не разовьется быстро по двум причинам. Сейчас понятно, что подавляющее большинство потеряли в доходах, и даже если завтра снова восстановить у всех доходы, как они были, люди все равно перейдут на довольно длительный период времени в мобилизационную модель

потребления. То есть они будут покупать самое необходимое и максимально накапливать финансовую подушку.

Третье – многие отели перейдут в собственность к кредиторам и это частично оздоровит рынок за счет повышения финансовой устойчивости таких предприятий.

На чем сейчас в отрасли все сгорело в России и многие в мире? Пострадали те, кто совершенно не имел свою финансовую подушку безопасности. Для сравнения просто приведу пример именно в туристическом секторе. В России нет ни одной управляющей компании, ни одного профильного инвестора в туристическую инфраструктуру, у которых финансовая подушка позволяла бы без выручки спокойно посидеть хотя бы 3-4 месяца без фатального исхода.

Сравним с этим, например, управляющие компании типа Marriott, Hilton, InterContinental, или возьмем Royal Caribbean и Carnival - это гигантские компании круизные, у них на двоих 167 кораблей на две компании, 19 миллионов туристов и 25 млрд долларов выручки в год. У Royal Caribbean месячные затраты сейчас, когда они поставили все свои корабли на прикол, 250 миллионов долларов. И они совершенно спокойно могут так содержать их в течение года просто за счет своего кэша, который они накопили, не прося ни у кого денег. Они даже не сократили программу строительства новых кораблей. А почему так получилось? Потому что у них чистая операционная прибыль была 19-20% от выручки, то есть у них было с чего откладывать.

А у нас что? У нас операционная рентабельность гостиничного бизнеса в рублях уже давно 3-5%, это просто несерьезно, с чего там откладывать? У населения примерно такая же история. То есть, рынок разделится на две части - потребление в сегменте лакшери с высокой добавленной стоимостью и потребление в сегменте эконом-класса с минимальной маржой и едва сводя концы с концами. Как показывает история экономических кризисов, войн и эпидемий, потребление в сегменте лакшери не сокращается никогда. Более того, начинает даже расти, потому что происходит консолидация активов и денежных потоков в руках еще более ограниченного количества людей.

А можем ли мы предложить что-то значимое в этом сегменте? Как ни странно, у нас есть проблема с предложением именно в премиальном классе. В Краснодарском крае и Крыму всего примерно 7 000 номеров 5 звезд, и эти 5 звезд сильно отличаются от 5 звезд Ritz-Carlton или WALDORF ASTORIA. И тем не менее спрос на них будет расти в ближайшие два года.

Наконец, бизнес-туризм на 90% сократится, потому что все открыли для себя возможности телеконференций. Все научились использовать возможности интернета.

Что останется в деловом туризме? MICE сегмент, конгресс-туризм и выставки, сохранятся, потому что человек вообще существо социальное, ему очень важно иметь возможность прямого контакта с коллегами, с людьми, которые объединяются по каким-то интересам - профессиональным, хобби и прочее. Иметь возможность в течение 2-3 дней в непринужденной обстановке обновить контакты, обменяться мнениями, установить дружеское взаимопонимание с коллегами. Останется bleisure (business + leisure) который соединяет конгресс-туризм и развлечения. Грубо говоря, конгресс проводится четверг-пятница, а с вечера пятницы по воскресенье ты проводишь время с семьей в этом месте. И таким образом получается полурабочие 4 дня.

Попробуй провести такое мероприятие, например, в Крокус Экспо – ты не сможешь, потому что это просто скучные коробки, из которых до ближайшего отеля, в котором ты остановился, нужно на такси или на метро добираться минимум час. А уж тем более погулять с семьей, отдохнуть, развлечься, сходить в номер, переодеться и вечером тут же спуститься с коллегами где-то потусить в пабе – такой возможности в существующих экспо-центрах нет и создать ее там уже не получится – нет ни технической возможности, ни земли.

А сколько у нас инфраструктурных объектов, которые в состоянии принять что-то интересное и предложить интересную повестку дня не только в виде выставочных ангаров, но и в проживании, шопинге, развлечениях, местах социализации участников мероприятий и чтобы все это было способно принимать по несколько мероприятий с числом участников до нескольких тысяч и было сбалансировано по составу инфраструктуры. В Сочи – отдельно медиа-центры, отдельно гигантские отели олимпийского наследия, в которых из достопримечательностей и развлечений есть только дверь, кровать и умывальник, а конгресс-площадки не оборудованы необходимым технологическим комплексом общепита, все на кейтеринге. Тысячи апартаментов без нормальной инфраструктуры с конгресс-центром на расстоянии от 500 метров до трех километров. И представь себе – зимой или осенью, когда в Сочи идут проливные дожди или мокрый снег, девушка с прической на каблуках, в вечернем платье или в деловом костюме должна выходить в эту слякоть, маршировать под ветром с дождем и снегом до конгресс-центра и обратно – это не очень удобно. Альтернатива – ехать из гостиницы на автобусах. А попробуй две-три тысячи человек отвези на 50-местных автобусах туда-обратно из отеля в конгресс-центр, потом накорми их там кейтерингом, отвези их обратно. Это долго, дорого и крайне сложно в организации. И об этом никто не думал, когда делали мастер-планирование олимпийских кластеров и проекты отдельных отелей. То есть, спрос на такой формат инфраструктуры есть, он постоянный, а предложения пока нету. Поэтому, при условиях изменения регулирования отрасли интегрированные курорты, скорее всего, у нас могут появляться в туристических районах и в городах-миллионниках.

У нас есть спрос на объекты, аналогичные турецким, греческим, арабским, которые работали бы по системе все включено с аналогичной ценой и качеством, но пока не очень понятно где их можно строить – кроме западного Крыма свободной земли необходимого качества и площадей на черноморском побережье России не осталось – все застроено бог знает чем. И опять же – не изменятся налоговая система и кредит – цены останутся выше, чем за рубежом или будут такие же, но качество будет хуже.

Мы получим большое макроэкономическое преимущество из-за того, что у нас сильно снизилась стоимость рабочей силы в долларовом эквиваленте, и – что важно – у нас рабочая сила качественная. Это важно, если сравнивать с рабочей силой, которая приезжает в Дубай работать в отелях. У нас сократятся издержки по долларовой стоимости сельскохозяйственной продукции, которая используется в отелях, что тоже ценно. Это могло бы сильно поддержать экспорт туризма, но остаются налоги, стоимость кредита и регулирование. Если государство осознает это и Ростуризм сможет доказать Минфину математический эффект от предлагаемых мер стимулирования отрасли, то на экспорте мы могли бы в период 5-10 лет на самом деле сорвать джекпот. По крайней мере, наши модели показывают, что мы могли бы, расти по экспорту на 1,3-1,5 млрд долларов в год начиная с 2023-24 года. Это +18% к объему экспорта в 2019 году.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

Как показывает история всех экономических кризисов - на выходе из кризиса выигрывают те, кто строили промышленную инфраструктуру или покупали ее во время него. Потому что, когда по улицам течет кровь, все стоит дешево, все готово работать даже в минус, лишь бы только оборот себе обеспечить: и по работам, и по товарам, и по стройматериалам.

Например, Marina Bay Sands - знаменитый объект в Сингапуре, который стоил 5,6 млрд долларов, как раз попал на кризис 2008 года. Из проекта вышли практически все соинвесторы и кредиторы, т.е. основной инвестор вынужден был у всех выкупить их доли, что было очень серьезным испытанием. К моменту завершения кризиса, к осени 2010 года они закончили свой объект и попали на восходящий тренд роста рынка, при этом, на фоне отличных операционных показателей стоимость самого актива так же начала расти и сейчас такой объект оценивается уже в 14 млрд. долларов при ежегодной чистой прибыли более 1,3 млрд.

То есть, на самом деле, сейчас самое время начинать инвестиции в туризм, только делать это надо осмысленно, не повторяя уже сделанных ошибок, не распыляя ресурсы и не изобретая особый путь.

Что касается микро и малого бизнеса в туризме, многие сейчас поймут, что это настолько неустойчивый бизнес, что лучше от него держаться подальше. И, может быть, это и к лучшему. Например, повальное увлечение апарт-отелями привело к тому, что инвесторам стали предлагать инвестиции под 15-18% годовых, но это же очевидное введение в заблуждение. Любой человек, который имеет отношение к гостиничному рынку и понимает, как считается выручка и прибыль, понимает что мелких инвесторов просто обманывают. Сейчас этот рынок на время успокоится, собственно, уже активность на нем сильно упала.

Я думаю, что должен появиться инструмент привлечения частного капитала в туристическую инфраструктуру. Почему это важно? У нас 2 месяца назад на депозитах в банковской системе население и юридические лица суммарно имели почти 59 триллионов рублей. Это в 1,5 раза больше, чем консолидированный бюджет всей страны: региональный и федеральный. На эти деньги можно трижды построить с нуля Дубай.

Почему эти деньги лежат на депозитах, а не инвестируются? Потому что некуда вложить относительно безопасно, с большей рентабельностью и приемлемыми рисками, а значит - лучше держать под 4,5% годовых. Но эти депозиты держат его как кэш, даже он обесценивается, это рублевые вложения, не долларовые. А куда инвестировать, так, чтобы можно было получить хотя бы 15% в рублях – я уж не говорю про 15-25% в долларах как в ОАЭ или Вьетнаме, - и так, чтобы это было капиталоемким объектом, в долгую, и актив мог стабильно генерировать денежный поток лет 15-20? А России нечего предложить таким инвесторам - у нас нет таких отраслей для приложения накопленных инвестиций. Туризм может сейчас стать такой отраслью.

Сейчас у многих людей и компаний появилась еще одна проблема: они не могут безопасно инвестировать деньги за рубежом. Потому что им говорят: «Слушайте, это отлично, что вы перевели деньги в наш банк, но теперь, пока вы нам не докажете легальность происхождения средств, эти деньги у нас полежат, мы даже будем начислять на них проценты, но пользоваться вы ими не сможете». И такие люди и компании тоже ищут, куда бы инвестировать на территории родной страны. А некуда – нефтедобыча вся уже разобрана, газ разобран, ритейл разобран, жилищный девелопмент разобран, сельское хозяйство, металлы, лес - тоже. Вот

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

туризм может стать новым полем для крупных инвестиций с хорошей рентабельностью на перспективу 15-20 лет.

Поэтому туризму даже не нужно просить денег у государства, ему достаточно просто создать условия для того, чтобы было выгодно мобилизовать тот инвестиционный капитал, который накоплен в огромных количествах внутри страны.

<https://hotel-academy.biz/blog/roman-eremyan-soyuz-turizma-i-gostepriimstva-pod-deklaratsii-o-razvitii-turizma-v-rossii-dengi-prosto-szhigayutsya>

### **Тема СМИ: рекомендации Роспотребнадзора по работе гостиниц в посткараantinный период и возможность их выполнения**

#### **Требования Роспотребнадзора к гостиницам – 2020**

Методические рекомендации для организаций, ведущих деятельность по предоставлению мест для временного проживания опубликованы на сайте Роспотребнадзора. Рекомендации утверждены Главным государственным санврачом 26.05.2020 г. Документ под номером МР 3.1/2.1.0187-20 включает требования Роспотребнадзора по открытию гостиниц и их дальнейшей работе в условиях коронавирусной пандемии.

[http://www.rospotrebnadzor.ru/files/news/MP%200187%20гостиницы%20\(1\).pdf](http://www.rospotrebnadzor.ru/files/news/MP%200187%20гостиницы%20(1).pdf)

Данные нормы представляют собой рекомендуемые правила по работе гостиниц, отелей, хостелов, домов и баз отдыха, гостевых домов, турбаз и т.п. В каждом из них необходимо назначить ответственного сотрудника, который будет контролировать соблюдение рекомендаций ведомства. По мнению Роспотребнадзора гостиницы могут работать, но лишь при соблюдении определенных требований и санитарных норм.

В соответствии с указанными рекомендациями, перед открытием гостиниц проводится генеральная уборка всех помещений с применением дезинфицирующих средств. Необходимо проверить эффективность работы и провести очистку систем вентиляции и кондиционеров. В дальнейшем обязательна регулярная профилактическая дезинфекция помещений. При этом применяются дезинфицирующие средства, которые согласно инструкциям, имеют обеззараживающий эффект при вирусных инфекциях.

Гостиницам в связи с коронавирусом предписано иметь в наличии пятитдневный запас антисептиков для рук, моющих и дезинфицирующих средств. В местах общего пользования устанавливают дозаторы с кожными антисептиками и обеспечивают условия для соблюдения гигиены рук.

В местах общего пользования после каждого гостя, но не реже, чем 1 раз в 2 часа, дезинфицируются контактные поверхности, также до 6 раз в день проводится уборка с дезинфицирующими средствами, каждые 2 часа проводится дезинфекция и уборка общих туалетов. Также проводится обеззараживание воздуха в помещениях общего пользования с помощью специальных устройств.

Гостиницам рекомендовано использовать мебель и внутреннюю отделку номеров, которая позволяет проведение регулярной дезинфекции и влажной уборки. Дезинфекции подлежат и ключи от номеров.

В число требований Роспотребнадзора по коронавирусу к гостиницам внесено и обеззараживание открытых пространств (не реже 1 раза в сутки, а контактные

поверхности – каждые 2 часа), в т.ч.: детских площадок, беседок, скамеек, наружных дверей, площадок у входа, уличных парковочных и банковских терминалов, а при наличии в отеле собственного пляжа, бассейна - оградительных конструкций, пляжного оборудования, помещений спасательного и медицинского пунктов, шезлонгов (после каждого гостя).

Особые требования по профилактике и защите от коронавируса предъявляются к персоналу гостиниц:

Перед началом каждой рабочей смены организуется так называемый «входной фильтр» - всем сотрудникам утром перед работой (а также вечером) измеряют температуру бесконтактным способом. Работники с признаками ОРВИ (кашель, насморк, повышенная температура) к работе допускаться не должны.

Работодатель должен обеспечить возможность лабораторного обследования персонала на COVID-19 перед допуском к работе.

Сотрудники, вернувшиеся из неблагополучных по коронавирусу стран или субъектов РФ, к работе не допускаются до истечения срока обязательной самоизоляции (минимум 14 дней).

Персонал гостиницы должен соблюдать меры личной гигиены, использовать СИЗ - маски и перчатки. Маски подлежат замене через каждые 3 часа, перчатки – по мере загрязнения. Данное требование распространяется также и на работников-совместителей, лиц, оказывающих услуги в порядке аутсорсинга, сотрудников сервисов, обслуживающих гостиничное оборудование.

Работникам гостиницы должно быть запрещено принимать пищу на своих рабочих местах – для этого выделяется отдельное помещение с местом для мытья рук и санитайзером.

При возможности в гостинице следует установить прозрачные заграждения для защиты персонала при общении с гостями и посетителями и обеспечить возможность безопасной выдачи ключей от номеров.

Рекомендации Роспотребнадзора по организации работы гостиниц предлагают по возможности минимизировать общение персонала и гостей путем применения мобильных приложений для процедуры экспресс заселения/выселения. Термометрия гостей бесконтактным способом обязательна при заезде в гостиницу, а затем ежедневно (минимум раз в день). Процесс оплаты желательно проводить безналичным способом. Рекомендовано также обеспечить возможность бесконтактного открывания дверей в номерах и иных общественных помещениях, посещаемых гостями. В номере гостей размещают по одному либо семьей.

В номере должен быть свой туалет и душ (ванная). В течение срока проживания проводится ежедневная уборка с применением дезинфицирующих средств, в т.ч. дезинфицируются все поверхности, телефоны, пульты. Ковры обрабатывают ковромоечными машинами с моющими средствами, а затем чистый ковер обрабатывается дезинфицирующим средством.Guests информируют, что каждые 2 часа необходимо проветривать номер. На матрасах обязательны сменные наматрасники, которые обрабатывают парогенератором. Не рекомендовано использование декоративных подушек и покрывал.

Разъяснение работы гостиниц Роспотребнадзором также касается организации питания постояльцев:

Питание гостей организуется по меню или в виде индивидуального обслуживания в номерах. В столовых соблюдается принцип социального

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

дистанцирования: расстояние между столами 2 метра, за одним столом располагается не более 1 человека (либо семьи или лиц, проживающих в одном номере). При наличии в гостинице «шведского стола» или линии раздачи необходимо нанесение сигнальной разметки на полу для соблюдения гостями социального дистанцирования. В зависимости от объема гостиницы рекомендовано увеличивать период предоставления завтрака.

Необходимо иметь достаточное количество посуды и приборов для одновременного ее использования.

Полученные от поставщиков продукты перед их передачей на склад или на кухню должны обрабатываться антисептиком.

Пищевые блоки и организации общепита желательно оснастить современными посудомоечными машинами (с функцией дезинфекции) и применять режимы обработки посуды и приборов при температуре не ниже 65 градусов в течение полутора часов. При отсутствии посудомоечной техники посуду мою вручную с использованием трехсекционных (для столовой посуды) и двухсекционных (для стеклянной посуды и приборов) ванн. Используемую одноразовую посуду собирают в одноразовые плотно закрывающиеся пакеты и удаляют их как отходы в конце дня.

По окончании рабочей смены проводится влажная уборка и дезинфекция обеденных залов, производственных, складских помещений пищевых блоков.

При наличии в гостинице фитнес-залов, бань, СПА, бассейнов, их работа должна организовываться согласно соответствующим рекомендациям Роспотребнадзора (например, МР 3.1/2.1.0183-20 для фитнес-клубов и бассейнов).

По мнению предпринимателей, новые правила Роспотребнадзора о работе гостиниц окажутся невыполнимыми для отелей экономкласса. А таковые составляют сейчас до половины всех заведений гостиничной сферы в России. Немало затрат потребуется на тестирование персонала, закупку СИЗ, средств и оборудования для дезинфекции и т.д. Для хостелов критичным является требование о заселении в номер по одному человеку, ведь при этом фактически теряется смысл их бизнеса, предусматривающего размещение в пределах одного помещения значительного числа постояльцев.

3 июня 2020 г. представители предпринимателей обсудили новые требования Роспотребнадзора к гостиницам с руководством ведомства. За день до этого первый вице-премьер А.Белосудов, приняв во внимание проблемы предпринимательского сообщества, изложенные на совещании, поручил Роспотребнадзору разобраться в ситуации и пересмотреть рекомендации.

Таким образом, в ближайшее время, скорее всего, стоит ожидать смягчения изложенных Роспотребнадзором требований для гостиничной отрасли.

<https://spmag.ru/articles/rekomendacii-rospotrebnadzora-dlya-gostinic>

### **Роспотребнадзор может смягчить рекомендации для гостиничного бизнеса**

Полный текст рекомендаций опубликован в Дайджесте СМИ №0601-2020 и доступен по ссылке

[http://www.rospotrebnadzor.ru/files/news/MP%200187%20гостиницы%20\(1\).pdf](http://www.rospotrebnadzor.ru/files/news/MP%200187%20гостиницы%20(1).pdf)

Алексей Кожевников, который занимает пост вице-президента общественной организации «Опора России», рассказал вчера о встрече, которую провел Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион



Роспотребнадзор с представителями бизнес-сообщества. В ходе этого мероприятия обсуждали вопрос смягчения рекомендаций ведомства по работе гостиничного бизнеса во время эпидемии коронавируса.

Алексей Кожевников считает, что часть рекомендаций носит избыточный характер и подразумевает дополнительную административную и финансовую нагрузку для отрасли, которая и так сильно пострадала от COVID-19. В последние месяцы загрузка гостиниц держалась на уровне 5 — 10%, а некоторые объекты были закрыты.

В общественной организации «Опора России» отмечают тяжелую ситуацию в средствах размещения, работающих в бюджетном сегменте. Это хостелы, отели категории «1 звезда», «2 звезды» и «без звезд». Такие объекты могут не начать работу из-за несоответствия требованиям Роспотребнадзора.

Алексей Кожевников привел расчеты, сделанные в Ассоциации отелей города Казани и Республики Татарстан. Например, для отеля категории «4 звезды» с номерным фондом в 150 номеров исполнение всех рекомендаций Роспотребнадзора обойдется почти в 9 миллионов рублей. Отмечается, что месячный оборот такого объекта варьируется от 11 до 13 миллионов рублей, при заполняемости в 60 — 65% и адекватной стоимости проживания. Надо ли говорить, что в ближайшее время на такие показатели средства размещения вряд ли смогут рассчитывать. Также аналогичный расчет был приведен для отеля на 30 номеров категории «3 звезды», расположенном в Крыму. При обороте в 2,5 — 3 миллиона рублей стоимость исполнения рекомендаций Роспотребнадзора составит примерно 800 000 рублей.

В общественной организации «Опора России» считают, что реализация предложений бизнеса позволит снизить нагрузку, а также избежать закрытия средств размещения.

<https://hotelier.pro/news/item/rospotrebnadzor-mozhet-smyagchit-rekomendatsii-dlya-gostinichnogo-biznesa/>

### **Роспотребнадзор опубликовал обновленные рекомендации по работе гостиниц**

В Роспотребнадзоре дали новые рекомендации по работе гостиниц в эпидемиологических условиях. Обновленные меры безопасности опубликованы на официальном сайте ведомства.

Отмечается, что специалисты доработали рекомендации после того, как провели консультации с представителями фитнес-, а также гостиничной и рекреационной индустрий. Итак

*- допуск персонала при наличии результатов тестов на коронавирусную инфекцию проводится теперь только в тех гостиницах, деятельность которых приостанавливалась.*

*- в ранее закрытых местах размещения потребуется генеральная уборка помещений с очисткой систем вентиляции.*

*- плановую и выездную уборку в номерах следует проводить с учетом отделки помещений;*

*- исключено требование по обязательному наличию в комнатах отдельного санузла.*

Кроме того, Роспотребнадзор доработал рекомендации для фитнес-индустрии. Так, в обновленном перечне больше нет ограничений по числу людей в бассейне.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*



Эксперты удалили из списка излишние требования к работе предприятий общественного питания, бань, саун при наличии в фитнес-клубах.

Напомним, начале июня Роспотребнадзор представил рекомендации по профилактике коронавируса при работе гостиниц, баз отдыха и фитнес-клубов.

<https://ria.ru/20200609/1572677545.html>

### **Смогут ли отели выполнить рекомендации Роспотребнадзора. Опыт Novotel Moscow City**

*Комментирует Елена Попова, старший менеджер по маркетингу Novotel Moscow City.*

Мы в Novotel Moscow City все требования Роспотребнадзора выполняем и считаем, что выполнять их реально.

Всю весну мы не прерывали работу, и с 1 июня запустили единую программу ALLSAFE, которая гарантирует соблюдение самых строгих стандартов дезинфекции и операционных протоколов в индустрии гостеприимства.

В частности, после выезда гостей каждый уголок номера обрабатывается рекомендованными Роспотребнадзором средствами усиленной дезинфекции, и далее поступает на карантин на 72 часа. Только спустя трое суток номер снова поступает в продажу.

Также наш отель уже отказался от использования покрывал и декоративных подушек. Вся посуда и приборы моются на высоких температурах. Завтраки, обеды и ужины доставляются только в номер бесконтактным способом.

В наших общих гостевых зонах установлены бесконтактные санитайзеры. В каждом лифте разрешается ехать только одному гостю или по одной семье. Поверхности лифта, кнопки, ручки и все общественные зоны обрабатываются каждый час. Также мы тщательно дезинфицируем пылесосы и все средства уборки.

В отеле соблюдается масочно-перчаточный режим. Если гость приехал без маски и перчаток, при входе в отель они будут обязательно выданы. Чтобы исключить любые личные контакты, Novotel Moscow City внедрил для гостей возможность быстрого онлайн-заезда и выезда, бесконтактную оплату, пластиковые перегородки на ресепшн и разметку по необходимой дистанции. Очередей у нас нет, они контролируются сотрудниками. Пластиковые ключи от номеров также подвергаются дезинфекции.

За здоровьем сотрудников руководство следит в режиме 24/7. Каждому сотруднику измеряют температуру по приходу в отель и затем каждые 4 часа. Весь персонал работает строго в масках и перчатках.

Забота о команде и каждом госте в Novotel Moscow City является главным приоритетом. Несмотря на то, что все эти меры влекут за собой существенные дополнительные расходы, безопасность и спокойствие всегда того стоят.

О сервисе в российских отелях в период пандемии коронавируса рассказывает директор по развитию и коммуникациям Tvil.ru Оксана Шустикова: «Сейчас отельный сектор ждет послаблений от Роспотребнадзора. Те меры, которые предложены для отелей, невыполнимы, они отпугнут туристов от больших и сетевых отелей. В этом году считаю, что туристы будут выбирать небольшие гостевые дома, мини-отели, коттеджи и апартаменты, где они могут самостоятельно готовить еду, находиться в окружении небольшого количества человек и спокойно соблюдать социальную дистанцию».

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

## **«Чтобы к нам попасть, нужно пройти квест»: из-за новых правил санатории теряют туристов**

Санаторно-курортный отдых в Белокурихе из-за коронавируса стал труднодоступным; чтобы заселиться в здравницу, нужно собрать ворох документов.

Руководство регионов начало ослаблять введённые из-за пандемии ограничительные меры. Послабления, в том числе, отразились на санаториях, которые начали принимать первых гостей после двух месяцев вынужденного простоя. Согласно требованиям Роспотребнадзора изменились правила в работе курортов.

Некоторые здравницы Белокурихи готовы принимать гостей с учётом рекомендаций ведомства – путёвка рассчитана на 10-дневный санаторно-курортный отдых. Изменились в том числе и правила заселения. Жить в одном номере разрешают только семьям.

Если брак гражданский, пара должна написать об этом расписку, и тогда их заселят вместе. Всем гостям нужно предоставить справку об эпидокружении и отрицательный тест на коронавирус, результат которого нужно получить не менее чем за двое суток до отъезда в санаторий.

Представители отрасли рассказывают, что даже после возобновления работы в городе-курорте не работают развлекательные заведения, в самих санаториях не работают бассейны и отменены групповые процедуры. Также закрытыми остаются детские комнаты.

По словам топ-менеджера санатория Altai West Сергея Криворученко, процесс восстановления турпотока идёт сложно. В первый день после открытия в здравницу планировался заезд 145 человек, приехало 16. Потом заселились ещё шесть отдыхающих.

«У нас на 22 отдыхающих более 200 человек персонала. Каждый сотрудник раз в неделю должен сдать мазок на COVID-19 за счёт работодателя, а это дополнительные расходы для собственника», – говорит топ-менеджер.

Он признаёт, что получить необходимую документацию для туристов очень сложно, и этот фактор, по его мнению, ухудшает ситуацию в отрасли и сдерживает потенциальных гостей.

«Чтобы попасть в санаторий, нужно пройти квест», – отмечает Сергей Криворученко.

С аналогичной ситуацией столкнулись в другой здравнице. Потенциальным туристам пришлось пересмотреть свои планы.

«У нас должен был состояться групповой заезд 50 человек, но 70 % отказались посещать санаторий в связи с тем, что люди просто не знают, где взять справки об эпидокружении», – рассказал собеседник на условиях анонимности.

На сайтах курортов отмечается, что документ о том, что не было контактов с инфицированными, выдаёт Роспотребнадзор. По телефону горячей линии ведомства отвечают, что для получения справки об эпидокружении нужно обратиться в поликлинику по месту жительства к участковому терапевту.

Городские поликлиники в Новосибирске готовы записать на приём к терапевту по месту жительства. При этом сотрудники медучреждений говорят, что процедура получения документа может занять время.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

Собеседники надеются, что ситуация в лучшую сторону изменится в июле-августе, при этом в отрасли удастся сдержать стоимость отдыха.

Напомним, 20 мая в Белокурихе диагностирован первый случай заражения коронавирусом.

<https://sib.fm/news/2020/06/11/chtoby-k-nam-popast-nado-projti-kvest-iz-zanovyh-pravil-sanatorii-belokurihi-teryayut-turistov>

## **2. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ**

### ***Реанимация туризма.***

**Часть гостиниц и санаториев в Сочи не начали работать с 1 июня 2020 г.**

Причиной стали слишком жесткие требования Роспотребнадзора к профилактике COVID-19. Об этом представителям СМИ рассказала Валентина Богданова, которая занимает пост председателя правления ассоциации отельеров Ассоциации малых отелей Сочи (АМОС).

Например, санатории, в соответствии с рекомендациями Роспотребнадзора, должны делать тест на коронавирус своим сотрудникам каждую неделю. При наличии в штате 280 человек, а также стоимости теста в 1700 — 1800 рублей затраты предприятий на тестирование работников в течение месяца составят порядка 2 000 000 рублей. Валентина Богданова сообщила, что в любом санатории Сочи работают не менее 200 человек.

В соответствии с рекомендациями Роспотребнадзора, отдыхающие не могут выйти за границы территории санатория. Вместе с тем, персонал не имеет права ограничивать передвижения гостей. И это далеко не полный перечень вопросов, который возник в АМОС.

Также мешает нормальной работе постановление губернатора Кубани, в соответствии с которым бронирование номеров можно совершать только на текущий месяц. По словам Валентины Богдановой, по этому вопросу планируется написать обращение в Ростуризм и губернатору Краснодарского края.

<https://hotelier.pro/news/item/chast-sanatoriev-i-gostinits-v-sochi-ne-nachali-rabotat-s-1-iyunya-2020-goda/>

**В Крыму назвали условия открытия гостиниц с 15 июня. По словам отельеров, в таких условиях им проще не открываться.**

Крымские санатории и гостиницы с медлицензией могут начать принимать местных гостей, начиная с 15 июня. А вот чтобы гостиницам полуострова открыться на две недели раньше 1 июля, когда в регион смогут въехать первые туристы, отельерам придется взять на себя дополнительные обязательства. Это следует из приказа главы республики Сергея Аксенова, опубликованного накануне на сайте правительства Крыма.

Как следует из документа, объекты размещения должны заполнить специальную форму, в которой обязуются в случае выявления среди гостей больного коронавирусом, взять на себя расходы по обсервации и самоизоляции контактных лиц. В Краснодарском крае аналогичное требование также было озвучено отельерам, однако официального документа на этот счет не появилось.

По словам местных отельеров, фактически это означает, что им легче не открываться — все равно количество крымчан, которые отдыхают в пределах родного региона и останавливаются в гостиницах, ничтожно мало. «В летний период на внутрирегиональный туризм рассчитывать бесполезно. У нас всего 2-3% местных туристов. От такого числа нам ни холодно, ни жарко. Большинство крымчан летом работают, а отдыхают осенью, когда прохладнее и падают цены», — рассказала

Profi.Travel руководитель АСМОК, гендиректор отеля Deep town Наталья Стамбульникова 10 июня.

Напомним, туристов из других регионов в Крыму объекты могут принимать с 1 июля, но карантинные меры отменяются на две недели раньше. Таким образом, с большой долей вероятности они будут останавливаться в частном секторе.

В то же время Роспотребнадзор пошел на очередные послабления рекомендаций для гостиниц.

[https://profi.travel/news/46820/details?utm\\_source=profi\\_travel&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=dailynewsletter\\_10562\\_110620](https://profi.travel/news/46820/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_10562_110620)

### **Республика Алтай открывает ряд гостиниц с 11 июня. Известие стало полной неожиданностью для бизнеса.**

Глава Республики Алтай Олег Хорохордин в среду, 10 июня, провел заседание оперативного штаба по противодействию распространению коронавирусной инфекции, на котором объявил о смягчении ряда ограничительных мер, сообщает сайт регионального правительства.

«С завтрашнего дня начнем работу организаций общественного питания, обслуживающих клиентов на открытых площадках, при жестком соблюдении рекомендаций Роспотребнадзора. Кроме того, вы знаете, что по всей стране открылись санаторно-курортные объекты, предлагаю также с завтрашнего дня перейти на первый этап снятия ограничений в туристической сфере и открыть коллективные средства размещения с медицинской лицензией, у нас восемь таких объектов», — заявил Олег Хорохордин.

Он также подчеркнул, что объекты, которые возобновляют работу, обязаны соблюдать все санитарно-эпидемические требования. Следить за этим будет региональный Роспотребнадзор.

Новость о разрешении на начало работы стала полной неожиданностью для участников отрасли, которым ранее обещали открытие не раньше 23 июня.

Например, директор центра лечебного голодания «Улутай» Олеся Журкевич написала на своей странице в социальных сетях, что центр, у которого есть медицинская лицензия, сможет открыться не ранее 17 июня.

Министр природных ресурсов, экологии и туризма Республики Алтай Екатерина Поварова сообщила Profi.Travel, пока речь идет о первом этапе снятия ограничительных мер. Медицинская лицензия означает, что на объекте есть медицинские работники, которые могут работать согласно рекомендациям Роспотребнадзора.

Остальные коллективные средства размещения смогут открыться не раньше 23 июня, однако глава регионального министерства выразила надежду, что открытие всех объектов может состояться и раньше, если это позволит эпидемиологическая обстановка и будут исключены риски распространения коронавируса.

За 9 июня в Республике Алтай выявлено восемь заболевших коронавирусом. Кроме того, в регионе сохраняется режим самоизоляции и масочный режим, а также требование 14-дневного карантина для всех приехавших из других регионов. Работа турбаз, домов отдыха и других коллективных средств размещения приостановлена до 22 июня 2020 года

### **Отели и гостиницы Кубани начинают прием туристов с 12 июня**

Пока власти региона разрешили принимать гостей только средствами размещения вместимостью до 50 номеров

КРАСНОДАР, 11 июня. /ТАСС/ Отели и гостиницы вместимостью до 50 номеров основного курортного региона России - Краснодарского края - возобновят приостановленный из-за пандемии коронавируса прием туристов с 12 июня, заявил в ходе заседания оперативного штаба в четверг глава региона Вениамин Кондратьев.

"Я предлагаю с 12 июня в рамках жесткого регламента Роспотребнадзора открыть гостиницы [вместимостью] до 50 номеров с соблюдением требований Роспотребнадзора. Я считаю, что с 00:00 часов 12 июня гостиницы до 50 номеров можно открыть", - сказал глава региона.

Он добавил, что в преддверии предстоящих выходных с 12 по 14 июня открытие гостиниц с небольшим номерным фондом позволит удовлетворить нужды жителей Краснодарского края на отдых. Также Кондратьев отметил, что открытие гостиниц и отелей с небольшим номерным фондом позволит в будущем выработать тактику работы более крупных средств размещения в условиях пандемии коронавируса.

"Мера своевременная, правильная. У нас таких объектов до 50 номеров - 1 614. Это примерно одномоментно может расселиться около 30 тыс. человек. С учетом того, что неделю назад были открыты санатории с медицинской лицензией, уже технически санаторно-курортная отрасль привыкла", - сказал в ходе заседания оперативного штаба мэр Сочи Алексей Копайгородский.

По словам глав муниципалитетов, в Геленджике 467 объекта с таким номерным фондом, в Анапе 337, в Ейске 25 средств размещения. Краснодарский край является основным туристическим регионом России, в 2019 году турпоток составил порядка 17,3 млн отдыхающих, средняя загрузка средств размещения - 71,3%. Турпоток курортов Кубани на майские праздники в 2019 году вырос на 7% до 430 тыс. человек. Из-за пандемии коронавируса в регионе ввели мораторий на взимание курортного сбора до конца 2020 года.

В Краснодарском крае порядка 3,4 тыс. классифицированных гостиниц и отелей, которые могут возобновить прием туристов с 12 июня, большинство из них расположены в Сочи. "Список таких средств размещения будет размещен на официальном сайте Министерства курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края в ближайшее время. Всего в регионе порядка 3,4 тыс. классифицированных средств размещения вместимостью до 50 номеров. Большинство из них расположены в Сочи", - говорится в сообщении пресс-службы администрации региона.

#### **Работа музеев, театров и спорткомплексов**

Музеи Кубани возобновят прием посетителей по предварительной записи с 12 июня, в театрах региона можно будет проводить репетиции, откроются спортивные комплексы, где тренируются профессиональные спортсмены.

"С 00 часов 12 июня разрешается в крае проведение деловых мероприятий численностью до 50 человек, открыты музеи края, возобновляют работу театры, но только для репетиций, разрешается деятельность тренировочных комплексов для



занятий профессиональным командам и профессиональным спортсменам", - сказал губернатор.

Также в ходе заседания обсуждалась возможность возобновления работы религиозных организаций в обычном режиме. Руководитель Управления Роспотребнадзора по Краснодарскому краю Мария Потемкина пояснила, что соответствующим постановлением была приостановлена возможность ведения богослужений внутри помещений, текущая эпидемиологическая ситуация не позволяет ее возобновить, при этом ведение богослужений разрешено на открытом воздухе на территориях, прилегающих к религиозным организациям.

#### Работа небольших ТЦ

Небольшие торговые центры в Краснодарском крае возобновят работу с 15 июня.

"Решение мое таково: с 15 июня разрешить работу торговых центров, в соответствии с предложением Марии Александровны [Потемкиной] без развлечения, без зон питания, площадью до 3 тыс. кв. м", - сказал Кондратьев.

Он отметил, что в торговых центрах при соблюдении всех требований Роспотребнадзора смогут открыться только непродовольственные магазины. Фудкорты и места развлечений остаются закрытыми.

<https://tass.ru/obschestvo/8704575>

#### **Звезды помогут: гостиницы, прошедшие классификацию, заработают в Приморье раньше других**

При благоприятной обстановке по коронавирусу в середине июня смогут начать функционировать некоторые объекты туриндустрии

Приморские гостиницы, которые еще до снятия ограничений по пандемии пройдут классификацию «звездности», возобновят работу в первую очередь, сообщил заместитель председателя правительства края Константин Шестаков.

— Возобновление работы туробъектов в Приморье будет зависеть от эпидемиологической обстановки. Первыми откроются гостиницы, которые прошли классификацию. Многие из отелей эту процедуру уже прошли, базы отдыха только начали эту работу. Однако на первоначальном этапе речь идет только о гостиницах. Базы отдыха, hostels и другие места размещения будут открываться по мере снятия противоэпидемических ограничений, — заявил зампред регионального правительства.

Как ранее сообщил губернатор Олег Кожемяко, при благоприятной эпидемиологической ситуации к середине июня в Приморье могут открыться некоторые объекты туристической инфраструктуры. Было поручено муниципалитетам сформировать реестр объектов и территорий, отдыхать на которых будет безопасно.

<https://www.dv.kp.ru/online/news/3904868/>

### **3. Юридический практикум для специалистов туристского и гостиничного рынка**

#### **Штрафы и пени – основа формирования бюджетов**

В газете «Ведомости» вышла статья о том, как пострададут энергетические монополисты, если не вернуть начисление пени. Простая арифметика показала: крупнейшие монопольные компании страны строят свой бюджет за счет пени и штрафов.

Цифры, которые мы видим в статье: за апрель уровень собираемости платежей за электроэнергию снизился на 7%, и падение составило 11 млрд. руб., а к концу года, до которого осталось 8 месяцев, потери электростанций достигнут 600-700 млрд руб. В статье есть еще потери теплоснабжающих организаций, 16 млрд за апрель, и даже если мы их сплюсуем с потерями по электроэнергии, а потом умножим на оставшиеся месяцы, то у нас никак не получается 600-700 млрд озвученных в статье. У нас получается 216 млрд, с двойной нагрузкой в зимние месяцы удвоения цифры не будет, а вот чтобы получить 600- 700 млрд руб мы должны добавить еще 30-40% к цифре "двойной нагрузки" и принять эту цифру как размер пени и штрафов. Потому что другие доходы не озвучены.

Прекрасно видно – бюджет на треть формируется из наказания, прописанного в драконовских договорах с монополистами.

Но дело в том, что это не только у естественных монополистов. Кому из вас, отличники из бизнеса, всегда стремящиеся к перфекционизму и выполнению всех норм и требований бесчисленных государственных инструкций, приходилось слышать от проверяющих: «Раз мы пришли, мы вам хоть маленький штраф, но выпишем, чтоб не зря ходить!» Вы послушно кивали головой, потому что пять тысяч — это вроде как не сумма, и не спорить же с ними.

А огромные штрафы на ошибки миграционного учета иностранных граждан? Есть две функции при осуществлении миграционного учета: постановка на учет иностранного гражданина и снятие с учета. Так вот, если есть ошибка при снятии с учета, юридическое лицо, к примеру малый отель на 15 номеров, получит штраф за каждого иностранного гражданина от 100 тыс.руб. А если гостиничный администратор допустил ошибку и не выселил группу? Каждого сосчитают по отдельности и гостинице придет штраф на много миллионов. История, которую рассказываю, документальная. От штрафа с трудом отбились в суде, потому что это было первый раз за 20 лет работы гостиницы, но пока отбивались в суде, поступило предложение от проверяющих решить вопрос за полмиллиона рублей кардинально и сразу.

*Огромные штрафы, несоразмерные деянию, порождают коррупцию.*

Получается, что сама государственная система пополнения бюджета выстроена так, чтоб пополнять его на доказательстве вины, на увеличении штрафов и наказаний.

То, что подобная система постоянного наказания мешает экономике и обществу нормально развиваться – это уже понятно и на государственном уровне, где работает маховик «гильотины» по отсечению излишнего регулирования. Но если при работе с Минэком бизнесу чаще всего удастся отсечь лишнее, то другие государственные ведомства, особенно имеющие право штрафовать и проводить плановые и внеплановые проверки, даже в рамках гильотины постоянно стараются

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

*Фокус – Москва и столичный регион*



сохранить любые возможности для штрафов. Но систему необходимо обязательно перестроить, потому что не будет крепким общество, где наказание является основой всего.

<https://www.kommersant.ru/doc/4372663>

### **Тюменский Медгород не смог оспорить судебное решение о нецелевых расходах**

ТЮМЕНЬ, 11 июня, ФедералПресс. Решение тюменского арбитража оставлено без изменений. Ущерб составил 17 миллионов рублей.

Арбитражный суд Западно-Сибирского округа подтвердил законность и обоснованность решения Арбитражного суда Тюменской области по поводу нецелевого расходования бюджетных средств. Таким образом, апелляция тюменского онкологического центра «Медицинский город» в очередной раз была отклонена. Такие данные содержатся в картотеке судебной инстанции.

По данным следствия, в период с 2014 по 2019 годы медицинское учреждение заключало договоры на размещение пациентов в отеле «Море». При этом гостиница не имела лицензии на предоставление медицинских услуг. Таким образом, организация использовала средства из тюменского фонда ОМС нецелевым образом. Общая сумма ущерба составила 17 миллионов рублей.

Организация неоднократно подавала апелляционные жалобы в Восьмой арбитражный апелляционный суд в Омске и арбитраж Западно-Сибирского округа. По мнению ответчика, больные таким образом получали полноценный уход, а медицинские услуги предоставлялись посредством аутсорсинга. Однако все заявления были отклонены судебными инстанциями.+

В августе 2019 года онкоцентр «Медицинский город» подвергся внеплановому аудиту. В ходе проверки, в том числе, выяснилось, что сотрудники бухгалтерии незаконно присваивали себе средства, предназначенные для выплаты зарплат сотрудникам. Позже было возбуждено уголовное дело.

<https://fedpress.ru/news/72/society/2516356>

## **5. Новости гостиничного рынка за рубежом, включая страны СНГ**

### **Реанимация туризма**

#### **Угроза коронавируса: в Аргентине разработали правила для работы гостиниц**

БУЭНОС-АЙРЕС, 11 июня 2020, 13:51 — REGNUM Новые правила для работы гостиниц и прочих мест для приема туристов в условиях пандемии коронавируса разработали власти Аргентины. Соответствующий документ 10 июня обнародован правительством страны.

«Минтуризма совместно с институтом туризма, ассоциацией отелей, ресторанов и кафе разработало протокол COVID-19 для размещения туристов», — говорится в опубликованных новых правилах.

Также указывается, что его целью является применение мер, которые гарантируют здоровье жителей страны и позволяют избежать распространения SARS-CoV-2, при работающей туристической отрасли Аргентины.

Кроме этого, уточняется, что теперь люди, потенциально находящиеся в группе риска из-за COVID-19 (старше 60 лет, больные хроническими заболеваниями и т.д.) не смогут работать в самих гостиницах.

При этом в последних на одного человека должно приходиться не менее 2,25 кв. метра, а на входе у всех будет измеряться температура тела, и люди с температурой выше 37,5 градусов и/или с симптомами нового заболевания не будут допускаться в помещения гостиниц. Кроме того, постояльцам необходимо будет соблюдать безопасную дистанцию во время заселения и выселения в гостиницу, и заранее в электронной форме заполнить и направить анкету о состоянии здоровья.

Помимо этого, нужно стараться не передавать из рук в руки никаких предметов и перевести все платежи в электронные, а карточки, ключи, пульты для телевизора должны быть продезинфицированы.

«На первом этапе стоит избегать использования услуг доставки багажа в номера и услуг по парковке автомобилей», — также говорится в правилах и добавляется, что в первое время клиенты не смогут попасть бассейны, тренажерные залы и кабинеты спа.

Отметим, как сообщало ИА REGNUM, ранее Всемирный совет по туризму и путешествиям (WTTC) разместил у себя на сайте информацию, что три государства — Португалия, Турция и Саудовская Аравия — названы безопасными направлениями для отдыха этим летом.

<https://regnum.ru/news/society/2979180.html>

## **6. Интересное для отельеров**

### **Какие уроки отельный бизнес вынес из карантина**

Последние месяцы карантинной жизни стали показательными для бизнеса: не каждая компания смогла адаптироваться под новые условия работы. Однако многим это все же удалось. Несмотря на то, что подмосковный центр здоровья Verba Mayr не закрывался на период карантина, его руководству все же пришлось полностью пересмотреть привычный способ ведения бизнеса. *Сергей Карзан, генеральный директор Verba Mayr*, поделился с нами, какие нововведения вошли в жизнь центра в период карантина и какие уроки он вынес из прошедших 1,5 месяцев ограничений.

#### *Что мы сделали за период карантина?*

Быстрота и адаптивность – вот два главных слова, которые мы вынесли из этого карантина. Жизненно важно придумывать то, на что есть запросы у гостей. Особенно в такое время, когда люди в принципе боятся куда-либо выезжать из своих квартир. Для этого за последние месяцы мы создали несколько новых уникальных продуктов: программы «Самоизоляция», «Управление стрессом», «Детокс + Иммуитет» и «Укрепление иммунитета». Помимо этого мы также ввели новое генетическое исследование MyImmunity, которое позволяет выделять гены и факторы, влияющие на силу иммунитета. А в скором времени запускает еще одна актуальная новинка – программа для укрепления здоровья легких. Благодаря этим нововведениям мы смогли заинтересовать наших гостей, так как все они были созданы, исходя из запросов, которые диктовались сложившейся обстановкой.

Мы старались использовать все запреты этого карантина себе на пользу. К сожалению, нам пришлось закрыть для гостей нашу замечательную зону с бассейном и спа. Однако эти 1,5 месяца мы использовали для ее полной реновации: сменили систему очистки воды в бассейне (теперь за ее чистоту отвечает ультрафиолет и озон), реновировали сауны, душ впечатлений. Также нам пришлось закрыть наш ресторан здорового питания – теперь мы доставляем еду прямо в номера. Но такое снижение нагрузки на нашего шеф-повара позволило ему сосредоточиться на разработке нового меню: после снятия всех запретов гости смогут попробовать уникальную итальянскую линейку паст без глютена, лактозы и яиц, а также десерты, в которых всего 6 калорий.

Конечно, для того, чтобы гости не боялись к нам приезжать, мы приняли беспрецедентные меры безопасности, связанные с уборкой и постоянной дезинфекцией поверхностей. Обеспечили персонал и гостей средствами индивидуальной защиты, дважды в день измеряем температуру персонала и гостей. С апреля проводим выборочные, а с начала июня регулярные еженедельные тестирования всего персонала на антитела и РНК вируса COVID-19. Предоставление отрицательного результата теста на COVID-19 – обязательное требование при заезде гостя к нам.

Приятным плюсом стало то, что многие начали развивать те направления, до которых раньше просто не доходили руки. В первую очередь, речь о прямых трансляциях в Instagram. Мы ожидаемо запустили цикл онлайн-лекций вместе с нашими экспертами на самые животрепещущие темы для зрителей: рассказывали про то, как поднять иммунитет, как сохранить ментальное здоровье в карантин, как правильно питаться и о многом другом. От такого интерактива мы увидели приятный эффект – каждый эфир собирал около 800 зрителей, а также живой отклик. Отличные результаты в последние месяцы показал и наш онлайн-магазин

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

здорового питания, лечебных продуктов, БАД и косметики, который мы запустили еще в 2017 году. Так, в апреле мы увидели рост выручки в 2,5 раза в сравнении с аналогичным периодом прошлого года.

### *Уроки карантина – что мы вынесли для себя?*

Нет ничего стабильного и быть не может. Бизнес – вещь нестабильная, он обязан адаптироваться под любые условия, чтобы в них выживать. Пожалуй, главное, что мы поняли – в любой кризис самое важное – это сохранение и поддержка коллектива. Мы рады, что нам удалось сохранить большую часть коллектива, а также на себе оценить эффективность удаленной работы для некоторых категорий сотрудников. Более того, мы ввели новую систему работы ассистентов, которая должна помочь нам повысить качество обслуживания.

Также для нас, как для медицинской организации, очень приятно осознавать, что люди стали принимать тот факт, что за здоровьем нужно следить. Появилось понимание важности превентивной медицины, ведь избавляться от проблем со здоровьем нужно прежде чем они станут серьезным заболеванием. Крепкий иммунитет, отсутствие хронических заболеваний, здоровое питание и физические нагрузки являются лучшей защитой от заболеваний. Я это чувствую по личному опыту: во время карантина старался вести здоровый образ жизни, регулярно ходил в бассейн, тренировался, выполнял все рекомендации специалистов нашего центра. Считаю, что именно поэтому никаких проблем со здоровьем и не испытываю и, надеюсь, никогда и не испытаю.

Даже несмотря на то, что мы продолжали работать с ограничениями, мы довольны результатами. Мы смогли развить те направления, на которые раньше уделялось меньше времени. Сейчас мы рады, что жизнь возвращается к своему обычному руслу, и готовы работать на полную силу. Но уже сейчас можно с уверенностью сказать, что карантинный период останется важной страницей в истории не только нашего центра, но и целой страны.

<https://welcometimes.ru/opinions/kakie-uroki-otelnny-biznes-izvlek-iz-karantina>

**Часть гостиниц не откроются после карантина и это факт, с которым столкнутся не только туристы, но и туроператоры.**

Ведь из-за карантинных ограничений многие ранее оплаченные брони не смогли заехать, при этом объекты размещения не возвращали никому из туроператоров ранее внесённые предоплаты.

Как итог, частные и небольшие отели сейчас принимают решение не возвращаться к операционной деятельности во многих регионах. А именно такие отели дали в межсезонье максимально лояльные цены и хорошо грузились туроператорами. По разным оценкам туроператоры прогнозируют, что около 25% отелей, которые активно сотрудничали с турфирмами в групповых сегментах, могут не вернуться к операционной деятельности и соответственно так и не вернуть ранее оплаченные им средства. В основном это связано с сегментом групповых сборных туров и школьного организованного туризма.

*Анисия Евдокимова, генеральный директор московского филиала событийно-туристического холдинга "Фаворит"*

Ключевые риски, с которыми сейчас сталкивается отрасль: падение спроса, падение среднего чека, необходимость обслужить всех туристов, которые получили ваучеры и замороженные депозиты.

Открытие туристического сезона в регионах на самом деле не такое радужное событие для самой индустрии. Дело в том, что в период карантина многие туристы остались без своих путешествий и их оплаты создали так называемые «депозиты». И вот сейчас как только начинают открывать регионы – первым будут те самые туристы, деньги которых «заморозились», потому что они уже оплатили свой отпуск и не хотят потерять полученные ваучеры, в виду чего в случае с поездками по России стремятся быстрее их использовать. Это означает, что туристы приедут, обслужить их будет необходимо, но вот денег они не принесут, т.к. уже все оплатили ранее.

То есть так необходимого поступления денег на расчетные счета у отельеров, туроператоров и ресторанов не произойдет. В нашей компании даже школьные группы, которые, как правило, путешествовали в каникулы, сейчас готовы ехать сразу с открытием регионов Золотого Кольца, чтобы выбрать те самые «замороженные депозиты». Второй фактор – это падение реального спроса, да, конечно, регионы страны ожидают увеличение количества туристов, об этом говорят из всех источников.

Но вот если поговорить с реальными объектами на местах, далеко не во всех регионах сейчас есть бронирования – ведь туристы не понимают, когда откроются те или иные регионы для поездок и не спешат бронировать. Мы как туроператорская компания сейчас получаем много звонков с уточняющими вопросами по здравницам и санаториям Краснодарского края и Крыма, но вот оплачивать бронирования люди не торопятся.

На своём опыте можем сказать, что 90% обращений носят информативный характер – а это опять же наличие для компаний работы, но отсутствие так необходимой выручки именно сейчас в посткарантинный период. И третий фактор – это падение реальных доходов населения – сейчас в туризме актуален вопрос самых недорогих туров, наша компания запустила он-лайн школу для региональных операторов и ключевой вопрос, который нам задают профессионалы – как снизить стоимость турпродукта. Потому что компании в регионах получают запросы и заявки, однако стоимость, которую готовы платить туристы на 20% ниже, чем текущие цены, которые есть в регионах. Эта ситуация особенно затрагивает сейчас российские экскурсионные регионы и их пакетные экскурсионные туры.

Мы внутри своей образовательной площадки это видим и прорабатываем с региональными операторами, каким образом им сокращать стоимость – однако это опять же не радостные новости, так как падает и маржинальность формируемых продуктов и доходность всех участников процесса формирования турпродукта: от отеля до транспортной составляющей.

Тем не менее, все участники рынка с надеждой смотрят на потенциальный рост внутреннего туризма в после карантинный период, т.к. это позволит многим регионам России раскрыть свой экскурсионный и туристический потенциал.

Кирилл Агапов, совладелец и управляющий партнер группы компаний Umbrella Hospitality

Если говорить про основные риски для гостиничной индустрии, они связаны с способностью выживать объектам размещения. Все дело в том, что чаще всего гостиничная индустрия является сезонной, где основным сезоном является лето, за исключением горнолыжных курортов. Таким образом, гостиничные предприятия за

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

летние период высокого сезона зарабатывают большую часть своей прибыли, которая впоследствии распределяется для погашения финансовых обязательств и для того, чтобы заложить “подушку безопасности” для будущих кассовых разрывов в низкий сезон.

В этом году прибыльных летних месяцев не было, а это значит что многие средства размещения и вовсе рискуют не открыться после снятия ограничений из-за необходимости начинать работу в низкий сезон, который очень часто вообще не приносит прибыли. Конечно этот риск более серьезен для маленьких игроков, но и крупным гостиничным сетям будет тяжело. Вторым риском является внутренний спрос на гостиничные услуги. Мы все понимаем, что в кризис покупательская способность снижается из-за падения доходов населения, а это точно скажется почти на всех отраслях экономики и туризм не исключение.

Потенциально можно говорить о возможностях для развития внутреннего туризма, развитию загородных гостиничных комплексов. Но почти все это требует времени и финансовой возможности. Мы понимаем что инвестиционный климат сейчас не до конца определен, что может повлиять на темп реализации тех или иных гостиничных проектов.

Само собой можно точно прогнозировать большую конкуренцию на рынках, а это повлечет за собой позитивные изменения в сервисе. В борьбе за клиента, отельеры будут вынуждены улучшать сервис, а иногда и сам гостиничный продукт. Также наша компания все чаще получает запросы на внедрение продвинутых систем продаж и операционной деятельности гостиничных предприятий. Отельеры начинают активно учиться и оптимизировать свои процессы по увеличению доходности и сокращению затрат.

<https://welcometimes.ru/opinions/riski-i-vozmozhnosti-perezapuska-posle-karantina-v-gostinichnoy-industrii-i-turizme>

### **Юнис Теймурханлы: Кризис очень изменил гостя. Интервью с первым отелем Санкт-Петербурга. Специфика каждого постояльца и новые правила бизнеса**

«Русская планета» совместно с кинокомпанией «Амальгама» и при поддержке Авторadio запускает общественно-политический проект «Личные связи» - серия интервью с первыми лицами страны, в которых они расскажут о своей жизни и работе без купюр.

Сегодня на Youtube-канале - премьера интервью с бизнесменом, отелем и владельцем группы компаний SwissCenter Group Юнисом Теймурханлы. Недавно в свет вышел сериал «Записки отельера #Гельвеция», созданный по мотивам его книги. Юнис рассказал Юрию Костину о тайнах гостиничного бизнеса, о капризах гостей и о том, что забывают постояльцы в номерах и за чем никогда не возвращаются.

*Юрий Костин:* В проекте «Личные связи» – мой близкий друг Юнис Теймурханлы, самый известный отельер Санкт-Петербурга, да и России тоже. Предприниматель, ресторатор, продюсер, писатель, человек большой души, невероятно гостеприимный. Юнис, Вы ведь не совсем питерский?

*Юнис Теймурханлы:* Я родился в Москве, но к ней имею отношение косвенное, при том, что я ее очень люблю, за энергетику прежде всего. Мой папа учился в Москве, а мама приезжала к нему уже на последних месяцах беременности.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

Я родился и прожил в Москве только два месяца, и уехал в Баку. Там я жил, сформировался как личность, и впитывал кавказское гостеприимство.

*Ю. Костин:* это не Вы у нас в гостях в программе «Личные связи», это мы в гостях у Юниса. Отель, в котором мы находимся, называется Гельвеция, и я знаю, что многие, кто тут останавливаются, говорят: мы едем не в Гельвецию, а к Юнису.

*Ю. Теймурханлы:* формат отеля сложился как некое предприятие, где концепция полностью переплетена с тем, кто стоит у руля, то есть со мной. Это хорошо себя зарекомендовало на рынке, и сейчас я воспринимаюсь как одно целое с этим зданием.

*Ю. Костин:* прежде чем мы коснемся тайн, описанных в Вашем романе «Записки отельера», хочу спросить: как бизнесу удалось выжить?

*Ю. Теймурханлы:* знаете, я часто задаю себе этот вопрос. Я - продукт 90-х. я зрел как личность в 90-е, прошел все эпохи - от бандитских, рейдерских вплоть до эпохи государственного капитализма, я бы назвал его так. Выжить удалось благодаря нескольким качествам: я человек не конфликтный, могу находить и обходить все острые углы.

Я достаточно хитер, но вкладываю позитивный смысл в это слово: хитрость – это умение находить обоюдовыгодное решение для всех сторон. Я умею находить середину, и мне кажется, это позволило пройти достаточно спокойно 90-е годы. Как наверняка все знают, это были самые тяжелые годы в нашей жизни. Этот проект начал зреть в 1993 году. Было много чего – и расселение людей, и с косой вокруг ходили джентльмены в малиновых пиджаках... Такие качества, как миролюбие и умение выстраивать отношения – и помогли выжить.

*Ю. Костин:* умение общаться с людьми, мне кажется, открывает новые творческие горизонты для Вас. Помимо книги «Записки отельера» - это ведь вторая книга вышла?

*Ю. Теймурханлы:* даже третья.

*Ю. Костин:* планы есть продолжать? На крупной интернет-платформе выходит сериал «Записки отельера #Гельвеция», где Вы выступаете в амплуа актера. Как, понравилось?

*Ю. Теймурханлы:* я конечно не актер, я честно проходил кастинг и его провалил. Актерскому ремеслу нужно учиться, я был абсолютно не к месту в кадре. Играть чью-то роль, даже самого себя, как cameo – тяжело.

*Ю. Костин:* в этом сериале серьезная команда. Чего нам ждать? Насколько будут раскрыты все тайны – как это сделано в книге?

*Ю. Теймурханлы:* это разные форматы. В книге скорее мои наблюдения. Я - наблюдатель, а продюсеры решили посмотреть по-другому. Они взяли мои истории и положили их в основу сценария, преподнесли их как отдельное развлекательное произведение. Я бы не видел здесь прямой связи между книгой и сериалом. Скорее, история взяла за основу сценария. И продюсеры посчитали формат короткого веб-сериала оптимальным форматом.

*Ю. Костин:* все, что связано с отелем – некое таинство, загадочный для обывателя мир. Действительно ли в отелях происходят вещи, достойные пера? Или это чаще рутина?

*Ю. Теймурханлы:* в отеле происходит все то же, что и в обычном доме, но с бешеной скоростью. Понаблюдайте за обычным домом и умножьте это на 100 – получится отельная жизнь. У нас так же люди рождаются в отелях, ссорятся,

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

*Фокус – Москва и столичный регион*



миряться, и умирают, часто не своей смертью. Если есть сторонний наблюдатель, который смотрит со стороны – ничего выдумывать не нужно. Меня часто спрашивают, насколько в историях присутствует вымысел – он, конечно, есть, мне прежде всего нужно уйти от узнаваемости героев. Если человек этого не хочет, я оставляю за собой право менять пол, хронологию.

После 5 лет ведения блога на «Эхе Москвы» и на «Снобе» я убедился, что читателю важен не сам герой, сколько сюжет, само действие. Я ухожу от узнаваемости, потому что есть тайна профессии.

*Ю. Костин:* насколько тайными могут быть рискованные для вашего бизнеса личности?

*Ю. Теймурханлы:* я верю, что писать можно обо всем, неважно, о чем – главное, как. Можно написать так, что ты моментально получишь 150 исков после первой же книги, а можно так, чтобы те, о ком ты пишешь, спросили – а почему моей истории нет? Поэтому не было ни претензий, ни исков.

*Ю. Костин:* работаете ли с персоналом с точки зрения выгорания? Чтобы он не возненавидел человечество после встречи с не очень приличными гостями?

*Ю. Теймурханлы:* есть хороший пример – играющий тренер или владелец, который всегда с гостями. Ничто так не мотивирует персонал, как хозяин, который точно так же может принести чашку чая, что-то подать. Тогда трудно сидеть в стороне. Люди волей-неволей копируют вожака, с которым они работают.

*Ю. Костин:* есть ли рейтинг гостей? Кто был самым привередливым? Не было желания пристрелить кого-нибудь за плохое поведение?

*Ю. Теймурханлы:* самые привередливые гости – это ничего не делающие, сидящие дома жены обеспеченных людей. Они не знают цену простому труду. Не хочу использовать слово «тунеядцы» в негативном ключе: просто как данность. Есть неработающий человек, но хорошо живущий по каким-либо причинам. Он не может оценить труд другого, и это самые сложные гости, потому что до них достучаться невозможно, нужно либо играть в поддавки или от них избавляться, не пускать. В любом отеле есть общие правила проживания, там четко обозначена позиция касемо их соблюдения.

Скажем, если такие гости начинают необоснованно и нарочито обижать персонал, шуметь – мы просто вносим в черные списки, но не говорим об этом, просто для них нет номеров никогда.

*Ю. Костин:* что такое идеальный гость?

*Ю. Теймурханлы:* от которого получаешь фидбек и реакцию, не обязательно хорошую. Вот Вы, Юрий Алексеевич – идеальный, я не льщу, говорю искренне, но я считаю идеальным гостем и того, от которого получаю конструктивную критику, потому что это то, что поможет мне стать лучше. И когда я вижу, что человек критикует по делу – для меня это очень ценно.

*Ю. Костин:* какой Ваш любимый отель?

*Ю. Теймурханлы:* одного нет, но есть некоторые критерии. Чаще это премиальные гостиницы, не потому что я сноб – это мне нужно, чтобы профессионально расти. Копировать не зазорно, в мире придумано все или почти все. Вопрос, нужно ли тебе это, можешь ли ты это себе позволить и как это применить. Поэтому я использую любую возможность, чтобы брать отели топовых категорий. Для меня гостиницы – не место, где я могу расслабиться. Мои заезды всегда сопровождаются каким-то диким количеством действий: я все начинаю



фотографировать, выкладываю в наши чаты, чтобы сотрудники увидели. Это как стажировка.

*Ю. Костин:* чего не хватает среднестатистическому или небольшому семейному отелю в России?

*Ю. Теймурханлы:* это тот бизнес, который не удастся масштабировать. Я собственник, и лишь потом отельер. Я не умею управлять чужим: чтобы биться за гостя, это должно быть в собственности, а в современных экономических реалиях это невыгодно. Мы – продукт 90-х, это была другая стоимость изначально. В теперешних условиях отель – это большие сроки окупаемости, низкая доходность. Я прекрасно понимаю, что этот бизнес ограничен, при том темпе роста что есть – сколько бы мы номеров не открыли, а мы расположены в исторических памятниках – глобально их не изменить. Мы неизбежно подойдем к тому моменту, когда рост за счет номерного фонда уже невозможен.

*Ю. Костин:* какой главный совет при выборе отеля? Booking– враг или друг?

*Ю. Теймурханлы:* друг, конечно. Ничего не вижу зазорного в том, что они делают. Это мощнейший маркетинговый инструмент, которому мы все должны быть бесконечно благодарны. Это та дорогая игрушка, которая позволяет тебе продвигать себя и, кроме того, это один из лучших отзывиков. К вопросу о том, как выбирать отель – конечно, читать отзывы.

*Ю. Костин:* какой самый негативный отзыв был о Гельвеции?

*Ю. Теймурханлы:* у нас есть негативные отзывы, но рейтинг наш – 9,6, это очень высокий рейтинг. Мы настолько ставим себе эти задачи по повышению рейтинга, что даже сам Букинг говорит нам на тренингах, что мы напрягаем команду. Но для нас это амбициозная задача, и гигантский труд.

Негативные отзывы тоже бывают разные. У нас есть отзывы средние, критичные, есть провокационные, когда это может быть месть или обида каких-то постояльцев, которые либо попали не в тот формат, который они ожидали, либо не соблюдали правила. Один раз у нас висел ужасный отзыв, что к отелю невозможно подойти, здесь валяются пьяные штабелями, сидят девушки легкого поведения, везде грязь и бегают крысы – это в чистом виде обида. Этот отзыв долго висел, с этим ничего не поделаешь, гость имеет право и на такое. И на эти отзывы мы тоже обязаны отвечать. Так, чтобы следующий читающий гость мог сравнить одну сторону и другую.

*Ю. Костин:* обывательский вопрос: почему так дорого стоят продукты в мини-баре?

*Ю. Теймурханлы:* Потому что мини-бар – это спонтанная покупка. Мы рассчитываем, что вам это все не нужно, не нужно, а потом вдруг нужно. И на этом можно заработать. Кроме того, в стоимость входит очень много составляющих: во-первых, это отдельная служба. Во-вторых, определенное количество порчи, битья и краж тоже закладывается в стоимость, и конечно спонтанность. Хочу бокал вина прямо сейчас, и не важно, сколько он стоит. Да, это соблазн, но спрос рождает предложение.

*Ю. Костин:* а халаты, тапочки - воруют?

*Ю. Теймурханлы:* все, что в одноразовом наборе – это подарки гостям, это уже входит в себестоимость. Вся косметика, тапочки - это ваше. Утащить могут все. Но цена определяет твоего гостя. Но часто это безобидные шалости, мелочи. Если человек клептоман и ему за счастье увезти лампочку из отеля – это ерунда.

*Ю. Костин:* куда деваются вещи, которые забывают постояльцы?

*Ю. Теймурханлы:* у нас есть бюро находок, куда сдается абсолютно все. Это большая область нашей работы. Люди забывают абсолютно все! Горничная обязана до конца смены сдать найденный предмет.

Если этого не происходит – персонал ожидает серьезное наказание. Это важная история, когда из отеля человеку сразу звонят и говорят, что он забыл зарядку. Это повышает лояльность, и это нужно делать. Это высший пилотаж.

Мы в свое время разработали стандарт: предупредили персонал, что будут контрольные подставы, чтобы персонал понимал, что каждый забытый предмет может быть подложен. Не трогай чужое, не бери подложенное. Все начинается с этой системы. А потом, по стандартам, мы храним все, до 6 месяцев, кроме продуктов питания. Но начатый алкоголь, открытую бутылку вина – оставляем. По правилам, не забраный предмет уходит тому, кто его нашел. Чаще всего это гаджеты, аксессуары в бесконечном количестве – наушники, зарядки, мы их потом используем в отеле для наших гостей. А на втором месте – с большим отрывом – предметы утех. За ними, конечно, не возвращаются, но мы их тоже описываем и фиксируем.

*Ю. Костин:* в вашем Инстаграм есть практически вся информация о нашем шоу-бизнесе. Известные люди, которые должны добавлять статус отелю – это для имиджа делается или эти гости наравне с другими? Есть ли разница между Сергеем Шнуровым и Сергеем из Липецка?

*Ю. Теймурханлы:* не буду лукавить: разница есть. Стандарты будут одинаковым для обоих, но я в последнее время ощущаю ревность туриста, когда этот постоялец видит меня чаще с Сергеем Шнуровым. Персонал работает со всеми, а я не могу разделить на пополам. С какими-то селебрити уже возникают дружеские отношения, и у других гостей возникает ложное ощущение, что к именитым гостям отношение лучше. Потому что они проецируют меня на весь остальной сервис. У нас огромная команда, 200 человек, которая ходит по пятам за неизвестным туристом. Зачастую на наших тренингах я говорю: ребята, давайте договоримся – вы в какой-то мере нивелируете эту ситуацию. Если вы видите, что я слишком много внимания уделяю некому собирательному Сергею Шнурову – тогда вы, как команда, берите ответственность, и руководите и мной тоже.

*Ю. Костин:* были трудности с артистами? Может, с иностранными? Есть ли истории, которые хочется забыть – или которые хочется описать?

*Ю. Теймурханлы:* артисты – такие же люди, как и мы. Но они, как мне кажется, народ очень благодарный. Они работают, они занимаются тяжелым трудом, они знают цену хлеба. Тунеядцы не знают, а селебрити, который заезжает изможденный и просит борща и пирожков, потому что перехватил что-то по пути – при том, что образ его гламурный, и ты не можешь представить, что он на автомобиле ехал голодный и перекусил на заправке – заботу такие люди ценят больше.

Капризы бывают, но чем выше статус артиста – в 90% случаев они обоснованы. Связаны, например, со здоровьем, расскажу пример: один наш очень известный артист, когда мы получили райдер и увидели, что там в требованиях – заклеить все окна, шторы, зеркала, все отражающие поверхности и должна быть полная темнота – мы сперва решили, что это каприз звезды, что встретим взбалмошную даму в возрасте и получим проблемы, но, когда она приехала – мы поняли, что речь не о капризах, а о здоровье, у человека проблемы с глазами.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

*Ю. Костин:* а мошенничество случается?

*Ю. Теймурханлы:* самое неприятное – когда попадаешь на мошенника на доверии. Это редко бывает, но это очень обидно. Одно дело, когда есть клептоманы удовольствия – им в кайф кинуть отель, но когда получаешь такое от знакомых – есть несколько человек, которые злоупотребляют, и ты не можешь защититься. Мы не можем ходить за гостем и требовать сперва заплатить за чай. Отельный бизнес предполагает кредитование гостя на некую сумму. А дальше начинаются истории. Говорит – я заплачу попозже, и так далее. Вот сейчас в разгар пандемии с этим приходится сталкиваться.

*Ю. Костин:* сериал «Записки отельера» выходит в критически сложное время для бизнеса. Когда начиналось – понимали ли, что все будет настолько серьезно? Или это временно?

*Ю. Теймурханлы:* наверное, это самый большой кризис в отрасли со времен Второй мировой войны, когда бизнес по всему миру был остановлен искусственно. Мир сейчас живет в эпоху массового туризма. Он из люксовой услуги превратился в базовую потребность. С подъемом экономик в Азии люди путешествуют, как никогда, самолеты превратились в маршрутные такси, из элитного сервиса в 60-е с кутюрными нарядами стюардесс мы пришли к маршруткам.

Да, нас серьезно накрыло. Есть игроки, которые уйдут навсегда, но их единицы. Отельный бизнес я часто сравниваю с ледоколом: его дорого построить, он медленно плывет, но если он плывет – ему все льдины пофигу. Он будет таранить их и плыть дальше. С гостиницами то же самое, этот бизнес устойчивый. Мы проходили несколько кризисов, и мне интересно, что будет через 2-3 года, может, мы забудем, как вообще этот вирус назывался.

Последний кризис - 2015 год, когда был сбит малазийский Боинг. Я сразу позвонил своим и сказал: сейчас будет шквал отмен, и так оно и случилось. Потому что люди всегда такие моменты воспринимают как начало открытых конфликтов, что будет война, а военные действия – главный повод ограничений по туризму.

Сейчас у нас есть инструмент, который называется «прогноз по загрузке». До конца года – он практически нулевой. Оживления на рынке бронирования нет, люди не готовы не только ездить куда-то, но даже в пределах своей страны не хотят. Происходит стигматизация вируса, люди его очень боятся. За 2-3 месяца удалось вбить в голову, что это конец света. Люди зажаты, боятся транспорта, самолетов.

*Ю. Костин:* чему научил этот кризис? Что будет с ценообразованием? Технологиейми?

*Ю. Теймурханлы:* на данный момент мы заметили, что кризис очень изменил гостя. Он абсолютно зафиксирован на теме безопасности, причем порой переходящей все рамки. Сохранится масочный режим, перчатки, антисептики. У гостей появляются вопросы – а заняты ли соседние номера? А кто в них живет? А я боюсь. Мы объясняем, что через бетон вирус не проходит. Но любая скученность в помещениях вызывает проблемы. Думаю, не меньше года мы будем жить вот в таком вот режиме видоизмененного потребителя. Рестораны откроются, будет большое расстояние между столами, но мое ощущение, через полтора года это все сойдет на нет.

Но этот же самый инструмент говорит нам, что пружина отложенного спроса сжата настолько, что... путешествия были обыденными, подумаешь - за 20 евро слетать в Париж на лоукостере! Теперь Париж в нашем сознании снова превращается в мечту, к которой ты обязательно отправишься, когда тебя выпустят.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

*Ю. Костин:* я вижу перед собой человека счастливого, который создал этот бизнес. О чем нужно помнить тем, кто сегодня вступает на тропу войны под названием малый, собственный, личный бизнес?

*Ю. Теймурханлы:* я его для себя определяю выражением Генри Форда: «препятствия – это те трудности, которые мы замечаем, когда отводим глаза от цели». Когда ты видишь цель и не видишь препятствий – ты идешь к этой цели. Когда ты одержим идеей – ты их не видишь. Людям не хватает одержимости, когда ты в буквальном смысле проходишь сквозь стены, либо разбиваешься о них.

[https://rusplt.ru/lichnye\\_svyazi/yunis-teimurkhanli-krizis-ochen-5ee1d.html](https://rusplt.ru/lichnye_svyazi/yunis-teimurkhanli-krizis-ochen-5ee1d.html)