

# «СТРОИМ ОТЕЛЬ»



## Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 0201 2020

С 01 по 10 февраля 2020 года

### **1. Безопасность средств размещения**

Мораторий для среднего и крупного бизнеса Крыма и Севастополя по антитерроризму - реальная поддержка или медвежья услуга?

В Перми приставы проверяют отели в цокольных помещениях и закрыли мини-гостиницы City и «Амалия»

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

Галина Хованская продолжает борьбу с хостелами и обещает реновацию по всей России

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

CBRE подвела итоги 2019 года на гостиничном рынке Москвы

АФК «Система» реконструирует Дом связи

Гостиничный комплекс на 144 номера построят в Видном

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

#### **Тема недели в СМИ: коронавирус и туризм**

Отели снижают цены из-за отсутствия китайских туристов

Петербургские отели ежемесячно будут терять около 516,6 млн рублей из-за коронавируса

Как гостиницы реагируют на коронавирус

Татарстан: Госкомитет по туризму осудил запрет для китайцев в хостелах

Коронавирус – это форс-мажор, который никто не мог предугадать

Коронавирус не стал угрозой для российских путешественников: они по-прежнему покупают туры зарубеж

Назначена дата рассмотрения дела в отношении Booking.com

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

В Адыгее осудили и отправили в колонию мошенника, своровавшего гостиницу

Во Владимирской области гостиницы наказаны за несоблюдение санитарно-гигиенических норм

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

Сеть отелей и курортов Four Seasons объявляет о расширении своей коллекции и открытии новых отелей, курортов и резиденций в 2020 году

## **7. Интересное для отельеров**

Как за два месяца новому отелю достичь плановых показателей по выручке?  
Как ресторан при небольшом отеле сделать модным заведением в областном центре?

Апгрейд как способ увеличить доход.

Платежные тенденции в гостиничном бизнесе

Принцип «куста»: как продать больше номеров, чем есть у вас в отеле?

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

## **1. Безопасность средств размещения**

### **Мораторий для среднего и крупного бизнеса Крыма и Севастополя по антитерроризму - реальная поддержка или медвежья услуга?**

Антитеррористическая защита объектов в Крыму должна быть обеспечена к началу 2023 года. Соответствующее постановление Правительства России опубликовано на официальном интернет-портале правовой информации.

В специальном постановлении установлен срок завершения мероприятий по обеспечению антитеррористической защищенности объектов (территорий) 1 и 2 категорий, расположенных на территориях Республики Крым и г. Севастополя.

В постановлении также определен перечень объектов, на которых необходимо выполнить требования, а также срок их исполнения - до 31 декабря 2022 г.

До этого срока должны быть исполнены:

1. Пункт 17 требований к антитеррористической защищенности объектов спорта, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 6 марта 2015 г. № 202 "Об утверждении требований к антитеррористической защищенности объектов спорта и формы паспорта безопасности объектов спорта".

17. Выбор и оснащение объектов спорта инженерно-техническими средствами охраны конкретных типов определяются в техническом задании на проектирование инженерно-технических средств охраны. По решению ответственных лиц объекты спорта могут оборудоваться инженерно-техническими средствами охраны более высокого класса защиты.

2. Пункт 22 требований к антитеррористической защищенности мест массового пребывания людей и пункт 251 требований к антитеррористической защищенности объектов (территорий), подлежащих обязательной охране войсками национальной гвардии Российской Федерации, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 25 марта 2015 г. № 272 "Об утверждении требований к антитеррористической защищенности мест массового пребывания людей и объектов (территорий), подлежащих обязательной охране войсками национальной гвардии Российской Федерации, и форм паспортов безопасности таких мест и объектов (территорий)".

22. В зависимости от установленной категории в отношении места массового пребывания людей реализуется комплекс мероприятий по обеспечению его антитеррористической защищенности, предусмотренный настоящими требованиями, который может быть изменен в зависимости от складывающейся общественно-политической, социальной и оперативной обстановки по решению руководителя исполнительного органа государственной власти субъекта Российской Федерации (главы муниципального образования), на территории которого расположено место массового пребывания людей.

3. Пункт 14 требований к антитеррористической защищенности объектов (территорий) Министерства здравоохранения Российской Федерации и объектов (территорий), относящихся к сфере деятельности Министерства здравоохранения Российской Федерации, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 13 января 2017 г. № 8 "Об утверждении требований к антитеррористической защищенности объектов (территорий) Министерства здравоохранения Российской Федерации и объектов (территорий), относящихся к сфере деятельности Министерства здравоохранения Российской Федерации, и формы паспорта безопасности этих объектов (территорий)".

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

14. В отношении каждого объекта (территории) в соответствии с актом его обследования и категорирования должностным лицом, осуществляющим непосредственное руководство деятельностью работников на объекте (территории), с учетом степени потенциальной опасности и угрозы совершения террористических актов, а также прогнозного объема расходов на выполнение соответствующих мероприятий и источников финансирования определяется перечень мероприятий по обеспечению антитеррористической защищенности объекта (территории). Срок завершения указанных мероприятий с учетом объема планируемых работ не должен превышать 12 месяцев со дня утверждения акта обследования и категорирования объекта (территории).

4. Пункт 19 требований к антитеррористической защищенности объектов (территорий) в сфере культуры, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 11 февраля 2017 г. № 176 "Об утверждении требований к антитеррористической защищенности объектов (территорий) в сфере культуры и формы паспорта безопасности этих объектов (территорий)".

19. В течение месяца со дня составления акта обследования и категорирования объекта (территории) составляется план необходимых мероприятий по обеспечению антитеррористической защищенности объекта (территории) с учетом степени потенциальной опасности и угрозы совершения террористических актов и определяется прогнозный размер расходов на выполнение указанных мероприятий. Срок завершения мероприятий по обеспечению антитеррористической защищенности объекта (территории) с учетом объема планируемых работ и прогнозного размера расходов на выполнение соответствующих мероприятий не должен превышать 2 лет со дня подписания акта обследования и категорирования объекта (территории).

5. Пункт 15 требований к антитеррористической защищенности гостиниц и иных средств размещения, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 14 апреля 2017 г. № 447 "Об утверждении требований к антитеррористической защищенности гостиниц и иных средств размещения и формы паспорта безопасности этих объектов".

15. В отношении каждой гостиницы в соответствии с актом ее обследования и категорирования по решению ответственного лица разрабатывается перечень мероприятий по обеспечению антитеррористической защищенности гостиницы с учетом степени потенциальной опасности и угрозы совершения террористического акта, а также прогнозного объема расходов на выполнение соответствующих мероприятий и источников финансирования. Сроки завершения указанных мероприятий с учетом объема планируемых работ не должны превышать один год со дня подписания акта обследования и категорирования гостиницы. Указанный перечень мероприятий может быть изменен в зависимости от складывающейся общественно-политической, социальной и экономической обстановки в районе расположения гостиницы

6. Пункт 19 требований к антитеррористической защищенности торговых объектов (территорий), утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 19 октября 2017 г. № 1273 "Об утверждении требований к антитеррористической защищенности торговых объектов (территорий) и формы паспорта безопасности торгового объекта (территории)".

19. По решению правообладателя торгового объекта (территории) в соответствии с актом обследования и категорирования торгового объекта

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

(территории) разрабатывается перечень мероприятий по обеспечению антитеррористической защищенности торгового объекта (территории) с учетом степени его потенциальной опасности и угрозы совершения террористических актов, а также прогнозного объема расходов на выполнение соответствующих мероприятий и источников финансирования. Срок завершения указанных мероприятий, включая оборудование торгового объекта (территории) инженерно-техническими средствами охраны, не может превышать 2 лет со дня утверждения акта обследования и категорирования торгового объекта (территории).

7. Подпункт "е" пункта 11 требований к антитеррористической защищенности объектов (территорий) Министерства просвещения Российской Федерации и объектов (территорий), относящихся к сфере деятельности Министерства просвещения Российской Федерации, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 2 августа 2019 г. № 1006 "Об утверждении требований к антитеррористической защищенности объектов (территорий) Министерства просвещения Российской Федерации и объектов (территорий), относящихся к сфере деятельности Министерства просвещения Российской Федерации, и формы паспорта безопасности этих объектов (территорий)".

11. Комиссия в ходе своей работы:

е) определяет перечень необходимых мероприятий по обеспечению антитеррористической защищенности объекта (территории) с учетом категории объекта (территории), а также сроки осуществления указанных мероприятий с учетом объема планируемых работ и планирования финансирования мероприятий на 2 финансовых года, следующих за текущим финансовым годом.

Постановление Правительства Российской Федерации от 03.02.2020 № 75 "Об антитеррористической защищенности объектов (территорий), расположенных на территориях Республики Крым и г. Севастополя" можно посмотреть по ссылке: <http://docs.cntd.ru/document/564214345>

*Эксперты Ассоциации затруднились с ответом на вопрос, а в чем смысл этого решения?*

В специфических особенностях региона и недостаточности времени для адаптации новых субъектов РФ к правовой системе России? В желании предоставить послабления бизнесу? Или в ужесточении требований и усилении антитеррористической защищенности в связи со сложной геополитической обстановкой?

Если хотели дать отсрочку исполнения требований к АТЗ объектам 1 и 2-й категории опасности (а именно о них речь и срок реализации требований установлен для них), то это совершенно и не требовалось. Такие объекты, как правило, и без лишних давлений и напоминаний реализуют требования к АТЗ. Если же речь об объектах, находящихся в госсобственности, и относящихся к этим категориям опасности, то может быть просто не включили необходимые финансовые средства в бюджеты и сметы?

Как показывает опыт и практика, сложнее всего с исполнением требований к АТЗ обстоят дела у объектов 3 и 4-й категорий опасности. Это, как правило, небольшие объекты, а требования, предъявляемые к ним, не очень существенно отличаются от крупных объектов. Но вот только возможности разные!

Поэтому установление срока реализации требований к АТЗ -31 декабря 2022 года на объектах 1 и 2 категории опасности на территории Республики Крым и города — Севастополя- это не очень понятное решение!

Если уж хотели поддержать бизнес и обеспечить при этом необходимый уровень безопасности и антитеррористической защищенности, не проще ли было подготовить специальную программу обеспечения комплексной безопасности и антитерроризма на территории этих субъектов РФ, предусмотрев финансирование из средств федерального и регионального бюджета и не нужно было бы отменять и переносить сроки ранее принятых решений!

А так, если следовать логике решения по Республике Крым и Городу Севастополю, то можно обосновать необходимость "заморозки" деятельности по антитеррористической защищенности на территории республик Северного Кавказа, или в арктических регионах страны, в Якутии... А иначе, как и чем обосновать решение по Республике Крым и Севастополю?

[https://www.tourismsafety.ru/news\\_one\\_3445.html?spush=c3Ryb2ltLWhvdGVsMjAwOUB5YW5kZXgucnU=](https://www.tourismsafety.ru/news_one_3445.html?spush=c3Ryb2ltLWhvdGVsMjAwOUB5YW5kZXgucnU=)

### **В Перми приставы проверяют отели в цокольных помещениях и закрыли мини-гостиницы City и «Амалия»**

После трагедии, которая произошла 20 января 2020 года в мини-гостинице «Карамель», в городе начались массовые проверки малых средств размещения, которые расположены в цокольных или подвальных этажах. Всего было проверено 27 таких объектов. В ходе проверок были выявлены нарушения требований законодательства. По результатам этих мероприятий было внесено 5 представлений. Также в суд направлено 12 исковых заявлений. В них требуется прекратить работу и принять обеспечительные меры. По 6 искам еще до рассмотрения их в суде по существу было закрыто 6 средств размещения. Еще 6 объектов прекратили работать по инициативе собственников.

Отметим, что в Совете Федераций сразу же после трагедии в Перми была высказана идея о полном запрете работы средств размещения, которые находятся в подвалах домов. Планируется обсудить изменения в законодательство, которые необходимо внести для реализации этой идеи на практике. В Совете Федерации планируют тщательно проанализировать трагедию в Перми. Напомним, что с 1 октября 2019 года в силу вступил так называемый «закон о хостелах», по которому средства размещения не могут работать в жилых домах. Также надо отметить, что пермская гостиница «Карамель», в которой произошла трагедия, работала с многочисленными нарушениями.

После ЧП в отеле «Карамель» продолжают проверки всех гостиниц. Так, по решению суда закрыли две мини-гостиницы City и «Амалия». Они находились в цокольных этажах жилых домов и работали с нарушениями.

20 января рядом с отелем «Карамель» на Советской Армии, 21 прорвало участок теплотрассы. Кипятком залило подвал, в котором была размещена гостиница, от ожогов погибли пять человек, в том числе ребенок. Сразу после ЧП власти заявили о массовых проверках отелей, расположенных в жилых домах, в том числе в подвалах и пристроях, на предмет соблюдения эвакуационных норм.

Как сообщили в службе судебных приставов Пермского края, после проверки закрыли мини-отели City (улица Героев Хасана, 6) и «Амалия» (улица Космонавта Леонова, 11а.). Основные причины — несоблюдение требований жилищного и санитарно-эпидемиологического законодательства, противопожарного режима и антитеррористической защищенности.

— Оба отеля опечатаны до устранения выявленных нарушений. Судебные приставы будут регулярно проводить проверки сохранности наложенных пломб, — сообщили в ведомстве.

Ранее мы писали, что проверки гостиниц проходят с привлечением специалистов инспекции Госжилнадзора, Роспотребнадзора, МЧС. В суд направлено 12 исковых заявлений, в том числе о прекращении деятельности таких заведений.

<https://59.ru/text/gorod/66487390/>

<https://hotelier.pro/news/item/12-mini-oteley-v-permi-prekratili-prinimat-gostey/>

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

### **Галина Хованская продолжает борьбу с хостелами и обещает реновацию по всей России**

На днях снова собрала пресс-конференцию одна из самых популярных и цитируемых у журналистов персон в депутатском корпусе – председатель комитета Госдумы по жилищной политике и ЖКХ Галина ХОВАНСКАЯ. В 2019 году в портфеле комитета насчитывалось 60 законопроектов, 10 из них были приняты в первом чтении. Галина Петровна не скрывает, что ряд законов помог снизить социальную напряженность, а по ряду – споры идут до сих пор.

#### *Хованская против мини-отельеров*

...Одним из наиболее резонансных законов, принятых Госдумой в 2019-м году стал закон о недопустимости предоставления гостиничных услуг в жилых помещениях (Федеральный закон от 15.04.2019 г. № 59-ФЗ «О внесении изменений в статью 17 Жилищного кодекса Российской Федерации»). Это разрешается только при определенных условиях: если в мини-гостинице (хостеле) имеется отдельный вход, и если помещение переведено из жилого в нежилое.

Этот закон иногда называют «Законом Хованской», поскольку он был инициирован комитетом по жилищной политике и ЖКХ ГД РФ. Закон вызвал шквал «несогласных» отзывов, поскольку грозил практически похоронить хостельный бизнес – ведь многие мини-гостиницы как раз были оборудованы в обычных жилых домах.

Надо сказать, что хостелы, как место, где можно ненадолго остановиться приезжему, командировочному, туристу, - стали очень популярны в последнее время. Хозяева мини-гостиниц держали вполне демократичные цены, да и условия в таких мини-отелях – во всяком случае, во многих из них – были вполне комфортными.

Тем не менее, существовало мощное «лобби» жителей, которые были недовольны соседством с гостиницами такого формата – особенно когда это происходило на одной лестничной клетке. Жильцы многоквартирных домов жаловались: мол, шум, антисанитария, бесконечное хождение, хлопанье дверями, вечно занятый лифт и так далее.

Депутаты приняли сторону жителей. И вот с 1 октября прошлого года закон стартовал. С вступлением в действие этого закона часть хостелов сразу же закрылась, поскольку теперь не соответствовала букве и духу нового закона, а у простых россиян стало меньше возможности недорого и комфортно путешествовать.

Между тем, Галина Хованская по-прежнему настроена решительно и намерена отточить законодательную инициативу до совершенства.

- Мы договорились, что примем аналогичные поправки еще и в закон о туристической деятельности, - поведала Галина Хованская на пресс-конференции в МИА «Россия сегодня». - Но тут, - высказала она свое удивление, - почему-то опять пошла волна недовольства. Сейчас мы видим очередные спекуляции со стороны бизнеса, который не дает людям спокойно жить в своем доме.

- Понятно, что хостелов осталось меньше, но кричат они очень громко, - призналась депутат. – И практически заглушают голоса граждан, проживающих в этих домах.

Как рассказала Галина Хованская, в Европе «..на эти грабли уже наступили», и там сегодня начата борьба с посуточной сдачей квартир в МКД (многоквартирных



домах). В Берлине, например, такой найм запрещен, а в Испании действуют летние ограничения для такого бизнеса.

Справедливости ради заметим, к ряду отечественных хостелов, действительно были серьезные нарекания. Какие-то из них не соответствовали противопожарным нормам, технике безопасности, случались и санитарно-гигиенические нарушения. Были и вопиющие случаи, как, например, недавний в Перми, когда подвал, где проживали постояльцы, залило кипятком из неисправной трубы отопления.

Но правда и то, что хостелы сделали гостиничные услуги доступными, в том числе, и для людей со скромными доходами – студентов, пожилых людей. Хостельеры же говорят, что по каждому негативному случаю нужно разбираться отдельно. И вряд ли стоит мазать черной краской весь мини-отельный бизнес.

Словом, бытование закона по-прежнему вызывает неоднозначную реакцию в обществе. Это пока зона, где искрит.

Тем временем, Галина Хованская провела еще одну поправку: если жилое помещение собираются перевести в нежилое, нужно спросить мнение жителей. Такое решение должно приниматься квалифицированным большинством собственников. А протокол собрания должен включаться в комплект документов для структур, которые такой перевод осуществляют.

Так что теперь хостелу стать хостелом станет еще сложнее.

<https://rcmm.ru/zhkh/48486-galina-hovanskaja-prodolzhaet-borbu-s-mini-gostiniami-i-obeschaet-renovaciju-po-vsej-rossii.html>

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

#### **CBRE подвела итоги 2019 года на гостиничном рынке Москвы**

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

— Ввод нового предложения установил антирекорд за последние 10 лет  
— Доходность на номер (RevPAR) в Москве снизилась на 24% относительно 2018 года и выросла на 10% в сравнении с 2017 годом

Аналитики CBRE, ведущей международной консалтинговой компании в области недвижимости, подвели итоги 2019 года на гостиничном рынке Москвы.

#### *Загрузка*

Как отмечают аналитики CBRE, ограниченный ввод новых объектов на гостиничном рынке Москвы, а также увеличение числа гостей, посетивших столицу России в 2019 году, позволили достичь исторически рекордных значений по загрузке отелей – 78%. Относительно «чемпионского» года показатель увеличился на 2,5%. Помесячная загрузка также достигла максимальных уровней за последние 10 лет, за исключением февраля и июня каждый месяц продемонстрировал максимум. Абсолютным лидером стал август. Летние месяцы в целом и август в частности – период наиболее популярный для туристических поездок, когда проходит множество различных фестивалей, при этом в 2019 году не наблюдалось значительного снижения деловой активности в летний период. Таким образом, гостиницы были загружены, как в будние дни, так и в выходные, что благоприятно отразилось на показателе загрузки. Благодаря этому загрузка московских гостиниц в августе составила 88,6%.

Рекордный рост по загрузке в 2019 году продемонстрировали гостиницы верхнего предела среднего ценового сегмента (аналог самых дорогих отелей 4 звезды), достигнув максимального значения за десятилетие – 84,7% (+4,4% по сравнению с 2018 г.).

Также необходимо отметить, что загрузка гостиниц верхнего предела высокого ценового сегмента (аналог отелей бизнес-класса 5 звезд) в 2019 году выросла на 8,9% с 2018 года до 74,4%, продемонстрировав максимальный прирост среди сегментов.

Снижение по загрузке в 2019 году продемонстрировали только гостиницы высокой ценовой категории, показатель загрузки которых уменьшился на 1,1%, составив 80,2%.

#### *Предложение*

Рынок брендированных гостиниц вырос в 2019 году всего на 1 % (223 номера), что является антирекордом за последние 10 лет. По итогам 2019 года было открыто два новых отеля – оба в первом полугодии – Holiday Inn Express Moscow – Baumanskaya (128 номеров) и Curio Collection by Hilton – Chekhoff Hotel Moscow, Curio Collection by Hilton (95 номеров).

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

На 2020 год запланировано открытие более 1 000 новых номеров различного ценового позиционирования от эконом до высокого. Новые объекты в сегменте люкс ожидаются не ранее 2021 года.

### *Доходность*

В 2019 году наблюдался ожидаемый спад среднего тарифа на 26% в сравнении с 2018 годом, в силу отсутствия крупных спортивных событий, при этом показав рост относительно 2017 года на 3,3%.

Доходность на номер в 2019 году продемонстрировала снижение на 24% по сравнению с годом ранее и рост на 10% относительно 2017 года.

Самое значительное снижение показателя доходности на номер (RevPAR) по итогам 2019 года наблюдается в люксовом сегменте. RevPAR составил 14 357 рублей, снизившись на 30% по сравнению с 2018 годом, при этом показав рост относительно 2017 года на 18,7%.

В 2020 году ожидается плавный рост тарифа. При этом вопросы вызывает загрузка гостиниц Москвы. В связи с паническими настроениями на фоне распространяющегося вируса ожидается снижение числа китайских туристов в первом квартале 2020 года, что повлечет снижение заполняемости гостиниц, так как Китай является одним из ключевых рынков для московских отелей.

Татьяна Белова, заместитель директора, руководитель подразделения индустрии гостеприимства отдела стратегического консалтинга CBRE, комментирует:

«В то время, как показатели 2018 и 2019 годов были предсказуемы – проведение чемпионата и спад в следующий год, 2020 год пока сложно прогнозировать. С одной стороны, интерес к Москве растет – увеличивается туристический поток, расширяется календарь мероприятий, развивается событийный туризм, по-прежнему сильны позиции делового сегмента. Однако, решение властей Китая приостановить организованную отправку своих граждан в туристические поездки за границу с 27 января 2020 безусловно отрицательно скажется на показателях загрузки московских отелей в первом квартале 2020 года. Многие зависят от того, как долго продлится данный запрет. Китай остается одним из ключевых рынков не только для России, но и для других стран мира. Туристические агентства, авиаперевозчики и отельеры уже начали подсчитывать убытки. Остается надеяться, что февраль – традиционно не самое популярное время для туризма – станет единственным «пострадавшим».

<https://hoteliernews.ru/cbre-podvela-itogi-2019-goda-na-gostinichnom-rynke-moskvy/>

### **АФК «Система» реконструирует Дом связи**

Здание расположено в Москве, на Новом Арбате. После реконструкции там появится многофункциональный комплекс, на территории которого расположится отель категории 4 звезды, апартаменты, а также торговые площади. Все необходимые строительные работы предполагается завершить к 2023 году. Реализацией проекта занимается компания «Бизнес-недвижимость». Эта фирма входит в АФК «Система».

Планируется, что номерной фонд нового 3-звездочного отеля составит 245 номеров различного уровня комфортности. Также для проживания гостей будут доступны 38 апартаментов. Управлять объектом будет компания «Cosmos Group», которая также входит в АФК «Система».

Отметим, что реконструкцией Дома связи планы компании «Бизнес-недвижимость» не ограничиваются. Еще в 2018 году представитель этой организации сообщал о намерениях провести реконструкцию других АТС,

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

находящихся в собственности компании. В некоторых из них планируется разместить апарт-отели под брендом «Cosmos Stay». Инвестиции в реализацию каждого такого проекта оценивались в сумму 350 миллионов рублей. Первый апарт-отель должен начать работу в Москве на улице Профсоюзной. В других АТС после реконструкции планируется открыть гостиницы эконом-класса под брендом «Cosmos Hotels & More».

<https://hotelier.pro/news/item/afk-sistema-rekonstruiuet-dom-svyazi/>

### **Гостиничный комплекс на 144 номера построят в Видном**

Четырехзвездочный гостиничный комплекс на 144 номера построят в Видном, передает пресс-служба подмосковного Мининвеста. Объем инвестиций в реализацию проекта составит 758 миллионов рублей.

«Область поддержит реализацию проекта льготными ставками по налогам на прибыль и имущество. С другой стороны, объем отчислений от проекта в региональный бюджет за десять лет составит 222 миллиона рублей», — рассказал зампред областного правительства Вадим Хромов.

Объект возведут возле усадьбы Тимохово. Он будет ориентирован на самые разные целевые группы. На территории будет создана необходимая инфраструктура для отдыха и проведения деловых мероприятий.

Отмечается, что близость к аэропорту Домодедово позволит рассчитывать на транзитных пассажиров, сотрудников авиакомпаний. С вводом комплекса в муниципалитете будет создано 150 новых рабочих мест.

<https://hoteliernews.ru/gostinichnyy-kompleks-na-144-nomera-postroyat-v-vidnom/>

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

##### **Тема недели в СМИ: коронавирус и туризм**

##### **Отели снижают цены из-за отсутствия китайских туристов**

Отели, в которых останавливалось много туристов из Китая, потеряли своих клиентов из-за ситуации с коронавирусом и вынуждены снижать цены для привлечения других гостей, заявил РИА Новости вице-президент Федерации рестораторов и отельеров России Вадим Прасов.

Собеседник агентства пояснил, что вспышка заболеваний, вызванных коронавирусом, и ограничения туристических контактов с Китаем пока не дали заметной реакции на гостиничном рынке России. «Отсутствие китайских туристов в основном стало заметно в Москве и Санкт-Петербурге. Их гости из Поднебесной посещали в обязательном порядке», — сказал Прасов.

Но некоторые отели, которые ориентировались в основном на путешественников из КНР, начали демпинговать, отметил эксперт. «Это значит, что они сейчас занижают цены, чтобы привлечь к себе внимание российских и зарубежных клиентов», — добавил он.

Власти Китая 31 декабря 2019 года сообщили Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ) о вспышке неизвестной пневмонии в Ухане, расположенном в центральной части страны. Специалисты установили возбудителя болезни — коронавирус 2019-nCoV. ВОЗ признала вспышку чрезвычайной ситуацией международного значения.

<https://hoteliernews.ru/oteli-snizhayut-tseny-iz-za-otsutstviya-kitayskih-turistov/>

##### **Петербургские отели ежемесячно будут терять около 516,6 млн рублей из-за коронавируса**

По данным аналитиков Rusland SP, в результате запрета на выезд за рубеж туристических групп из Китая петербургские отели в среднем ежемесячно будут терять около 516,6 млн рублей. Сильнее всего пострадают объекты, ориентированные исключительно на работу с китайскими туристическими группами.

С 28 января российские туроператоры больше не принимают организованные группы из КНР, так как китайские туроператоры приостановили продажу туров за рубеж по требованию властей страны. Специалисты Rusland SP проанализировали, во что такие меры обойдутся петербургскому гостиничному рынку.

По словам Людмилы Фроловой, руководителя гостиничного направления Rusland SP, в 2019 году Санкт-Петербург посетили 1,3 млн туристов из Китая (и это только «белый» трафик, фактическое количество с учетом нелегальных въездов может достигать 2,5 млн). Ночевка в двухместном номере обошлась каждому туристу в среднем в 1 250 рублей в сутки, плюс завтрак — в среднем по 350 рублей на человека. Средняя продолжительность проживания составила 3 дня. Таким образом, приблизительная выручка петербургских гостиниц от китайского туристического трафика за год составляет 6,2 млрд рублей.

«Очевидно, что такая «недостача» серьезно просадит гостиничный рынок северной столицы, — комментирует эксперт. — Но больше всего пострадают гостиницы, ориентированные исключительно на китайских туристов, общий номерной фонд которых составляет порядка 3 000 номеров. Доля китайских туристов на данных объектах в низкий сезон составляет 80% в общем объеме загрузки, а средняя цена номера в сутки — 1 500 рублей. Таким образом, ежемесячные убытки таких гостиниц составят около 108 млн рублей. Во время

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

высокого туристического сезона – с мая по сентябрь – средняя цена размещения китайских туристических групп возрастает до 3 500 рублей за номер при загрузке в 100%. В итоге, потери отелей, ориентированных на китайских туристов, составят уже около 315 млн рублей».

«Очевидно, что отели, заточенные под гостей из Китая, не смогут быстро скорректировать стратегию продаж и в первую очередь станут снижать стоимость номеров для обеспечения хотя бы минимальной загрузки. В конечно итоге, такой демпинг неизбежно повлияет и на остальных игроков рынка, – комментирует Людмила Фролова. – Сейчас сложно прогнозировать, сколько продлится запрет на въезд туристических групп из Китая, но даже несколько месяцев серьезно повлияют на деятельность гостиниц, ориентированных на работу с ними».

<https://hoteliernews.ru/peterburgskie-oteli-ezhemesyachno-budut-teryat-okolo-516-6-mln-rublej-iz-za-koronavirusa/>

### **Как гостиницы реагируют на коронавирус**

В социальных сетях появилась фотография объявления на двери одного из казанских хостелов. Оно гласит, что китайцам в данный объект вход воспрещен из-за возможности заражения гостей коронавирусом.

"Внимание! Уважаемые китайцы, которые недавно прилетели из своего родного края! Мы беспокоимся за здоровье наших посетителей, поэтому вход на территорию хостела для вас строго запрещен. Это необходимо для того, чтобы предотвратить появление коронавируса у гостей нашего хостела. Просим прощения за предоставленные неудобства" - такой текст содержит объявление. Он также продублирован на китайском

В хостеле подтвердили, что гостей из Китая не принимают. Как выяснил корреспондент ProKazan.ru, это не единичный случай.

Безоговорочно согласились принять гражданина Китая только в одном хостеле. Администратор еще одного заведения подробно расспросил, когда предполагаемый китаец приехал в страну, и сказал, что если у него нет температуры, то его смогут заселить.

В отделе бронирования крупной гостиницы в центре Казани сообщили, что свободных номеров нет, и без уточнения у руководства ответ дать не смогут. При этом попытка найти номера на эти же даты для россиянина увенчалась успехом. В одном из отелей города администратор отметила, что указаний не принимать китайцев не было, однако достоверную и точную информацию можно получить только после консультации с начальством.

Напомним, что в эти дни семья из Казани находится на на круизном судне Diamond Princess, с понедельника стоящем на рейде из-за карантина по коронавирусу близ японской префектуры Канагава.

<https://prokazan.ru/news/view/136923>

### **Татарстан: Госкомитет по туризму осудил запрет для китайцев в хостелах**

Госкомитет РТ по туризму предупредил администрацию хостела, запретившую вход для туристов из Китая, о незаконности их действий. Запрет отменили

Председатель Государственного комитета РТ по туризму Сергей Иванов выступил против действия казанского хостела, который отказал туристам из Китая в размещении.



«Данная ситуация недопустима. Размещение граждан Китайской народной республики в гостиницах и других коллективных средствах размещения на территории Российской Федерации и, соответственно, Республики Татарстан не ограничено. Проведена работа с хостелом. Руководство хостела информировали о незаконности подобных действий. Данное нарушение было устранено», — сказал Иванов.

Соответствующее предупреждение для руководителей гостиниц и хостелов появилось на сайте Госкомитета РТ по туризму.

Напомним, руководство одного из хостелов Казани разместило объявление о запрете на вход для туристов из Китая. Администратор хостела объяснила их позицию беспокойством за клиентов из-за коронавируса. «Здесь останавливаются много иностранцев, семьи с детьми и пожилые люди. На сегодняшний день в России зарегистрированы два случая заражения, и нам не хочется подвергать наших постояльцев опасности», — цитирует администратора ИА «Татар-Информ».

<https://rt.rbc.ru/tatarstan/07/02/2020/5e3d85439a7947655765efaf>

### **Коронавирус – это форс-мажор, который никто не мог предугадать**

*Алеся Астапович, операционный директор туроператора "Тартус-Тур".*

Когда возобновит полеты китайская авиакомпания Hainan Airlines, и какие рекомендации дают туроператоры туристам в КНР из-за ситуации с коронавирусом?

Ранее, в декабре 2019 года китайская авиакомпания Hainan Airlines запустила регулярные рейсы по маршруту Москва – остров Хайнань, и «Тартус-Тур» стал главным оператором программы.

По словам Алеся Астапович, сейчас на острове нет туристов из России. Заключительный рейс с российскими путешественниками приземлился отсюда в Шереметьево 31 января.

### *Hainan Airlines и приостановка полетов в Китай*

Сейчас авиакомпания выполнила все обязательства по вывозу туристов обратно в Россию. Временно полетная программа, реализованная в декабре, приостановлена. Полеты восстановятся после стабилизации ситуации на острове Хайнань. Так, другая авиакомпания – «Уральские авиалинии», которая также перевозит наших туристов, также приостановила полеты в КНР. Обе авиакомпании приняли такие меры на основании рекомендаций Ростуризма – не подвергать граждан России опасности из-за вспышки коронавируса.

Сейчас на острове Хайнань Минздрав Китая принимает все возможные меры для борьбы с вирусом. Цель – не допустить массового распространения инфекции. Для этих целей закрыты торговые центры, приостановлено движение городского транспорта, остановлена работа экскурсионных маршрутов. По городу также ездит специальная техника с приспособлением для очищения воздуха.

### *Рекомендации для туристов в КНР от туроператора «Тартус-Тур»*

Крайне важно не посещать места большого скопления людей, хорошо и часто мыть руки, носить маску. Сейчас нет запрета покидать отель российским туристам, но в качестве защитной меры мы не рекомендуем путешественникам активно передвигаться по острову.

### *Последствия и размер ущерба для российского туристического бизнеса в связи с приостановкой отправки туристов в КНР*

Ситуация с коронавирусом – это форс-мажор, который никто не мог предугадать. Операторы туризма и турагентства сейчас, разумеется, не в

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

выигрышной позиции, так как все расходы по отправке туристов оплачивались задолго до тура. Ни о каком положительной эффекте говорить не приходится, но есть опыт форс-мажоров по другим туристическим направлениям – закрытие Турции и Египта, вулкан на Бали, и прогнозы вполне оптимистичны. Пока туристы опасаются ситуации в КНР, но интерес к направлению не угас. Сейчас только время решит проблему.

### *Стабилизация ситуации с коронавирусом в КНР*

Правительство острова Хайнань сделало заявление – необходимо 20-30 дней для борьбы с эпидемией. Надо отметить, что остров пострадал не сильно от коронавируса – зафиксировано 37 случаев заражения. Мы надеемся, что направление откроют уже весной этого года. Теперь остается только ждать официального заявления о нормализации ситуации и возобновлении полной безопасности на острове.

<https://welcometimes.ru/opinions/alesya-astapovich-koronavirus-eto-fors-mazhor-kotoryu-nikto-ne-mog-predugadat>

### **Коронавирус не стал угрозой для российских путешественников: они по-прежнему покупают туры зарубеж**

Туристические компании сообщают, что китайский коронавирус не стал угрозой для российских путешественников: они по-прежнему покупают туры за рубеж. Эксперты отмечают, что уменьшения продаж нет. Как правило, в конце января и начале февраля всегда идет некое затишье, связанное с периодичностью, улучшение ситуации с бронированиями будет позже. Некоторые туроператоры сообщают о росте бронирования на летний сезон, который поднялся до 15%.

Как всегда, люди покупают туры в Европу и Турцию. Конечно же, есть и отмены в Индию, а также в Таиланд, но это буквально единично. Лидеры нынешнего сезона – это западная Европа, ОАЭ, Египет.

Представители компании TEZ Tour рассказали, что мировая эпидемиологическая ситуация незначительно повлияла на туротрасль – скидки есть, но они относятся только к определенным датам и гостиницам.

Специалисты отрасли считают, что китайцы больше интересовались различными экскурсиями, нежели пляжным отдыхом на известных курортах России. Поэтому россияне туда едут без страха заражения.

<https://welcometimes.ru/news/koronavirus-ne-stal-ugrozoy-dlya-rossijskih-puteshestvennikov-oni-po-prezhnemu-pokupayut-tury>

Назначена дата рассмотрения дела в отношении Booking.com

ФАС 25 февраля 2020 года проведет 2 заседание, на котором будет рассматриваться дело сервиса онлайн-бронирования.

Напомним, что в конце 2019 года антимонопольное ведомство возбудило дело в отношении Booking.com. Причиной стала жалоба, направленная общественной организацией «Опора России», которая обвинила ведущий сервис онлайн-бронирования в навязывании российским гостиницам условия о паритете цен. В ФАС сочли эти требования обоснованными и дали предписание Booking.com устранить указанные нарушения до 12 декабря 2019 года. Но, сервис онлайн-бронирования не прореагировал на требования антимонопольной службы. В итоге, 30 декабря 2019 года было заведено дело.



Отметим, что если факт нарушения конкуренции будет доказан, то Booking.com может грозить серьезный штраф в размере от 1 до 15% оборота компании.

Напомним, что общественная организация «Опора России» недавно направило еще одно обращение в ФАС в отношении Booking.com. Во многом это требование дублирует решение Еврокомиссии, которое сервис онлайн-бронирования должен исполнить до 16 июня 2020 года. В частности Booking.com обязана изменить подачу информации о гостиницах, а также скидках на проживание. Эти и ряд других мер направлены на защиту пользователей от манипуляций при бронировании гостиниц.

<https://hotelier.pro/news/item/naznachena-data-rassmotreniya-dela-v-otnoshenii-booking-com/>

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

### **В Адыгее осудили и отправили в колонию мошенника, своровавшего гостиницу**

Обвинительный приговор в отношении жителя Адыгеи, совершившего мошенничество в крупном размере, вынес районный суд г. Майкопа. Об этом 7 февраля сообщает пресс-служба Генеральной прокуратуры РФ.

Мужчина признан виновным в совершении преступлений, предусмотренных ч. 4 ст. 159 УК РФ (мошенничество, совершенное в крупном размере) и ч. 1 ст. 303 УК РФ (фальсификация доказательств по гражданскому делу лицом, участвующим в деле).

Согласно материалам следствия, подсудимый обманным путем завладел гостиничным комплексом, расположенным в п. Гузерибль Майкопского района Адыгеи. Рыночная стоимость похищенного имущества оценивается в 53 миллиона рублей. Более того, мужчина предоставил суду не советуемые действительности сведения о якобы возмездном приобретении права собственности на часть гостиничного комплекса.

Суд вынес обвинительный приговор и назначил подсудимому наказание в виде пяти лет лишения свободы в исправительной колонии общего режима и штраф в размере двухсот тысяч рублей. Кроме того, суд удовлетворил иски потерпевших о выплате моральной компенсации.

<https://rossaprimavera.ru/news/450a9f28>

### **Во Владимирской области гостиницы наказаны за несоблюдение санитарно-гигиенических норм**

Сотрудники ведомства проверили организации, оказывающие гостиничные услуги - ООО «Турм» и «Альянс».

В ходе проверки в ООО «Турм» установлено, что на объекте не соблюдаются требования, предъявляемые к прохождению профилактических медицинских осмотров - 3 сотрудника гостиницы допущены к работе без санкнижек.

Проверка показала, что на объекте защиты не обеспечена возможность свободного открывания запоров на дверях эвакуационных выходов без ключа. Кроме того, допущено использование временной электропроводки при проведении строительно-монтажных работ. В гостинице «Альянс» в ходе проверки установлено, что помещение с персоналом, ведущим круглосуточное дежурство, не оборудовано аварийным освещением. Также на объекте не соблюдаются требования, предъявляемые к прохождению предварительных (до начала работы) профилактических медицинских осмотров (без предварительного медицинского осмотра к работе допущена горничная).

По фактам выявленных нарушений Кольчугинским межрайонным прокурором в адрес руководителей гостиниц внесены представления, которые находятся на рассмотрении.

[https://vladimirnews.ru/fn\\_520225.html](https://vladimirnews.ru/fn_520225.html)

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

### **Сеть отелей и курортов Four Seasons объявляет о расширении своей коллекции и открытии новых отелей, курортов и резиденций в 2020 году**

Four Seasons Hotels and Resorts, лидер в сфере роскошного гостеприимства, продолжает расширять свое мировое портфолио, объявляя об открытии серии новых отелей, курортов и частных резиденций в самых живописных уголках планеты.

«Непоколебимая приверженность сервису и качеству, сильная операционная модель и синергия с владельцами отелей, которые разделяют наши взгляды, ставят Four Seasons на завидную позицию на рынке по мере того, как мы продолжаем расширять наше портфолио и укреплять план мирового развития», – комментирует Джон Дэвисон (John Davison), Президент и Главный исполнительный директор Four Seasons Hotels and Resorts. «С началом нового десятилетия мы продолжаем повышать качество обслуживания наших гостей и расширять нашу коллекцию эксклюзивных предложений, подтверждая тем самым нашу преданность перфекционизму и инновациям, которые определяют наш бренд на протяжении почти 60 лет».

Каждый новый проект сети, разработанный в сотрудничестве с партнерами компании, отражает неповторимый характер своей локации, открывая новые направления для путешественников и приглашая местных жителей окунуться в мир Four Seasons. Среди последних новшеств сети – первый автономный комплекс частных резиденций Twenty Grosvenor Square, а Four Seasons Residence в Лондоне; отель Four Seasons Hotel Philadelphia at Comcast Center, легендарный Four Seasons Astir Palace Hotel Athens на Афинской Ривьере, а также первый в мире wellness-курорт сети на Гавайях.

В скором времени компания Four Seasons, которая совсем недавно объявила об открытии коллекции традиционных альпийских шале Les Chalets du Mont d'Arbois, Megève у подножья склонов Мон д'Арбуа, а также запустила первый брендированный частный самолет, представит свой дебютный курорт с собственной винодельней в долине Напа.

#### *Запланированные открытия в 2020 году*

В 2020 году запланированы шесть новых открытий сети, включая возвращение Four Seasons в Бангкок с новым отелем Four Seasons Hotel Bangkok at Chao Phraya River. Отель, над проектом которого работал знаменитый дизайнер и архитектор Жан-Мишель Гати (Jean-Michel Gathy), станет новой достопримечательностью города, предлагая 300 сногсшибательных номеров и 350 роскошных частных резиденций. Также в начале года в Азиатско-Тихоокеанском регионе открывается третий адрес сети в Японии – новый отель в сердце района Отемати в Токио с видом на знаменитый Императорский дворец.

В Европе Four Seasons дебютируют в Испании с открытием нового Four Seasons Hotel Madrid после комплексной реставрации семи исторических зданий. Одной из главных особенностей отеля станет ресторан на крыше от звездного шеф-повара и обладателя трех звезд Мишлен Дани Гарсия (Dani García).

В настоящий момент Four Seasons, долгое время считающийся ведущим брендом роскошного гостеприимства в Калифорнии, управляет семью объектами в данном регионе. Компания продолжает расширять свое присутствие в северной части штата, объявив об открытии второго отеля в Сан-Франциско весной – великолепного Four Seasons Hotel San Francisco at Embarcadero. Также в этом году состоится долгожданное открытие курорта сети в долине Напа с уникальной коллекцией частных резиденций и собственной винодельней, представленной в

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

партнерстве с известным виноделом Томасом Риверсом Брауном (Thomas Rivers Brown).

Кроме того, в 2020 году планируется открытие отеля в Новом Орлеане, который будет расположен в здании исторического Всемирного торгового центра.

### *Главные открытия 2019 года*

Открытиям, запланированным на 2020 год, предшествовал захватывающий год грандиозных открытий отелей и курортов Four Seasons по всему миру, включая открытие первого отеля сети в Греции – перерождение культового Four Seasons Astir Palace Hotel Athens, а также возвращение компании в Монреаль с открытием великолепного Four Seasons Hotel Montreal, в котором будет представлен ресторан MARCUS от звездного шефа Маркуса Самуэльсона (Marcus Samuelsson).

Среди других открытий – новый отель Four Seasons Hotel Bengaluru at Embassy ONE в Бангалоре, который стал вторым отелем сети в Индии; возвращение бренда в Филадельфию с открытием Four Seasons Hotel Philadelphia at Comcast Center, расположенного в самом высоком здании города; открытие Four Seasons Hotel One Dalton Street, Boston, второго отеля сети в Бостоне; запуск третьего проекта в Мексике – на этот раз на нетронутых берегах Восточного мыса Лос-Кабоса; открытие первого в мире комплексного оздоровительного курорта от Four Seasons, Four Seasons Hotel Lanai at Koele, A Sensei Retreat на Гавайском острове Ланай; и, наконец долгожданное открытие исторических шале семьи Ротшильдов в Межеве.

### *Планы на будущее*

Помимо новых отелей в Сан-Франциско и Новом Орлеане, Four Seasons сообщил о планах на открытие новых отелей в Окинаве, Япония; Нашвилле и Миннеаполисе, США; Картахене, Колумбия; а также второго курорта в Кабо-дель-Соль в Мексике. Компания также ранее анонсировала проекты в Даляне, Китай; Мекке, Саудовская Аравия; Ханое, Вьетнам; и в Кай-Чепел в Белизе.

В 2019 Four Seasons также объявил о планах запустить новый полностью персонализированный частный джет Four Seasons Private Jet, который продолжает покорять новые высоты индустрии с момента запуска в 2015 году.

### *Расширение портфолио частных резиденций*

Опираясь на 35-летнюю историю Four Seasons в сегменте брендовой элитной недвижимости, которая началась с открытия первых частных резиденций в 1985 году, компания продолжает стратегическое расширение своего портфолио эксклюзивных частных резиденций по всему миру.

В течение следующих пяти лет Four Seasons планирует вдвое расширить свое портфолио частных резиденций, поскольку 90% всех предстоящих открытий и проектов в разработке включают частные резиденции. Всемирное портфолио находится на пути к превышению 7000 отдельных жилых объектов, что сделает Four Seasons мировым лидером в сфере обслуживания элитной недвижимости. В 2020 году сеть займётся расширением своей эксклюзивной коллекции и представит 9 новых жилых объектов, включая частные резиденции в Сан Франциско, Лос-Анжелесе и Марракеше.

Компания также продолжит расширять коллекцию дизайнерских вилл и резиденций Four Seasons Private Retreats, число которых, как ожидается, превысит 1000 объектов в течение следующих трех лет. Это позволит гостям арендовать эксклюзивные виллы и резиденции, которые идеально сочетают в себе непревзойденный комфорт и легендарный сервис Four Seasons.

<https://hotelier.pro/news/item/set-oteley-i-kurortov-four-seasons-obyavlyayet-o-rasshirenii-svoey-kollektsii-i-otkrytii-novykh-oteley-kurortov-i-rezidentsiy-v-2020-godu/>

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

## **7. Интересное для отельеров**

**Как за два месяца новому отелю достичь плановых показателей по выручке? Как ресторан при небольшом отеле сделать модным заведением в областном центре?**

*Андрей Михайлец, Соучредитель и исполнительный директор Независимого Гостиничного Альянса*

Много практических вопросов – решение в одном кейсе. Дано: Бизнес-отель Element 4\* (г. Курск), 40 номеров, запущен летом 2018 года. Нашей задачей было провести маркетинговые исследования, запустить отель и вывести его на рынок. Проект был реализован в два этапа.

### **1. ЭТАП ПЕРВЫЙ: Маркетинговые исследования**

Сначала нам необходимо было получить ответ на вопросы:

- зачем нужен новый отель?
- кто целевая аудитория?
- за сколько можно продавать номера?
- какие можно продавать допуслуги?
- какие есть тренды на рынке отелей Черноземья? (Курск, Липецк, Белгород, Тамбов, Воронеж)
- в чем особенности торговых отношений, контрактов, какова ситуация с ВПК и с производством?

Особенность региона всегда важно учитывать, чтобы понимать, можно ли здесь проводить бизнес-мероприятия и с какой периодичностью. К примеру, в Курске развит аграрный сектор, а также проекты, связанные с перевозкой зерна с Кубани в Москву через Черноземье.

Также мы опросили представителей 10-15 компаний. Среди них – градообразующие предприятия (они, кстати, являются основой для портфеля загрузки), ВУЗы, торговые фирмы.

Наши выводы по итогам опроса: основные проблемы отелей 4\* в Курске – это нехватка кроватей, отсутствие «вменяемой» кухни, хорошего банкетного зала (губернаторского уровня). Также мы спрашивали, на какое количество ночей обычно останавливаются гости. На основании этого мы сделали прогноз доходов, сезонностей по месяцам.

### **2. ЭТАП ВТОРОЙ: Запуск отеля и вывод его на рынок**

В этот раз мы работали совместно с УК Натальи Фроловой. Первым делом подготовили план и график открытия (взяв за основу Диаграмму Ганта). Получилась большая Excel – таблица из 400 пунктов: оснащение, юридические и операционные вопросы, описание бизнес-процессов, включая взаимодействие служб отеля между собой, работа каждого отдела: снабжение, ресепшн, бронирование и др.

Остановлюсь кратко на особенностях каждого этапа перед открытием.

#### **2.1. Генеральная уборка перед открытием.**

Пока еще не был набран персонал, мы заказали разовый клининг. Имейте ввиду, что во многих регионах аутсорсинг услуг, включая уборку, почти не применяется, так что в дальнейшем придется нанимать собственный штат.

#### **2.2. Оснащение.**

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

Дизайн-проект отеля разработал дизайнер интерьеров Сергей Шустов. Он сделал «эко-концепт» с живыми цветами. В целом, в интерьере много зелени, дерева, но при этом есть элементы хайтека, открытый огонь на биотопливе.

На этом этапе самым сложным для нас было упорядочить график поставок, поскольку обязательства контрагентов были в разном статусе.

«Кто-то должен был что-то поставить, но не забыл об этом; с другой компанией были устные договоренности, но не был подписан договор, поэтому они ничего не поставляли; где-то поставки не были оплачены и др. В итоге решение всех вопросов с контрагентами заняло у нас два месяца».

Наши выводы: лучше вести дела с одним генподрядчиком, чтобы он занимался поставками по всей номенклатуре: мебель, оборудование, кухня, спецодежда, расходники, ландшафтный дизайн и др). Такую компанию сложно найти, но это необходимо, если вам важно соблюсти график поставок.

### 2.3. Подбор персонала.

Понятно, что весь штат сразу вводить не надо.

Для подбора самых лучших сотрудников мы «перелопатили» все кадры, какие есть в отелях. Искали, можно сказать, по всему Черноземью. Использовали все возможные методы подбора, включая локальные сайты, соцсети, сарафанное радио.

3. Как проходил подбор персонала и что было сделано для эффективной работы каждой службы.

#### 3.1. ПРОДАЖИ: Нужен ли свой отдел в небольшом отеле?

Этот отдел был сформирован первым. Часто у собственников небольших отелей возникает вопрос: должен ли быть сформирован отдельный отдел продаж или этим может заниматься управляющий?

«Наша позиция: там, где можно, нужно делать отдел продаж. Прямые продажи гораздо выгоднее, чем продажи через агентский канал. Управляющий должен заниматься управлением. Итак, в отеле на 40 номеров мы сделали отдел продаж из двух человек. Правда, впоследствии один из них стал управляющим этого отеля».

Кстати, на собеседование на позицию «Продавец» пришло в целом около 50 человек. Вывод: где можно делать дикий конкурс, делайте дикий конкурс. Только так вы найдете лучших.

Сначала отдел продаж выполнял две укрупненные задачи:

##### 1. Помощь в открытии отеля

На этапе запуска очень много работы, которая не относится конкретно ни к одной службе. К примеру, продавцы каждый день проверяли дефектную ведомость, которая отражает все «косяки» по стройке и отделочным работам; решали спорные вопросы, которых не оказалось в проекте: куда вешать камеры, освещение и др.

##### 2. Проведение переговоров с клиентами

На начальном этапе продавцы разрабатывали шаблоны договоров, назначали встречи, показывали отель, делали сайт. Кстати, еще до завершения стройки были готовы пилотные номера, которые продавцы показывали потенциальным клиентам и партнерам.

«Все процессы мы стараемся запускать за 6 месяцев до открытия: сайт, каналы продаж, регистрация онлайн, регистрация в каталогах типа TripAdvisor, Командировка.ру, Tophotels и др. Это все должно быть готово до запуска продаж».

#### 3.2. БРОНИРОВАНИЕ: А не объединиться ли нам с ресепшн?

Один из ключевых вопросов, который мы решили в этом проекте – надо ли выводить бронирование в отдельную службу? На первый взгляд, для небольшого отеля это невыгодно. Но давайте посмотрим на ситуацию глубже.

В регионе конкуренция среди отелей достаточно высокая. Многие демпингуют. Чтобы сэкономить, несколько служб объединяют в одну. В итоге ресепшн пытается бронировать, управляющие пытаются продавать.

Мы поступили ровно наоборот, выделив «бронистов» в отдельную службу. Цель – приносить отелю максимальный доход от бронирования номеров и продажи дополнительных услуг. Настроили скрипты, инструкции, описание отеля, включая стандарт по услугам. Причем тексты идут не только на русском, но и на английском. Внимание! Это трудоемкая работа, и лучше ее сделать сразу, чем потом решать на ходу.

Бронисты работают с 9 до 21, принимают на себя все входящие звонки.

Результат по итогам двух месяцев работы: конверсия выросла в несколько раз, гостиница вышла на рынок и достигла плановых показателей по вырубке.

**3.3. РЕСТОРАН:** Как стать модным заведением в областном центре? «Фишки» при разработке меню.

В бюджете отеля ресторан занимает практически 50%. Как правило, для большинства отелей ресторан – это вторично, поскольку на ресторане при отеле можно заработать только на банкетах, бранчах, завтраках и питании, включенном в проживание.

Здесь задача была другая: открыть в городе модный фьюжн-ресторан (работающий также «на улицу») с европейской, русской и азиатской кухней. Для реализации задачи мы пригласили популярного бренд-шефа Кирилла Голикова, который работал в мишленовских ресторанах.

«Шеф-повар должен нравиться не только гостям, но и собственнику, а также управляющему - с точки зрения разумности затрат. Часто модный шеф-повар заказывает дорогие продукты, а это не имеет коммерческого смысла. Нам повезло, мы сработались».

Шефа в регионе нам найти не удалось, а те, кто готов был переехать из других регионов, не подходили нам по бюджету. В результате мы пригласили су-шефа, который будет следить за всеми процессами (график 5/2), а также бренд-шефа, который будет приезжать с определенной периодичностью после того, как поставит кухню и меню. Также мы взяли нескольких поваров, в том числе японского.

Кстати, сейчас ресторан Seasons с интересным интерьером, разнообразной и качественной кухней - модное место в городе.

С рестораном разобрались.

Далее необходимо было разработать меню рум-сервиса, банкетов, фуршетов. Сложность состояла в том, что площадь кухни в ресторане относительно небольшая, а меню заявлено разнообразное. Чтобы использовать максимально эффективно каждый метр, мы пригласили компанию, которая специализируется на проектировании и планировке оборудования для производства ресторанов (плиты, охлаждающее оборудование, вытяжка, мойки и др).

Мы проработали все виды меню, а это около 40 позиций. Это необходимо для того, чтобы повара и су-шеф работали по стандартам и делали те блюда, которые разработаны, придуманы и внедрены – с соблюдением технологии приготовления, подачи, внешнего вида, температурного режима и времени приготовления. В целом, отстройка кухни заняла у нас около двух месяцев.

Отдельно остановлюсь на завтраке. В небольшом отеле разворачивать шведский стол экономически невыгодно, а чтобы обслужить полную посадку

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

завтраков только через сет-меню, нужно много официантов одновременно. В результате мы сделали микс: такие вещи как сосиски, омлеты, горячее мы поставили в мармиты, а вот чай, кофе, напитки «поселились» в зоне шведского стола.

«Когда гость хотел яичницу, официанты уточняли, какую именно: с беконом или без. Заказ подавали на стол. Так совершенно небольшим штрихом подчеркивалась индивидуальность обслуживания, когда в отеле 4\* готовят для каждого гостя отдельно. При этом экономика такого завтрака была хорошая и доходная часть нас устраивала».

Несколько слов про меню для рум-сервиса. Это меню, которое может приготовить ночной повар. Задача здесь – приготовить еду быстро из ходовых сезонных продуктов: салаты, супы, горячие десерты, напитки.

Также мы проработали меню для банкетной службы, поскольку в ресторане есть банкетный зал с посадкой на 100 человек.

### 3.4. ИНЖЕНЕРНАЯ СЛУЖБА: Найти «готового» или обучить на месте?

Мы пригласили инженера, имеющего опыт эксплуатации жилых помещений (поменять кран, дверь, замок и др). Найти «гостиничного» инженера в регионе не всегда возможно, поэтому многим аспектам пришлось научить. Помимо технической грамотности инженер по эксплуатации должен быть в диалоге с руководителем номерного фонда, поскольку тот должен понимать, какие номера свободны, какие временно выведены из эксплуатации. Также инженер должен уметь прогнозировать и бюджетировать складские остатки: с одной стороны, склад не должен быть слишком затоварен, с другой стороны, не должно появляться необходимости что-то срочно покупать, потому что этого нет на складе. Инженер должен понимать, как общаться с внешними службами, которые обслуживают здание; знать, куда звонить, какие регламенты работы нужно проводить, как готовиться к зимнему, летнему сезону и др. Задача – не допустить аварий. Также задача инженера по эксплуатации – ремонтировать номера таким образом, чтобы быстро возвращать их в службу номерного фонда, а та, в свою очередь – в отдел продаж.

Во время маркетинговых исследований мы обратили внимание, что в случае обнаружения неполадки во многих гостиницах существует практика поехать на рынок и купить что-то «за наличку». Мы стандартизировали этот процесс, ввели на закупки документооборот, которым стал заниматься делопроизводитель. Также установили правило, что все предстоящие закупки обсуждаются на оперативных планерках.

В подчинении у инженера есть два разнорабочих.

### 3.5. РЕСЕПШН

В таком дизайнерском бизнес-отеле персонал набирался долго и сложно. Чтобы сотрудницы выглядели представительно, мы заказали для них форму: красные платья, подчеркивающие стиль и дизайн отеля. Первая задача, которую мы перед собой поставили для формирования ресепшн – принять на работу руководителя Службы приема и размещения, который будет заниматься графиками, подбором, мотивацией, стандартами, настройкой фискальных процедур.

### 3.6. ХАУСКИПИНГ

Для обучения сотрудников мы пригласили консультанта по хаускипингу. Она разработала стандарты уборки, провела обучение в том числе по технике безопасности (поскольку при работе с химией надо соблюдать много процедур). Что касается правил уборки, то надо понимать, что разные поверхности (например, дерево, пластик, ковролин) отмываются по-разному. Чтобы научить горничных

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

*Фокус – Москва и столичный регион*



убирать номера в соответствии с технологиями, мы использовали профессиональную химию Vileda.

Закупили тележки, оборудование, позволяющее убирать в труднодоступных местах. Отработали процедуру совместного взаимодействия службы ресепшн, эксплуатации и хаускипинга.

<https://hotelier.pro/management/item/kak-za-dva-mesyatsa-novomu-otelyu-dostich-planovyx-pokazateley-po-vyruchke-kak-restoran-pri-nebolshom-otele-sdelat-modnym-zavedeniem-v-oblastnom-tsentre/>

### **Апгрейд как способ увеличить доход.**

*Безбородова Ксения Андреевна, ведущий специалист глобального онлайн туристического агентства Expedia Group.*

Основная задача менеджера по управлению доходом-смотреть на гостиничный продукт стратегически. Не зря ключевые показатели отеля усредняют доход, не разбирая, сколько продано номеров люкс, а сколько стандартных. Главное-оптимизировать продажи того номерного фонда, и получить максимум возможной выручки в данный конкретный момент времени.

Если в отеле с номерным фондом в тридцать номеров часто остаются непроданными пара люксов, несложно догадаться, что можно попытаться продать их по цене стандартов. Смоделируем три ситуации и сравним один из важнейших показателей отеля, RevPar. Если двадцать стандартов ушли по тарифу 2000 рублей в сутки, пять люксов было продано по тарифу 3000 рублей в сутки, а пять-осталось незанятыми, то RevPar составит  $((2000*20)+(3000*5))/30 = 1833,33$  руб. Если продать все номера по цене стандартов, то RevPar будет уже  $(2000*30)/30 = 2000$  руб. Но если продать двадцать пять номеров по цене стандартов, а пять -по цене Люксов, то RevPar будет самым высоким  $((2000*25)+(3000*5))/30=2166,66$  руб.

Исходя из этих расчетов ясно, что часть нереализованных номеров высоких категорий выгоднее продать по меньшей цене, чем оставлять незанятыми. Тем более, если спрос на стандарты превышает предложение. Но как правильно просчитать то количество номеров высокого сегмента, которые можно предложить для апгрейда? Если отдать больше, чем нужно, то настоящим клиентам, которые готовы платить полную стоимость за номера категории люкс может не хватить продукта. Если отдать меньше, появится риск, что часть высоких категорий останется непроданной. Эти ошибки, разумеется, приведут только к тому, что доход будет меньше, чем можно рассчитывать.

Рассмотрим формулу, которая позволяет математически рассчитать необходимое количество номеров к апгрейду. Подобные расчеты, конечно, строятся исключительно на исторических данных. Собрав историю продаж люксов за последние сто дней, можно посчитать, сколько дней из ста было отдано десять, девять, восемь и так далее люксов. К примеру, все десять номеров люкс были забронированы в отеле по полной стоимости шесть дней из ста. Значит, вероятность продажи всех имеющихся люксов  $6:100=0,06$ . Другими словами, десятый люкс принес отелю полную стоимость только в шести случаях из ста. И вероятность, что этот номер принесет полную стоимость, составляет не более 6%. Можно посчитать, сколько этот десятый люкс принес в среднем за каждый день из ста. Умножим стоимость категории на вероятность продажи и получим  $3000 * 0,06 = 180$  руб. в день. С другой стороны, если бы этот десятый номер люкс был продан по цене стандарта, то он бы принес гарантированные 2000 руб. в сутки. Следовательно, десятый люкс можно не раздумывая предлагать для апгрейдов.

Теперь необходимо посчитать, сколько дней из ста отель продал девять номеров высоких категорий по полной стоимости? Допустим, девять дней из ста удавалось продать девять номеров люкс. Девятый же люкс продавался и в те дни,

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

когда были заняты все люксы, а это происходило, как выяснили выше, еще шесть дней из ста. Следовательно, девятый номер был забронирован пятнадцать дней из сотни. Шанс продать девятый люкс составляет  $15:100=0,15$ . И этот люкс в среднем приносит  $15:100*3000 = 450$  рублей в день. Что опять-таки меньше, чем 2000 руб., которые отель бы заработал, предложив апгрейд на данный номер.

И так необходимо рассмотреть каждый люкс, по очереди проверяя, сколько дней в течение исследуемого периода был занят именно он. Допустим, проверка дошла до пятого номера люкс, определив, что он был занят семьдесят дней из ста. Вероятность продажи по полной цене составляет  $70:100 = 0.7$ . Значит, в 70% случаях он будет продан по цене своей категории. Находим примерную среднюю стоимость, которую этот номер принесет в каждый из ста дней, с учетом, если оставить его без апгрейда.  $70:100*3000=2100$  руб. И этот тариф больше 2000 руб.- тарифа стандарта. Это значит, что при таких обстоятельствах, будет выгоднее оставить пятый люкс для продажи по полной цене, и уже не предлагать на него апгрейд.

Как только находим тот номер, который сдаваясь по полной стоимости, принесет денег больше, чем при апгрейде, поиски завершены. В ситуации описанной выше, из десяти люксов пять можно спокойно выделить под апгрейд, а пять оставить для продажи клиентам, претендующим на люксы.

<https://hotelier.pro/revenue/item/apgreyd-kak-sposob-uvelichit-dokhod/>

### **Платежные тенденции в гостиничном бизнесе**

*Генеральный директор платежной системы для гостиниц Reserve Master Анна Платонова* в интервью с Welcome Times обсуждает платежные тренды в индустрии гостеприимства.

— Насколько важны платежные тренды в развитии гостиничного бизнеса?

— Туристический и гостиничный бизнес, в том числе платежные тренды стремятся оправдать ожидания путешественников. Им важна высокая скорость, простота оплат. В результате компании индустрии гостеприимства стремятся предоставить своим клиентам удобные современные инструменты. По моему мнению, это важный аспект в системе продаж любого объекта гостеприимства. А значит и роста доходности.

— *Сегодня многие авиакомпании, аэропорты во многих странах используют роботов, биометрию – что скажете об этом тренде?*

— Многие помнят недавние интересные данные о том, около 20 млн работающих россиян (примерно 45,5% от общего количества) могут быть заменены роботами к 2030 году. Каждый второй уже завтра-послезавтра потеряет работу из-за автоматизации.

На мой взгляд, технологии в роботостроении пока не так совершенны, чтобы заменить людей роботами. К примеру, в одном из отелей в Японии задействованы роботы, но они являются развлечением – не более. Не говоря уже о замене персонала роботами. По сути, робот в индустрии гостеприимства пока что прототип Siri и других голосовых помощников. В него загружают перечень популярных вопросов и ответов. Путешественникам интересно взаимодействовать с роботами, но не на постоянной основе – в отелях это пока так. Что касается биометрии – это интересная история. Распознавание лиц, пропуск в номер «по лицу» без карточек и ключей – такая практика уже применяется.

— *Какие тренды станут популярными в 2020 году, а какие уйдут в прошлое?*

— Говоря о трендах и новинках важно помнить, что путешественники ценят инновации, но в конечном итоге всегда выбирают «живой» сервис – то есть взаимодействие с людьми. Вежливость, внимание, дружелюбие человека не

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

заменится роботом. Компаниям в индустрии гостеприимства важно об этом помнить. Гибкое реагирование здесь приветствуется – это особенно касается оплаты услуг и бронирования номеров. Гиперперсонализация будет определять развитие туриндустрии ещё ни один год.

— *Поговорим о коммуникациях с гостем. Что скажете про чат-ботов, которым можно заказать еду, напитки и пр.?*

— Отличная практика, когда часть работ можно делегировать чат-ботам. Всё, что оптимизирует работу отеля и нравится гостям, может быть использовано. Мы даже не предполагаем, что ожидает индустрию через 20-30-50 лет. Но уже сейчас в нише гостеприимства достаточно высокий уровень автоматизации и новых технологий.

— *Какие перемены в гостиничном и туристическом бизнесе за последние годы, на ваш взгляд, имеют большое значение для отрасли?*

— Бронирования с мобильных устройств – их стало намного больше. Многим компаниям важно адаптировать сайт под мобильный интерфейс. Если «картинка» сайта плохо выглядит на мобильном телефоне, то часть аудитории сразу отсеется.

— *Что наиболее популярно сейчас в России – есть локальные тренды?*

— Новые форматы пробуют себя. К примеру, в банковской сфере. Клиент получает несколько услуг в одном из банков – страхование, трансфер в аэропорт, проход в бизнес-зал и другие. Такие форматы – дань потребностям современных клиентов. Аналогично и отель должен предлагать гостю сервис тут и сразу, изучая, что удобно путешественнику.

В России сейчас активно работают над развитием внутреннего туризма, но планов еще слишком много: строительство инфраструктуры, улучшение сервиса. До сих пор поездка в некоторые регионы россиянам обходится дороже, чем похожая поездка за границу. Также особое внимание государство уделяет развитию санаторного сектора, пытаясь привлечь и более молодую аудиторию к такому виду отдыха. У нас огромная страна и большие возможности для развития внутреннего туризма. Думаю, что тут ещё очень много работы. Параллельно с этим нужно заниматься и формированием бренда страны для иностранных туристов. Тут пока работа даже и не начиналась.

<https://welcometimes.ru/opinions/platzhnye-tendencii-v-gostinichnom-biznese>

**Принцип «куста»: как продать больше номеров, чем есть у вас в отеле?**

Управляющая компания «Русский дом» разработала и внедрила новый подход к организации продаж номерного фонда отелей – так называемый, «кустовой» принцип, который позволяет отелям кратно увеличивать выручку и решать вопросы кластерного территориального развития. О механике работы данного подхода и его выгодах для собственников рассказал Дмитрий Федоров, генеральный директор УК «Русский дом».

Компаниям, работающим на рынке гостиничных услуг известно, что традиционно пик загрузки курортного отеля приходится на период с июля по август, а в межсезонье происходит спад спроса. Взяв в управление на тот момент убыточный сочинский пансионат «Мосэнерго» и преобразовав его в сра-отель «Дивный» к 2019 году мы добились, что пиковый спрос и высокая загрузка у нас наблюдаются шесть месяцев в году, тогда как еще в 2018 году таких месяцев было четыре.

*Текущая среднегодовая загрузка отеля – 65-68%, в пиковые месяцы – 95-98%. Как нам это удалось?*

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

Именно решая задачи, которые были поставлены перед нами собственниками сра-отеля, мы впервые разработали и внедрили так называемый «кустовой» принцип организации продаж.

В отельном бизнесе есть два основных подхода: либо ты экономишь до минимума, либо зарабатываешь до максимума. У компании, которая управляла «Дивным» до УК «Русский дом», была стратегия экономии: отель работал 3-4 месяца в году, на зиму объект ставился на консервацию, персонал распускался, при этом ни копейки не вкладывалось в номерной фонд, стремительно ветшающий в условиях влажных субтропиков. Таким образом в год управляющая команда зарабатывала 60-70 млн максимум, идя по пути наименьшего сопротивления.

Взяв в управление сра-отель «Дивный», мы также изначально отработывали стратегию экономии, но скоро поняли, что таким образом мы не сможем вывести отель на безубыточность, и решили изменить подход. Это позволило уже в 2017 году, на второй год управления объектом, в два раза увеличить выручку, выполнив план по прибыли на 250%. К настоящему моменту, за четыре года работы с отелем, мы увеличили годовую выручку уже в шесть раз.

Мы изменили подход к формированию турпотока: учитывая особенности объекта и его санаторную специализацию, сделали ставку на корпоративного клиента, причем начали работать не с юристами, а с сотрудниками организаций персонально. Такой подход обеспечил потенциал практически бесконечного роста турпотока, и возникла необходимость решать уже другую проблему – где взять номерной фонд, чтобы удовлетворить весь возникающий спрос?

И тогда мы нашли способ настроить продажи таким образом, чтобы преодолеть «потолок» загрузки, обусловленный ограниченностью доступного номерного фонда. Мы договорились с отелями, которые расположены поблизости, нашими силами загружать их номерной фонд.

Технически это происходит так: гость приезжает к нам в «Русский дом Дивный», где проходит регистрацию на нашем ресепшене, и отсюда мы перенаправляем его на заселение, например, в «Турмалин». При этом гость питается у нас, пользуется всеми нашими сервисами, инфраструктурой, пляжем, получает санаторные услуги, и, оформив закрывающие документы, уезжает довольным. По сути, мы формируем туристическое агентство, которое создает воронку продаж, и получает клиентов больше, чем может принять наш отель, и тогда гости распределяются по соседним объектам.

Конечно же, «кустовой» подход к организации продаж требует максимально эффективной работы коммерческой службы компании. У нас, безусловно, очень сильная команда менеджеров по продажам, сотрудников в которую мы подбираем с особой тщательностью. Наши менеджеры умеют услышать, почувствовать клиента, дать ему, что он хочет, свести одну услугу с другой, подобрать нужный пакет. Именно через сильную команду – это, в первую очередь, продавцы, маркетологи, операционисты – мы способны создавать поток гостей и этот поток перераспределять.

При этом мы освобождаем партнерские отели от необходимости иметь свой отдел продаж и продвижения, ресепшн им также нужен минимальный, что снижает нагрузку на бюджет и упрощает менеджменту управление.

Такой подход позволил нам фактически без капитальных вложений получить в свое распоряжение дополнительный номерной фонд: если в самом «Дивном» 95 номеров, то загрузка соседних партнерских отелей дает дополнительно еще 180 единиц номерного фонда. Получается, что у нас уже 275 номеров в управлении – и мы можем влиять на продажи, на услуги, на сервис.

Если мы отправляем на соседние объекты наших клиентов, мы должны быть уверены, что им понравится размещение и обслуживание. Поэтому мы обязательно

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

постоянно работаем с партнерами, просим их подтянуть те или иные сервисы. А можем и часть операционной работы взять на себя, если видим, что коллектив не готов обеспечивать нужный уровень услуг. Например, в прошлом году в одном из отелей работали наши горничные и супервайзеры.

Агломерацию дружественных отелей, расположенных в одной локации, продажами которых управляет команда «Русского дом», мы назвали «кустом». Такой подход изменил наши бизнес-практики и мышление. Заходя на объект, мы сразу же должны учитывать не только тот объем номеров, которым он располагает, но и номерной фонд соседей, то есть, сразу же мыслить глобально.

Когда каждый отель сам за себя, то в конкурентной логике он пытается переманить персонал, переманить группы, демпинговать цены. А если мы весь свой район продаем, как это у нас происходит в Лазаревском районе Сочи, то мы продаем уже не отдельные отели, а местность, локацию в целом.

И, влияя на продажи объектов, мы с ними способны договариваться о совместной политике, о совместном продвижении локации, о партнерстве – вместе развивать инфраструктуру, сносить заборы, сажать цветы, делать одинаковую сквозную навигацию.

Такой подход может быть основой формирования целого санаторно-курортного кластера. Мы исходим при этом из того, что, если мы загрузим весь город, то мы обязательно загрузим и себя. Ведь, говоря словами классика, индивидуальная оборона губит всех коллективно, а коллективная – защищает каждого индивидуально.

<https://welcometimes.ru/opinions/princip-kusta-kak-prodat-bolshe-nomerov-chem-est-u-vas-v-otele>