

«СТРОИМ ОТЕЛЬ»



Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 0202 2020

С 11 по 17 февраля 2020 года

1. Безопасность средств размещения

Санкт Петербург: гостиницам дали конкуренцию. МВД изменило схему работы с отелями после предупреждения УФС

Ассоциация "Безопасность туризма" предложила Правительству России пересмотреть решение, дискриминирующее малый туристический бизнес и угрожающее безопасности

Требования пожарной безопасности для зданий и сооружений сведут в один закон?

Происшествия в гостиницах, связанные с безопасностью

Из-за пожара в пансионате в Сочи эвакуировали 100 человек

В московской гостинице "Космос" произошёл пожар

В гостиничном комплексе Казани произошёл пожар

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

Тема недели: Вернемся к добровольной классификации гостиниц?

Отельеры прячутся от звезд. Классификацию просят сделать добровольной

Шаг назад? Отельеры против обязательной классификации?

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

Девелоперская компания «Vesper» продает недостроенный отель в Москве

Гостиничный комплекс построят на Ленинском проспекте

4. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Туристу упасть некуда: в России нечем восполнить нехватку хостелов. Резкое сокращение мини-гостиниц отпугивает бюджетных путешественников

Из февраля другого выхода, кроме китайского, нет...для гостиниц массового туризма С-Петербурга. А из марта?

АФК «Система» создаст сеть 4-звездочных гостиниц

5. Юридический практикум для специалистов туристского и гостиничного рынка

Калининградская область: в Светлогорске суд приостановил деятельность мини-отеля (хостела)

6. Новости гостиничного рынка за рубежом, включая страны СНГ

Booking ввел рыжие «гаечки»

Руководство 10 городов Европы призывает отрегулировать работу «Airbnb»

Стартап Habitas планирует строить гостиницы для миллениалов

Пекин при коронавирусе: пробок нет, из пяти тысяч отелей работают лишь триста

7. Интересное для отельеров

Типичные ошибки: почему сайты российских отелей отпугивают клиентов?

Как база отдыха отказалась от бумажной шахматки и увеличила онлайн-продажи

Автоматизация небольших отелей: тренды, мифы и страхи

Как открыть гостиницу с нуля? Пошаговая инструкция. Ликбез

Почем звезды отелей. На что можно рассчитывать в отелях разных категорий

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

Санкт Петербург: гостиницам дали конкуренцию. МВД изменило схему работы с отелями после предупреждения УФАС

Главное управление МВД России по Санкт-Петербургу и Ленинградской области исполнило предупреждение, выданное петербургским Управлением Федеральной антимонопольной службы (УФАС) по поводу передачи данных о мигрантах.

Как сообщила 17 февраля пресс-служба ведомства, правоохранные органы разработали для гостиниц методические рекомендации, схему информационного обмена и подготовили типовое соглашение о взаимодействии. Это означает, что отныне сведения об иностранных постояльцах можно передавать с помощью разных программных продуктов.

По закону, петербургские гостиницы обязаны передавать информацию о мигрантах в ГУ МВД по СПб и ЛО. Но ранее данные передавались только посредством программного обеспечения, принадлежащего ООО «Федеральный гостиничный сервис» («ФГС»).

Организациям, работающим с другой программой, ведомство отказывало в заключении соглашения о взаимодействии. В УФАС увидели в этом признак нарушения антимонопольного законодательства.

Справка:

ООО «Федеральный гостиничный сервис» («ФГС»), созданная в 2012 году, - осколок бизнес-империи Дмитрия Михальченко. Сейчас по 45% компании принадлежат Никите Мурову и Наталье Негодовой. Владельцем еще 10% является ООО «Бронка групп» (50% принадлежит ООО «Форум» Капитал Людмилы Муровой и Николая Негодова). Летом 2017 года «Новая газета» называла Никиту Мурова внуком Евгения Мурова, возглавлявшего ФСО в 2000–2016 годах. Ранее «Деловой Петербург» сообщал, что Наталья Негодова — дочь генерала ФСБ в отставке Николая Негодова.

<https://www.fontanka.ru/2020/02/17/038/>

Ассоциация "Безопасность туризма" предложила Правительству России пересмотреть решение, дискриминирующее малый туристический бизнес и угрожающее безопасности

«Мораторий» на реализацию требований к антитеррористической защищенности объектов 1 и 2 категорий опасности создает дискриминационные условия по отношению к субъектам малого и микробизнеса на территориях Республики Крым и г. Севастополя

Ассоциация "Безопасность туризма" предложила Правительству России пересмотреть решение, дискриминирующее малый туристический бизнес и угрожающее безопасности

Мы ранее сообщали, что Правительством Российской Федерации (Постановление от 03.02.2020 № 75 “Об антитеррористической защищенности объектов (территорий), расположенных на территориях Республики Крым и г. Севастополя”) установлен срок завершения мероприятий по обеспечению антитеррористической защищенности объектов (территорий) 1 и 2 категорий опасности, расположенных на территориях Республики Крым и г. Севастополя до 31 декабря 2022 г.

В адрес Ассоциации «Безопасность туризма» (далее – Ассоциация) поступили вопросы от представителей бизнеса об обоснованности принятого Правительством

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

Фокус – Москва и столичный регион

Российской Федерации решения, освобождающего от исполнения мероприятий по антитеррористической защите и, соответственно, от затрат на эти цели, отдельные категории объектов.

Суть вопроса.

К объектам первой и второй категорий опасности относятся, в частности наиболее крупные гостиницы вместимостью более 200 и 1000 человек, соответственно. Такой подход создает дискриминационные условия по отношению к объектам третьей и четвертой категории опасности (а это, как правило, субъекты малого и микробизнеса), так как владельцы и руководители которых вынуждены несмотря на более низкую категорию опасности исполнять в полном объеме и в установленные ранее сроки требования к антитеррористической защищенности неся при этом соответствующую финансовую нагрузку. Это порождает предпосылки, ограничивающие конкуренцию и ухудшает деловой и инвестиционный климат.

По мнению Ассоциации, данное решение Правительства РФ ухудшает туристскую привлекательность субъектов РФ и повышает угрозу совершения террористических актов на освобождённых от необходимости реализации мер по антитеррористической защите объектов первой и второй категорий опасности. Так как это наиболее опасные и привлекательные для совершения терактов крупные объекты с массовым пребыванием людей и с высокими показателями прогнозируемых потерь.

В этой связи Ассоциация обратилась в Правительство РФ с просьбой провести дополнительную правовую экспертизу и при необходимости отменить постановление Правительства Российской Федерации от 03.02.2020 № 75 «Об антитеррористической защищенности объектов (территорий), расположенных на территориях Республики Крым и г. Севастополя», либо внести в него необходимые изменения и дополнения, исключающие ограничение конкуренции и дискриминационные условия по отношению к объектам и территориям малого бизнеса (третьей и четвертой категории опасности), а также обеспечивающие необходимый уровень антитеррористической защищенности и туристской привлекательности.

О результатах рассмотрения данного вопроса проинформируем на страницах портала и отраслевого журнала "Безопасность индустрии туризма".

Вопросы обеспечения безопасности и антитеррористической защищенности объектов туристской инфраструктуры и территорий, соответствующие требования законодательства, станут предметом обсуждения участниками 4-х специальных отраслевых конференций в рамках деловой программы Международного форума "Безопасность туризма", который состоится в Москве 22 мая 2020 года.

https://www.tourismsafety.ru/news_one_3462.html?spush=c3Ryb2ltLWhvdGVsMjAwOUB5YW5kZXgucnU=

Требования пожарной безопасности для зданий и сооружений сведут в один закон?

Минстрой России планирует подготовить изменения в Технический регламент о безопасности зданий и сооружений до 1 марта. Об этом сообщают СМИ.

Все требования пожарной безопасности зданий и сооружений планируется закрепить только в одном документе - Техническом регламенте о пожарной безопасности. Об этом ТАСС сообщил источник в органах строительного надзора.

Сейчас пожарная безопасность зданий регламентируется федеральным законом № 123 "Технический регламент о требованиях пожарной безопасности" и

федеральным законом № 384 "Технический регламент о безопасности зданий и сооружений".

"Для устранения противоречий и дублирования требований, установленных двумя федеральными законами, Министерство строительства до 1 марта планирует подготовить изменения в Технический регламент о безопасности зданий и сооружений, которые предусматривают, что требования пожарной безопасности зданий регламентируются исключительно 123-м федеральным законом", - сказал собеседник агентства.

Таким образом, все требования пожарной безопасности к зданиям и сооружениям будут закреплены в одном федеральном законе.

Кроме того, будет упрощена процедура согласования специальных технических условий (СТУ) по пожарной безопасности. Сейчас согласование СТУ для проектной документации на объекты капитального строительства ведется сразу двумя ведомствами - Минстроем и МЧС. Необходимость согласовывать специальные технические условия с Минстроем будет исключена, эта функция останется только у МЧС России.

После пожара в торгово-развлекательном центре "Зимняя вишня" в Кемерове масштабные проверки показали, что недостатки противопожарной защиты объектов часто обусловлены разобщенной системой государственного контроля за обеспечением пожарной безопасности при проектировании, строительстве и вводе зданий в эксплуатацию. Анализ свыше 11 тыс. объектов, принятых в эксплуатацию с 2007 года, когда МЧС лишилось функций надзора в строительстве, показал, что в 80% случаев имеются нарушения строительного характера в области пожарной безопасности. Их можно устранить либо при реконструкции объекта, либо при его капитальном ремонте.

https://www.tourismsafety.ru/news_one_3459.html?fbclid=IwAR3TwI24JeI6rLicDIZYrjixgfg77VOjCpt_69rTZXXHAeVypRChDD2M-h4

Происшествия в гостиницах, связанные с безопасностью

Из-за пожара в пансионате в Сочи эвакуировали 100 человек

СОЧИ, КРАСНОДАРСКИЙ КРАЙ, 15 февраля 2020, 11:43 — REGNUM Сто человек были эвакуированы спасателями из пансионата в Адлерском районе Сочи. Об этом 15 февраля сообщает пресс-служба ГУ МЧС России по Краснодарскому краю.

Информация о возгорании поступила в региональное ведомство в 05:24 мск. Пожар произошёл в пансионате «Бургас», расположенном на улице Ленина.

Площадь возгорания составила пять кв. метров, горели личные вещи отдыхающих. Было эвакуировано из соображений безопасности 100 человек. Пожар был полностью ликвидирован в 05:39 мск. Пострадавших в результате пожара нет.

К тушению пожара привлекались четыре единицы техники и десять человек личного состава. Причины возникновения пожара устанавливаются.

<https://regnum.ru/news/accidents/2859539.html>

В московской гостинице "Космос" произошёл пожар

МОСКВА, 14 фев - РИА Новости. Пожар произошел на последнем этаже гостиницы "Космос" в Москве, пострадавших нет, сообщает столичный главк МЧС РФ.

Согласно данным спасателей, сообщение о возгорании в доме 150 на проспекте Мира поступило в 1.44 в пятницу. Отмечается, что пожар произошел в столовой на 25-м этаже на площади четыре квадратных метра.

"Принятыми мерами в 2.08 пожар был ликвидирован", - говорится в сообщении.

По информации спасательного ведомства, пострадавших нет, эвакуация не проводилась. В 2018 году в "Космосе" уже случался пожар. Тогда возгорание произошло на 15-м этаже, было эвакуировано более 230 человек.

<https://ria.ru/20200214/1564683782.html>

В гостиничном комплексе Казани произошел пожар

К приезду спасателей густой дым уже валил из окон десятого этажа. На место выехали сразу несколько бригад медиков «скорой помощи».

Основная часть здания гостиницы в результате пожара не пострадала. Дело в том, что возгорание произошло в соседнем подъезде, который, по предварительным данным, также относится к гостиничному комплексу. В этом блоке люди снимают квартиры на длительный срок.

Владельцы квартиры, в которой произошло возгорание, слишком поздно заметили неладное. Супруги, схватив ребенка, выбежали на улицу. Следом также самостоятельно эвакуировались остальные жильцы подъезда.

Площадь пожара составила порядка 4 квадратных метров. В результате происшествия никто из людей не пострадал. Причину пожара предстоит установить дознавателям.

<http://tatarstan24.tv/news/incident/v-gostinichnom-komplekse-kazani-proizoshel-pozhar>

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

Тема недели: Вернемся к добровольной классификации гостиниц?

Отельеры прячутся от звезд. Классификацию просят сделать добровольной

Газета "Коммерсантъ" №27 от 14.02.2020, стр. 7

Из-за жестких технических требований процесс классификации гостиниц стал тяжелым для бизнеса. Через «Опору России» отельеры предложили Минэкономике вернуться к практике добровольного получения «звезд». Но эксперты считают, что бизнесу удастся добиться лишь снижения числа критериев оценки и установления госнадзора за присвоением категорий.

«Опора России» предложила отказаться от системы обязательной классификации гостиниц, заменив ее добровольной. Об этом говорится в письме на имя главы Минэкономике Максима Решетникова. Копия обращения есть у «Ъ». Организация также предлагает минимизировать обязательные требования к техническому оснащению, упростить саму систему и продлить срок действия свидетельств о прохождении классификации с трех до пяти лет.

Процесс становится непомерной нагрузкой для бизнеса и не учитывает экономику объектов гостиничной индустрии, указывают в «Опоре России».

В Минэкономике сообщили «Ъ», что нормативные правовые акты, устанавливающие требования к классификации гостиниц, сейчас проходят обсуждение в рамках «регуляторной гильотины». Предложения «Опоры России» могут быть рассмотрены профильной рабочей группой, добавили в министерстве.

Обязательная классификация отелей в России вводится постепенно. Перед зимней Олимпиадой 2014 года ее должны были пройти все гостиницы в Сочи, позже требование распространилось на все города, принимавшие чемпионат мира по футболу летом 2018 года. С 1 июля 2019 года классификация стала обязательной для средств размещения с фондом более 50 номеров, с января к ним добавились отели от 15 номеров. Стать обязательной для всех гостиниц классификация должна с 2021 года. Всего предусмотрено шесть категорий: «пять звезд», «четыре звезды», «три звезды», «две звезды», «одна звезда» и «без звезд».

В «Опоре России» отмечают, что существующее положение о классификации гостиниц перегружено техническими требованиями, которые относятся к площадям помещений, общественных зон и оборудованию.

Они бывают сложновыполнимыми для объектов, построенных до внедрения классификации. При этом, указывают в организации, в европейских странах в классификации доминируют требования к качеству гостиничных услуг. В «Опоре России» добавляют, что со сложностями сталкиваются в основном малые средства размещения, тогда как крупный бизнес, напротив, как правило, заинтересован в классификации объектов.

Президент Ассоциации отельеров Татарстана Гульнара Сафина говорит, что некоторые отели не могут получить «пять звезд» из-за того, что в них нет бассейна. «Категория "четыре звезды" при этом их может не устраивать. Традиционно в регионе такие средства размещения стоят в среднем 4–6 тыс. руб. за стандартный номер в сутки, в то время как стоимость "пятерок" устанавливается в коридоре 8–12 тыс. руб.», — поясняет она. В числе избыточных требований для гостиниц уровня «четыре звезды» госпожа Сафина выделяет, например, наличие швейцара, который открывает двери.

Руководитель направления гостиничного бизнеса JLL Яна Уханова отмечает, что в российской практике не встречала случаев, когда люксовый объект не мог

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

Фокус – Москва и столичный регион

получить необходимую звездность из-за слишком высоких требований. «Список разрабатывался профессиональным сообществом совместно в течение целого года, поэтому требования вполне соответствуют реалиям российского бизнеса и не оказывают негативного влияния на гостиницы от 70 номеров и более»,— уверена она.

Учредитель юридического агентства «Персона Грата» Георгий Мохов считает возврат к системе добровольной классификации нецелесообразным. «Мы очень долго шли к внедрению единой обязательной системы, этот процесс поддерживали и региональные власти. Гости должны понимать, что отели "четыре звезды" в Челябинске и Краснодаре будут соответствовать друг другу»,— поясняет он. Сам процесс классификации, по словам эксперта, при этом недорог: для крупных объектов — 100–150 тыс. руб., для небольших — 10–15 тыс. руб.

Господин Мохов уверен, что отказ от обязательной классификации в РФ может привести к негативным последствиям для отрасли. «В России собственники небольших объектов уверены, что если они купили бархатные кресла и искусственные шкуры, у них дорогой пятизвездный отель. А гости приезжают и находят клопов»,— подчеркивает он. Необходимой мерой Георгий Мохов считает внедрение механизмов государственного надзора. По его словам, сейчас отельеры нередко договариваются с аккредитованными организациями о получении завышенной категории. Но этот вопрос, уточняет господин Мохов, как и снижение требований к отелям при их классификации, уже прорабатывается в рамках профильного экспертного совета в Минэкономике.

Александра Мерцалова

<https://www.kommersant.ru/doc/4252662?fbclid=IwAR32KoZh2zfcmxDVtjLeujvPeLCmvhlKcyXChAOvLVxjSTebCgqUYfcIxG4>

Шаг назад? Отельеры против обязательной классификации?

Из-за «жестких технических требований» процесс классификации гостиниц стал «тяжелым для бизнеса». Через «Опору России» отельеры предложили Минэкономике вернуться к практике добровольного получения «звезд».

Предприниматели ходатайствуют об упрощении требований к оснащению отелей, и просят пролонгировать срок действия классификационного сертификата до 5 лет вместо нынешних 3. Нынешняя система классификации является слишком дорогостоящей, отмечается в обращении.

В профильном министерстве допускают, что требования к классификации отелей могут быть пересмотрены в процессе запуска «регуляторной гильотины», однако предметно послабления пока не анонсируют.

Авторы обращения отмечают, что нынешним требованиям не соответствует большинство отелей, которые были возведены ранее, чем утверждена классификация. При этом в России акцент сделан не на качестве отельных услуг, как в западных государствах, а на технических требованиях. Труднее всего пройти сертификацию малым отелям, говорится в письме. Президент Ассоциации отельеров Татарстана Гульнара Сафина подтверждает, гостиницы не могут претендовать на «5 звезд» из-за отсутствия бассейна, и, как следствие, не могут повысить стоимость номеров. Если пятизвездочные отели тарифицируют номера по 8-12 тыс. рублей за ночь, то четырехзвездочные — только по 4-6 тыс. рублей. В свою очередь, для гостиниц категории «4 звезды» избыточной является норма о наличии швейцара, говорит Сафина. В то же время, глава направления гостиничного бизнеса «JLL» Яна Уханова уверяет, что не осведомлена о прецедентах, когда отель категории люкс получил меньше звезд, нежели рассчитывал.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Еще совсем недавно значительная часть экспертов отельного бизнеса высказывалась о том, сколько неприятностей им доставляет недобросовестная конкуренция, когда без всяких последствий всякий желающий мог хоть на "избушке" разместить пять звёзд.

Но представляется, что в этой всей истории все забывают еще об одной ключевой стороне данной сферы услуг - о Его Величестве ПОТРЕБИТЕЛЕ!!! В первую очередь звёзды нужны ему! Они для потребителей (потенциальных постояльцев гостиниц) как ориентир в оценке уровня сервиса, комфорта и безопасности!

А так, если вспомнить что было при добровольной классификации? Ввод потребителей в заблуждение и недобросовестная конкуренция!

СЕЙЧАС ПРЕДЛАГАЮТ ВЕРНУТЬСЯ К ЭТОМУ?

А ведь есть еще и закон о защите прав потребителей, его статьи 7 и 10.

Напомним, по закону «О защите прав потребителей» (ст. 7) потребитель имеет право на то, чтобы оказываемая ему услуга была безопасна для жизни, здоровья, имущества и окружающей среды. А ст. 10 обязывает своевременно предоставлять потребителю необходимую и достоверную информацию о товарах (работах, услугах), обеспечивающую возможность их правильного выбора.

А КАКАЯ ЕСТЬ АЛЬТЕРНАТИВА КЛАССИФИКАЦИИ?

Если отменить обязательность, то тогда надо запрещать вольность в использовании и самостоятельном установлении звездности владельцами средств размещения. Надо также ориентироваться на мнения не просто средненьких отельеров, а на мнения лидеров с мировым именем. Они ведь при всех наших российских классификациях, сертификациях и контролях жесточайшим образом исполняют свои корпоративные стандарты по качеству и безопасности. Почему? Ну не потому же им деньги девать некуда. А, наверное, потому, что они чётко понимают, что такое цивилизованный рынок гостиничных услуг!

ЧТО ДЕЛАТЬ?

Можно и нужно совершенствовать систему классификации гостиниц, улучшать прозрачность и качество работы аккредитованных организаций, исключать одиозные и избыточные требования.... Но отменять её или заменить на добровольную... По меньшей мере недальновидно.

А еще Классификация - один из инструментов легализации деятельности тысяч и тысяч средств размещения! И это тоже не нужно забывать, в том числе и, прежде всего, тем, кто хотя и против обязательной классификации, но максимально вписываются в действующее правовое поле.

https://www.tourismsafety.ru/news_one_3478.html?spush=c3Ryb2ltLWhvdGVsMjAwOUB5YW5kZXgucnU=

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

Девелоперская компания «Vesper» продает недостроенный отель в Москве

Отметим, что компания «Vesper» специализируется на строительстве элитного жилья. О планах продажи недостроенной гостиницы категории 5 звезд, которая расположена недалеко от станции метро «Маяковская» в центре столицы сообщило издание «Коммерсантъ», ссылаясь на осведомленные источники на рынке недвижимости. Сообщается, что среди потенциальных покупателей находятся Российский фонд прямых инвестиций, а также сингапурские инвесторы.

«Vesper Fairmont Residences» занимает 2 здания, которые находятся на 1-й Тверской-Ямской улице. Компания приобрела их в 2017 году. Срок сдачи объекта намечен на 2 квартал 2020 года. Известно, что еще в 2017 году компания «Vesper» заключила договор управления отелем и апартаментами с гостиничным оператором «AccorHotels». Объекты будут работать под брендом «Fairmont». Номерной фонд отеля категории 5 звезд будет насчитывать 167 номеров различного уровня комфортности. В этом же комплексе будут расположены 42 апартамента.

Эксперты рынка отмечают, что гостиницы очень редко продаются до момента их открытия. Тем не менее, гостиничный рынок Москвы растет. Недавно специалисты компании «JLL» подвели итоги 2019 года на этом рынке. Согласно опубликованной информации брендовые гостиницы столицы показали среднюю заполняемость на уровне 78%. По сравнению с 2018 годом загрузка выросла на 2%. Также отметим, что гостиницы класса «люкс» в Москве не открывались с 2014 года. В то же самое время, туристический поток в российскую столицу значительно увеличился.

<https://hotelier.pro/news/item/developerskaya-kompaniya-vesper-prodaet-nedostroennyy-otel-v-moskve/>

Гостиничный комплекс построят на Ленинском проспекте

Москомархитектура согласовала проект гостиничного комплекса на Ленинском проспекте. По словам главного архитектора Москвы Сергея Кузнецова, здание будет выделяться контрастным и геометричным фасадом.

Фронтальные фасады формируют нависающую структуру на каждом из этажей. Их планируют облицевать панелями из натурального камня таким образом, чтобы цвет менялся от темного к светлому, придавая дополнительный объем всему зданию. Первые два этажа будут практически полностью остеклены.

Гостиницу планируют построить по адресу: Ленинский проспект, вл. 90/2. Общая площадь здания составит 33 тысячи квадратных метров. В комплексе для комфортного проживания постояльцев предусмотрены фитнес-центр со спа-зоной, трансформируемые банкетные и конференц-залы, лобби-бар. Также на последнем этаже откроют ресторан авторской кухни с панорамным видом.

Управлять отелем будет Radisson Hotel Group. Компания подписала соглашение с ООО «Шервуд Премьер», дочерней компанией ПАО НОВАТЭК, которая выступает застройщиком гостиницы на Ленинском проспекте, 90/2.

<https://hoteliernews.ru/gostinichnyy-kompleks-postroyat-na-leninskom-prospekte/>

4. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Туристу упасть некуда: в России нечем восполнить нехватку хостелов. Резкое сокращение мини-гостиниц отпугивает бюджетных путешественников

Газета ИЗВЕСТИЯ/Александр Казаков

Потребуется минимум пять лет, чтобы восполнить нехватку хостелов и мини-отелей, которая образовалась после вступления в силу закона о запрете их размещения в жилых домах. Об этом «Известиям» сообщили в Общественной палате РФ. По данным проведенного там исследования, около 5% всего номерного фонда страны, который составляет порядка 1 млн мест, приходился именно на такие низкобюджетные предложения. Резкое сокращение дешевого сегмента гостиничного бизнеса вынуждает часть туристов отказываться от поездок или выбирать другие страны. Бывшие хостелеры уходят с рынка и сдают квартиры внаем. Количество хостелов, выставленных на продажу, за год выросло на 19%, при этом цена такого бизнеса упала на 13%.

Пять лет — не предел

С марта 2017 года по март 2019 года число хостелов в 16 российских мегаполисах возросло на 23% — до 1,78 тыс., сообщила «Известиям» глава комиссии Общественной палаты РФ Елена Сутормина по итогам отраслевого мониторинга. Но запрет размещения гостиниц в жилых помещениях, вступивший в силу 1 октября 2019 года, способствовал росту числа владельцев мини-гостиниц, желающих продать бизнес, отметила она. По данным сервиса «Авито Недвижимость», за год количество выставленных на продажу хостелов в России выросло на 19%, а средняя стоимость объекта упала на 13%.

— Хостел как готовый бизнес продается по цене от 90 тыс. до 34,5 млн рублей. Средняя сумма сделки по стране в период с января по сентябрь 2019 года составляла 1,39 млн рублей — это на 40% ниже по сравнению с аналогичным периодом 2018 года, — отметила Елена Сутормина.

По данным исследования Общественной палаты, около 5% от всего номерного фонда страны, который составляет порядка 1 млн мест, приходился на хостелы, попавшие под новый закон. Потребуется примерно пять лет, чтобы восполнить их нехватку.

Это слишком радужный прогноз, считает президент Федерации рестораторов и отельеров России, декан факультета гостиничного и ресторанного бизнеса РАНХиГС Игорь Бухаров.

— Многие бывшие владельцы хостелов больше не хотят связываться с этим бизнесом, — подчеркнул он в беседе с «Известиями». — Они или сдают квартиры, бывшие хостелами, или пользуются ими сами. Перевести жилое помещение в нежилой фонд почти невозможно, а построить даже небольшую гостиницу крайне сложно.

Чересчур оптимистичными счел расчеты Общественной палаты и член экспертного совета по туризму при комитете Совета Федерации по социальной политике, вице-президент Российского союза туриндустрии Юрий Барзыкин.

— Я сегодня не вижу никакой тенденции к восполнению этой ниши низкобюджетных объектов размещения. За счет чего ее восполнять? — задался он вопросом. — В результате это отражается и на отрасли в целом: туристы, планирующие бюджетный отдых, или отказываются от поездок, или выбирают страны, где есть дешевое жилье.

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

Фокус – Москва и столичный регион

В бюро или в тень

Согласно мониторингу Общественной палаты, ситуация в регионах развивается по-разному. За последние три месяца в Санкт-Петербурге закрылось почти 400 мини-гостиниц. Сейчас, по данным городского комитета по развитию туризма, Северная столица предлагает под хостелы всего 17 объектов. Число же туристов, посетивших Петербург в 2019 году, возросло почти на 27% по сравнению с позапрошлым годом и превысило 10 млн человек.

Полуостров Крым и Краснодарский край, одни из самых популярных внутренних направлений, часто предлагают туристам гостевые дома. Они составляют порядка 50% номерного фонда этих регионов. Сейчас же, подчеркнула Елена Сутормина, готовятся новые поправки в закон «Об основах туристской деятельности» и в Жилищный кодекс. Согласно им, любые средства размещения (хостелы, гостевые дома, сдаваемые в краткосрочный наем и т.д.) не могут располагаться в жилых помещениях, а также на земельных участках, отведенных под индивидуальное жилищное строительство (ИЖС). Если поправки примут, работу могут потерять порядка 20 тыс. жителей региона. А бюджет Крыма недополучит около 400 млн рублей.

На конец 2019 года в Екатеринбурге работало 67 хостелов, в начале года их было 78. Здесь ситуация далеко не критичная, и, скорее всего, нехватка мини-отелей в городе восполнится быстро.

Москва стала единственным городом-миллионником, где хостелов, наоборот, стало больше. С октября по ноябрь 2019 года их количество выросло с 755 до 804, а в многоквартирных домах — с 312 до 326.

— Положительная динамика в столице может объясняться тем, что в Москве по сравнению с другими городами больше предложений по недвижимости в нежилом фонде, где можно открыть хостел, — объяснила Елена Сутормина.

Некоторые хостелы в столице переформатировались в «квартирные бюро» — организации, сдающие квартиры в аренду посуточно или на более длительный срок. В Москве число подобных квартирных бюро, по информации 2ГИС, за месяц также увеличилось: с 56 до 76. В других городах-миллионниках их, как и хостелов, стало меньше: например, в Петербурге в октябре прошлого года было 184 квартирных бюро, но уже к ноябрю осталось только 128.

Многие владельцы хостелов в жилых домах стали сдавать их как квартиры посуточно. В Москве таких примерно 10 тыс. адресов.

Из-за приближающегося чемпионата Европы по футболу – 2020, который в том числе пройдет и в России, велик риск всплеска мошенничества, отмечают эксперты. Иностранцы в поисках делового жилья рискуют быть обманутыми или положить деньги в карман бизнесмена, «ушедшего в тень».

<https://iz.ru/975879/iaroslava-kostenko/turistu-upast-nekuda-v-rossii-nechem-vospolnit-nekhvatku-khostelov?destination=node/975879>

Из февраля другого выхода, кроме китайского, нет...для гостиниц массового туризма С-Петербурга. А из марта?

Таки отели города, как Park Inn Pribaltiyskaya, Park Inn Pulkovskaya, Azimut, «Карелия», «Охтинская», «Полюстрово», «Москва», «Санкт-Петербург» плотно работали с тургруппами из Китая. Но «Уханьский вирус» практически в одночасье обрушил до 80% их бизнеса в феврале. Под вопрос поставлена загрузка отелей и в марте.

Конструктивно крупные отели С-Петербурга «заточены» на прием именно групп, причем групп, едущих back to back, одна за одной. Разразившийся

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

Фокус – Москва и столичный регион

«китайский кризис» обнажил сильную уязвимость крупных отелей в низкий сезон - брешь от «уханьского вируса» не заткнуть никем.

Даже если крайне мобилизовать отделы продаж и маркетинга, бросить их искать альтернативных клиентов ... ничего не выйдет. Не из-за того, что цейтнот по времени, а просто потому, что нет других туристов для С-Петербурга в это время года. Темно, холодно. Даже аргумент о том, что почти нет очередей в Эрмитаж и Янтарную комнату в Екатерининском дворце слабо работают.

В феврале есть только китайцы. Мог бы помочь городу режим бесплатной электронной визы, но под нее нет достаточного числа рейсов в «Пулково» (до сих пор не решен вопрос с прямым рейсом из С-Петербурга в Японию, продолжает снимать на зиму свои рейсы из города Korean Air и т.д.). В результате, е-визой, в первые месяцы ее применения пользуются главным образом эстонцы и латыши – как в силу географической близости к С-Петербургу, так и возможности путешествовать в город на автобусах или личных автомобилях.

Группы из Эстонии, Финляндии (не говоря уж про Польшу и другие восточно-европейские страны) стали «преданиями седой старины». Сейчас массовые отели С-Петербурга возвращаются на неприятные «курортные качели», когда заработать надо успеть за 5-6 месяцев, пока длится высокий сезон Белых ночей, а потом держаться до следующего сезона.

Что же делать сейчас отельерам, плотно «погруженным» в китайскую тему?

Стало известно, что вскоре авиакомпании из Китая Hainan Airlines и China Southern Airlines собираются уволить 80-100 пилотов из России. Вывод из массового увольнения пилотов авиакомпаниями КНР можно сделать такой, что крупные игроки в КНР полагают, что нынешний кризис продлится дольше, чем 1-2 месяца. Т.е. он затронет и март, и апрель, как минимум.

Ну, скажем, апрель уже не так сильно напрягает отельеров – в апреле начинается лихорадка Белых ночей, а там уже различные форумы, одним словом разгар высокого сезона. А вот март ... март, похоже, тоже придется «слить» как и февраль (концовку месяца, впрочем, украсят детские каникулы).

Пожалуй, отельерам сейчас остается только два «вектора» действий. Первый-это оптимизация затрат. «Резать косты» - от этого никуда не деться. Логично предположить, что снижение загрузки номерного фонда влечет за собой снижение потребностей в хаускипинге (горничных), средств уборки (клининге). Но – тут есть тонкий момент. Если с апреля начнется всплеск высокого сезона, то активно «резать косты» достаточно в феврале – марте (в отличие от китайских авиакомпаний, которым оптимизировать расходы придется несколько месяцев и Белые ночи им не в помощь). Тут важно не переборщить – сохранить качественный персонал и не поломать отработанные внутренние технологии.

Второй вектор действий отельеров – тоже очевидный: повысить cash flow с других точек прибыли – ресторанов, баров, конференц-залов. Нужны ивенты – любые. Семинары, презентации, форумы, фестивали - вплоть до организации в своем ресторане собственных фестивалей – пасты, пива и т. д. – на что можно реально привлечь публику.

Китайский турпоток был хорошей ставкой, но ... безальтернативной.

<https://hotelier.pro/news/item/iz-fevralya-drugogo-vykhoda-krome-kitayskogo-net/>

АФК «Система» создаст сеть 4-звездочных гостиниц

АФК «Система» Владимира Евтушенкова создаст сеть 4-звездочных бизнес-отелей под брендом Cosmos, управлять ими будет входящая в корпорацию Cosmos

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

Фокус – Москва и столичный регион

Hotel Group. Об этом «Ведомостям» рассказал президент последней Александр Швейн.

До конца 2022 г. АФК «Система» рассчитывает, по словам Швейна, открыть в разных городах России не менее 10 новых гостиниц на 4000 номеров общей площадью более 200 000 кв. м.

Первый отель сети, Cosmos Petrozavodsk на 103 номера, уже работает, еще два появятся в Москве (245 номеров на месте Дома связи на Новом Арбате) и в Сегеже (60 номеров) в Карелии.

Среди других городов, которые интересны компании, – Санкт-Петербург, Екатеринбург, Краснодар, Омск, Ростов-на-Дону, Ставрополь. Строительство одного такого отеля может стоить АФК «Система» не менее 1,5 млрд руб., говорит сотрудник корпорации. Представитель АФК «Система» это не комментирует.

У новой сети 4-звездочных гостиниц большие перспективы, объясняет Швейн: внутренний туризм растет, поток зарубежных туристов не снижается, а во многих крупных городах нет качественных гостиниц.

<https://www.vedomosti.ru/realty/articles/2020/02/13/823021-afk-sistema?fbclid=IwARijOcJar-wYcJScDVikQg7KamlNsOCJo5H5VzfbSGEQzzqv1e7fYAgiuxo>

5. Юридический практикум для специалистов туристского и гостиничного рынка

Калининградская область: в Светлогорске суд приостановил деятельность мини-отеля (хостела)

В Калининградской области по иску Светлогорской межрайонной прокуратуры судом приняты обеспечительные меры в виде приостановления деятельности мини-отеля (хостела) «Этаж», расположенного в городе Светлогорске.

Ранее Светлогорской межрайонной прокуратурой в рамках надзорных мероприятий выявлены нарушения требований жилищного законодательства и законодательства о пожарной безопасности в деятельности мини-отеля (хостела) «Этаж», расположенного в жилых помещениях многоквартирного жилого дома в Светлогорске.

Так, в ходе проведения проверки установлено, что в нарушение пункта 3 статьи 17 Жилищного Кодекса Российской Федерации, положения которой вступили в действие с 1 октября 2019 года, запрещающие размещение гостиниц в жилых помещениях многоквартирных домов, мини-отель (хостел) «Этаж» на момент проверки функционировал в прежнем режиме, свою деятельность не приостанавливал, прокомментировали в Калининграде сегодня, 17 февраля 2020 года, собкору сетевой газеты Янтарный край в прокуратуре Калининградской области.

Межрайонной прокуратурой в Светлогорский городской суд направлено исковое заявление с требованиями к ООО «Этаж» о запрете функционирования и оказания гостиничных услуг мини-отелем (хостелом) «Этаж», расположенном в жилых помещениях многоквартирного жилого дома.

По иску прокуратуры судом приняты обеспечительные меры в части приостановления деятельности мини-отеля (хостела) «Этаж» до принятия решения суда по настоящему делу и вступления его в законную силу.

<https://kaliningradfirst.ru/289389>

6. Новости гостиничного рынка за рубежом, включая страны СНГ

Booking ввел рыжие «гаечки»

Таким образом теперь сервис бронирования помечает *апартаменты, гостевые дома и виллы особым значком*. В чем смысл нововведения?

Гости отелей могут полагаться на их ранжирование по количеству звезд, в то же у тех, кто выбирает другие варианты для временного проживания, похожей системы нет – объясняет Эрик Бергалья, директор по глобальному развитию в сегменте домов и апартаментов компании Booking.com.

При этом 75% всех объектов размещения на Booking.com составляют дома, апартаменты и другие не гостиничные варианты для проживания - добавляет топ-менеджер компании.

Система оценки помогает людям в принятии (непростого) решения, какой объект лучше выбрать для проживания.

Потому Booking.com и решил ввести собственное ранжирование мест проживания. По аналогии с гостиницами апартаментам, гостевым домам и виллам теперь присваивается оценка по шкале от «1» до «5». Визуально уровень объекта оформляется рыжими «гаечками» (возможно, это «домики» или «окошки»).

Стало быть, «жизнь начала налаживаться»? В «Букинге» заявляют, что надеются, что система позволит гостям сравнивать уникальные варианты размещения и заказывать их «с большей уверенностью».

Эта «бóльшая уверенность» должна основываться на «400 различных характеристиках – таких, как местоположение объекта, его размеры, предлагаемые удобства, услуги и т. д.».

Ранжирование объектов и присвоение «гаечек» генерируется в автоматическом режиме машиной. Т.е. Booking хочет завоевать доверие пользователей с помощью искусственного интеллекта и машинного обучения. Звучит похвально, находится «в тренде». Только алгоритм расчета количества «гаечек» у объекта не раскрывается. Нужно просто довериться машинному интеллекту (разработчикам некоего алгоритма, т.е. тому же «Букингу»).

В результате Booking.com ловко играет на модных веяниях (искусственный интеллект) и отводит огонь критики от показа «проверенных отзывов гостей» об объектах.

В самом деле, в адрес рейтинга, построенного на отзывах гостей, то и дело звучит критика, ведь а) система может «банить» негативные отзывы, б) существенно сокращать время их показа, *) охотнее показывать положительные (порой – искусственно положительные) отзывы.

Привлечение «искусственного интеллекта» и «машинного обучения» очевидно призвано притушить критику по поводу необъективной оценки (и подачи) объектов в системе.

Не стану подвергать сомнению благие намерения холдинга Booking.com, но отсутствие прозрачности (и очевидности) в ранжировании и продвижении объектов размещения сохранится и при новой системе.

Выскажу мнение, что самым надежным методом оценки объекта размещения является оценка профессионала – отельера, специалиста по классификации объектов размещения, турагента. Но сбор таких оценок дело хлопотное.

Павел Баскаков

<https://hotelier.pro/news/item/booking-vvel-ryzhie-gaechki/>

Руководство 10 городов Европы призывает отрегулировать работу «Airbnb»

Мэрии 10 европейских городов обратились к Евросоюзу с просьбой на законодательном уровне ввести регулирование работы сервиса онлайн-бронирования жилья «Airbnb». В настоящее время обращения подписало руководство Амстердама, Барселоны, Берлина, Бордо, Брюсселя, Кракова, Мюнхена, Парижа, Валенсии и Вены. В скором времени список этих городов может войти Прага.

Какие претензии предъявляют городские администрации к деятельности «Airbnb»? Во-первых, отмечается значительное количество объектов недвижимости, которые сдаются в краткосрочную аренду туристам. Из-за этого возникает нехватка доступного жилья, наблюдается постоянный рост цен на аренду.

Во-вторых, городские администрации указывают на проблемы с собираемостью налогов. Также их волнуют вопросы безопасности, когда в жилых домах постоянно появляются никому неизвестные люди. Отмечается, что за прошедшее десятилетие количество ночевок путешественников в городах Европы увеличилось не менее чем в 1.5 раза. Безусловно, в такой ситуации текущее законодательство устарело, его необходимо доработать.

Отметим, что работу сервиса онлайн-бронирования жилья «Airbnb» уже ограничивали на территории Европы. Так в Амстердаме собственники объектов, которые сдаются в аренду через этот сервис, должны регистрироваться в муниципалитетах. В противном случае, им грозит серьезный штраф. В Париже рассматривают более жесткие ограничения. Так планируется запретить аренду жилья через «Airbnb» в историческом центре. Причина — массовые жалобы местных жителей на значительный рост стоимости аренды.

<https://hotelier.pro/tourizm/item/rukovodstvo-10-gorodov-evropy-prizyvaet-otregulirovat-rabotu-airbnb/>

Стартап Habitas планирует строить гостиницы для миллениалов

В процессе строительства отелей будут использоваться технологии 3D-печати. Компании «Habitas» уже удалось привлечь 20 миллионов долларов США. В этот стартап вложился основатель «Uber» Трэвис Каланик.

Один из основателей «Habitas», Оливер Рипли сообщает, что к концу 2020 года в портфель компании будут входить 8 отелей. Первым, в феврале 2020 года, откроется гостиница в Намибии. В дальнейшем планируется открывать по 10 — 12 отелей каждый год. Оливер Рипли рассказал, что недавно посетили Бутан и Саудовскую Аравию. В этих странах он искал подходящие для открытия гостиниц локации.

В качестве своей основной целевой аудитории в компании «Habitas» видят путешественников-миллениалов. Стоимость проживания будет варьироваться от 200 до 400 долларов США за сутки.

Для строительства отелей в Мексике компания активно использует технологии 3D-печати. Готовые конструкции доставляются на место строительства, где их собирают рабочие. Использование технологии 3D-печати позволяет значительно сократить время строительства отеля. В среднем, один объект можно построить за 6 — 9 месяцев. Такой подход позволяет значительно ускорить получение прибыли от инвестиций.

<https://hotelier.pro/news/item/startap-habitas-planiruet-stroit-gostinitsy-dlya-millennialov/>

Пекин при коронавирусе: пробок нет, из пяти тысяч отелей работают лишь триста

Спецкор «КП» Дарья Асламова прилетела в эпидемзону «чумы 2020 года» — китайского коронавируса

Первый шок перед отлётом в Пекин - в великом и славном городе Москва отсутствуют медицинские маски. Ой, только не кричите мне: «Да вот прямо за углом! Третьего дня сам видел!» Вот вам мои двухдневные зловещие предсказания. Сначала я простодушно обошла все девять аптек на районе. Фармацевты тарасили глаза: «Да уж месяц их нет! О чем вы?!» Потом сердобольные люди посоветовали: «Идите в супермаркеты категории «для бедных», там прямо на кассах висят». Действительно, висели. Три дня назад. «Все скупили! – клянется продавщица. – А позавчера вообще вошли два китайца и попросили тысячу масок. Ну, мы и продали».

Ищу дальше. В одном магазинчике продавец-таджик, действительно тащит меня в отдел масок. Микки-Маусы, Человеки-Пауки... Одна маска изображает череп. Представляю, какой фурор произведу в аэропорту Пекина. Когда я пишу эти строки, от коронавируса умерло уже 1775 человек.

Продвинутые друзья снисходительно замечают: «Да в интернете закажем! Какая проблема!» И после двух часов сетевой борьбы получают одинаковые ответы: «Сообщим вам, когда будут в наличии», «Перезвоните через десять дней, через месяц, через два...» Или даже: «Мы ВЫКУПАЕМ маски оптом. НЕ ПРОДАЕМ!»

В ход идут нестандартные методы. «Иди в магазин для салонов красоты. Никто не додумается!» - советует моя маникюрша. Увы. «Уж две недели как все распродали, - насмешливо говорят там. – Вы что все, с ума по сходили? Нет тут никакого коронавируса!»

Когда я захожу в очередную аптеку и слышу стандартный ответ «Масок нет!», начинаю рыдать: «Мне завтра лететь в Китай! ААА!»

Продавщица вдруг шепотом говорит: «Ну если так... Есть у нас неприкосновенный запас: пять масок за 88 рублей! Для своих. Последняя упаковка». Кто там ностальгировал по СССР? Здравствуй, дефицит!

Но маски самые простые, копейные, такую нужно менять каждые два часа.

К вечеру добрые друзья привозят все, что смогли достать. Шестьдесят тоненьких «намордников».

И ведь никто не додумался, что главное - не маски. Перчатки. Мне все китайские знакомые вопят: купи их! Одна пара в аптеке - 40 рублей. Кухонные в «супермаркете для бедных» - 5 пар за 120 рублей. Ровно на один день, если передвигаться по городу.

ПУСТОЙ АЭРОПОРТ

Тихо нынче в терминале «Федя» (Шереметьево-F), отданном под китайский карантин. Ни людей, ни сотрудников. Контролерши в масках. Таможенники испарились. Я стою в очереди на регистрацию за парой китайцев с огромными черными мешками. При погрузке один мешок трескается, и из него вываливаются... МАСКИ! Ребята торопливо запихивают товар обратно, заклеивают мешок скотчем.

- Есть свободные места у прохода? - спрашиваю на регистрации.

- Сколько угодно! Самолет-то пустой!

Пограничники все тоже в масках. Совершенно пустой дьюти-фри. Я - единственный покупатель. В качестве дезинфекции выливаю на себя пробники от духов.

- Тоска! - жалуется продавщица. - Продавать нечего, кроме водки. Люди думают, что поможет.

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

Фокус – Москва и столичный регион

- А как вы маску носите? Помада не стирается?

- Не проблема! Если аккуратно наносить, до вечера держится. Только лицо не трите.

В знаменитом ирландском пабе, где десятилетиями заправлялись перед полетом русские туристы, дремлет официант. Выглядит очень удивленным, когда я его бужу. Тишина. Мы даже разговариваем почти шепотом.

В самолете меня встречают русские красавицы-стюардессы в масках. Прямо венецианский карнавал. Пассажиров немного, я единственная без маски.

ВНЕДРЕНИЕ ПОД ВИДОМ ШОППИНГА

В аэропорту Пекина не хватает... толп китайцев. В очереди на паспортный контроль всего двое иностранцев: я и напуганная девочка из Сингапура (судя по паспорту). Пограничники велют ей снять медицинские перчатки, чтобы сдать отпечатки пальцев. Девочка чуть не плачет, что-то доказывает, наконец стаскивает перчатки с мокрых от пота рук. Естественно, сканер не реагирует. Ей дают спиртовые салфетки, и потом еще, чтобы успокоилась.

Я все время потею под маской, которая лезет в глаза, и думаю: вскочит ли у меня завтра прыщ на подбородке или нет, когда слышу вопрос пограничника:

- Цель визита?

Я произношу вдохновенную речь: приехала в Китай, чтобы морально поддержать эту страну в трудное для нее время, увидеть, как живут простые люди. Из-за коронавируса весь мир действительно столкнулся с волной синофобии (боязни Китая), китайских студентов, даже если они здоровы, силой помещают в карантин, многие страны отказываются даже принимать посылки из Поднебесной...

Пограничники, плохо понимающие английский, ошалело смотрят на меня. Чего это красноволосая баба приперлась в Китай в то время, когда все бегут отсюда?! Наконец меня осеняет. Ткнув в свою шубу, говорю волшебное слово: шоппинг (что чистая правда: одна подруга просила купить ей такую же). Китайцы – люди прагматичные. Благополучно прохожу паспортный контроль!

Ночное такси везет меня по пустому городу. Таксист в маске, но при этом курит вонючие сигареты, делает характерный булькающий звук горлом и плюется в окно. Разумеется, приподнимая маску. Меня мутит от дыма. Ладно, голубчик, сейчас я тебе устрою райскую жизнь. Я снимаю маску и прямо-таки захожусь в приступе кашля. Надо было видеть его лицо! Он тут же выбрасывает сигарету, закрывает окно и знаками просит меня вернуть «намордник».

Гостиница в самом центре города - роскошное мраморно-стеклянное сооружение. Без людей. Такая прекрасная гробница. Я вхожу в огромный пустой вестибюль и робко говорю: Hello! И вдруг ко мне бросается здоровенный мужик, что-то грозно кричит по-китайски. Я начинаю убегать, громыхая чемоданом, зову на помощь. На ресепшэне появляется худенькая девушка. Мужик победно догоняет меня и белым приборчиком тычет мне в лоб и запястья. «Это он вам температуру меряет. Никого с температурой не пускаем», - объясняет администратор. Мы обе с интересом смотрим на результат. 35,4. Добро пожаловать!

И тут я вижу то, что резко поднимает настроение: великолепный бар с французскими винами.

- У нас бармен заболел, - смущенно говорит девушка.

- Зато у вас прекрасный ресторан! Какая кухня: традиционная или западная?

- Эээ, сейчас, собственно, никакой. Персонал на карантине. Но мы можем приготовить вам завтрак в 7 утра, - с энтузиазмом предлагает администратор.

Семь минус пять - это два ночи по московскому времени.

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

Фокус – Москва и столичный регион

- Нет, спасибо. А где я буду есть?

- Мы что-нибудь завтра придумаем. В городе должны остаться рестораны. (Нотки неуверенности в ее голосе). Но мы дадим вам лучший номер! Вам понравится! Правда, там не будут убираться, поскольку люди на карантине. Но сейчас он чистый. Еще хочу предупредить: бассейн, сауна и салон красоты не работают.

- Да чихать мне на бассейн! А за что я заплатила такие бешеные деньги? Ваш отель претендует на пять звезд!

- Видите ли, - все более смущаясь, отвечает девушка. – В городе почти пять тысяч отелей, а работают от силы триста. Да и то на окраинах. Из приличных всего несколько.

- Понятно! В условиях эпидемии можно взвинчивать цены до небес.

В 11 утра я просыпаюсь и открываю окна. Понедельник, час пик. Ни одного человека на улице!!! И это центр Пекина! Вижу закрытый Старбакс и еще пару темных забегаловок. Проезжают редкие машины. А еще в декабре, когда я была здесь, все кипело жизнью. Ужасно хочется есть. Значит, вперед! На поиски приключений и еды. И ответа на вопрос: кому же выгодна истерия вокруг коронавируса и кто может за всем этим стоять?

<https://www.kp.ru/daily/27092/4165432/>

7. Интересное для отельеров

Типичные ошибки: почему сайты российских отелей отпугивают клиентов?

Хотим поделиться советами наших экспертов курса Digital-маркетинг в отельном бизнесе. Больше об интернет маркетинге в отеле и санатории вы можете узнать прямо сейчас, присоединившись к нашему курсу!

Типичные ошибки

1. Создание сайта без опоры на веб-аналитику: «по наитию», «как сказал генеральный», «не хуже, чем у конкурентов», «как у ТОП крупнейших отелей», «по совету дизайнера (рекламщика, креативщика, разработчика и т.д.)». Единственная гарантия высокой прибыльности интернет-ресурса — данные веб-аналитики. Изучайте свою аудиторию и свой сайт, только так вы сможете эффективно заработать на них деньги.

2. Обращение к обычной компании-разработчику сайтов, которая механически делает «роботоработу» — стандартный сайт, без учета особенностей гостиничного рынка и целевой аудитории конкретного отеля. Цель разработчиков интернет-сайтов чаще всего заключается в том, чтобы заработать деньги на отеле, а не для отеля. Ищите агентство комплексного интернет-маркетинга, гарантирующее увеличение ваших продаж, и имеющее опыт работы с отелями.

3. Оценка успешности сайта по количеству посетителей, а не по числу реально сделанных «здесь и сейчас» заказов. Ставка на продвижение в поисковых системах, попадание в Топ-10 в поисковых выдачах и приход на сайт большого количества посетителей — важный фактор успеха, однако он еще не показатель рентабельности вложений.

4. Знак равенства между стоимостью сайта и его качеством: «если сайт дорогой, он будет приводить много клиентов». Неверно, клиентов могут успешно привлекать вполне бюджетные сайты. В первую очередь окупаются вложения не в дизайнерские «навороты», а в веб-аналитику и полезный для клиента функционал.

Ошибки дизайна

Вопреки распространенному мнению, чересчур оригинальный дизайн, сложные анимированные элементы и прочие дизайнерские «рюшечки» часто работают против продаж.

Отсутствие дизайн-фокуса на отельной тематике.

Многие сайты отелей выглядят так, что непонятно — это отель или интернет-магазин обоев? В идеале клиент с первого взгляда должен считывать информацию не только об отраслевой принадлежности сайта, но и об уникальном позиционировании отеля — чем он отличается от себе подобных

Дизайн не соответствует ценовой категории услуг.

Именно по оформлению клиент получает первое впечатление из разряда «дорого или доступно».

Низкое качество фотографий.

Речь идет не только о технических параметрах фотосъемки (свет, камера и т.д.), но и о привлекательности содержания. Существуют определенные стандарты «правильного» показа номеров, блюд, spa-услуг. Хорошее фото — конверсия в бронирование увеличится.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Ошибки структуры сайта

Чаще всего происходят от незнания логики принятия клиентом решения о покупке услуги. Примеры: чересчур многоуровневое меню (проще плюнуть, чем докопаться), запрятывание ключевых разделов на 2-й и 3-й уровень вместо доступа в один клик; попытка вытащить множество разделов в меню (глаза разбежались); нелогичное размещение и невнятные названия разделов (путёвка 1, путёвка 2); недостаток или избыток фильтров в настройках поиска. Все это тормозит и отпугивает клиентов, сужает воронку продаж.

info@otelierinfo.ru

Как база отдыха отказалась от бумажной шахматки и увеличила онлайн-продажи

У базы отдыха есть сайт, профиль на Букинге, страницы в соцсетях, настроена контекстная реклама, а продажи идут туго. Специалист по рекламе разводил руками и говорит, что все перепробовал, и перспектив для роста нет.

В случае с базой отдыха «Окуневая» проблема была не только в рекламе, но и в устаревшем подходе и типичных ошибках при работе с онлайн-продажами. Сегодня расскажу, как база отдыха увеличила доход с помощью автоматизации.

Что за отель

База отдыха «Окуневая» находится на берегу Финского залива, в 89 км от Санкт-Петербурга. На территории — 19 коттеджей на 132 основных места и две мини-гостиницы на 15 номеров.

База работает с 1996 года, большинство гостей — люди старше 35. Гости приезжают насладиться красивыми видами, вкусно поесть и нескучно провести время.

Чтобы разобраться, что мешало базе увеличить доход, директор «Окуневой» обратился за помощью к знакомому интернет-маркетологу — Алексею Гончаренко. Алексей проанализировал систему продаж и понял, что без современных инструментов онлайн-бронирования хороших результатов не достичь.

«Я начал изучать, какие системы онлайн-бронирования есть на рынке. В одной из веток обсуждений на vc.ru директор Aviasales Макс Крайнов посоветовал присмотреться к продуктам TravelLine.

В сентябре 2017 года «Окуневая» начала сотрудничать с TravelLine».

Какие нашли ошибки

На базе работали по старинке, поэтому многие процессы проседали из-за человеческого фактора.

Устаревший сайт

- медленно загружался и не адаптировался под экраны мобильных устройств;
- сайт терял позиции в поисковой выдаче из-за ошибок в SEO-оптимизации;
- не хватало продающих элементов, которые помогли бы гостю быстро выбрать нужный вариант проживания и сразу забронировать его.

Бронирование по запросу вместо онлайн-продаж

«Продаж с сайта было совсем немного, да и те приходили лишь потому, что за бронь с сайта мы предлагали скидку 5%».

Чтобы забронировать проживание на сайте, гости заполняли форму обратной связи, где указывали, когда и куда хотели бы заселиться. Менеджер получал заявку по почте, звонил гостю и бронировал номер вручную.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Брони по запросу полностью завязаны на человеческом факторе и их эффективность зависит от рабочего графика, внимательности и оперативности менеджера.

Букинг не приносил брони

База отдыха отдавала Букингу жесткую квоту на несколько непопулярных номеров. Это страховало от перебронирований, но канал почти не приносил броней. Букинг — умная система и понимает, когда отель отдает ему номера, которые плохо продаются. За это он понижает отель в выдаче, и броней становится еще меньше.

Бумажная система управления

Для учета броней сотрудники «Окуневой» использовали 2 ватмана: один на самой базе, другой — в офисе продаж в Санкт-Петербурге. Ватман расчерчивали по датам и вносили актуальные данные по броням.

При такой системе было сложно синхронизировать информацию о бронях и практически невозможно прогнозировать загрузку на будущие периоды.

Чем помог TravelLine

Установили на сайт модуль бронирования

Теперь гости сами бронируют проживание, выбирают, какие допуслуги добавить к брони, при необходимости вносят предоплату. Брони больше не привязаны к рабочему графику менеджеров и приходят круглосуточно.

Продающие элементы модуля бронирования помогают гостю скорее решиться на бронь.

Мотиваторы показывают размер скидки или сообщают, что свободных номеров осталось мало.

Календарь доступности подсказывает доступные даты проживания. Например, если на выбранные даты нет свободных номеров, модуль предложит выбрать другие дни и покажет, какие номера будут свободны.

Подключили менеджер каналов

Менеджер каналов упростил работу с квотой, потому что сотрудники больше не обновляют данные вручную. Достаточно внести данные в одном личном кабинете, а система сама распределит их по каналам.

Для броней с сайта и OTA выделили общую квоту номеров. Если гость бронирует номер на сайте, менеджер каналов автоматически снимает его с продаж в остальных каналах. Букинг заработал на полную.

Обновили сайт

В 2017 году в подарок к модулю бронирования «Окуневая» взяла мобильную версию нашего сайта-конструктора TL: Express. Сайт быстро загружался и автоматически подстраивался под любые экраны смартфонов.

В октябре 2019 года база отдыха перешла на сайт от TravelLine. Это адаптивный сайт с модулем бронирования, удобной навигацией и продающими элементами.

Автоматизировали работу с онлайн-бронями

Подключили шахматку TL: WebPMS и настроили интеграцию с модулем бронирования и менеджером каналов. Теперь системы автоматически обмениваются данными о ценах, доступности и бронях. В одном личном кабинете шахматки собрана вся информация о гостях, закрывающие документы, отчеты.

Упростили работу с отзывами

Инструмент TL: Reputation каждый день ищет новые отзывы об отеле в интернете и отправляет их отелю по электронке.

На главной странице сайта разместили виджет, который показывает рейтинг отеля на основе собранных оценок. Если гость нажмет на виджет, то перейдет в раздел «Отзывы». Отзывы помогают новым гостям найти важную информацию и убеждают, что отелю можно доверять.

Каких результатов добились

Оптимизировали рабочий процесс

Все рутинные процессы автоматизировали с помощью специальных инструментов. Брони с сайта автоматически складываются в шахматку, менеджер каналов обменивается данными с каналами, отзывы гостей собираются в одном личном кабинете. Это высвобождает время на другие задачи и сокращает количество ошибок.

В инструментах TravelLine есть встроенная аналитика, которая помогает анализировать продажи и прогнозировать уровень загрузки.

Мы увеличили до полугода горизонт прогнозирования загрузки. Например, сейчас у нас выставлены цены до конца лета. В планах — строить прогноз на год вперед.

Увеличили онлайн-продажи

С менеджером каналов продажи с ОТА подскочили и теперь составляют 46% от всех онлайн-броней.

После того как «Окуневая» перешла на сайт от TravelLine, число броней с сайта выросло в среднем на 21% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года.

«Окуневая» увеличила доход благодаря совместной работе экспертов TravelLine и сотрудников базы отдыха. Переходить на новые инструменты всегда непросто, но менеджеры сумели перестроиться и добились хороших результатов.

«На примере нашего отеля скажу, что когда рабочие процессы автоматизированы, зарабатывать становится проще. Например, по тарифам „Проживание+питание“ в октябре 2019 мы заработали на 95% больше, чем в октябре 2017.

В работе я применяю принцип эволюции — „Изменяйся или умри“. Важно вовремя отказываться от неэффективных решений и не бояться нового».

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

Автоматизация небольших отелей: тренды, мифы и страхи

Зачем автоматизировать небольшой отель, какие тренды помогут гостиницам зарабатывать больше и почему отелям не стоит бояться автоматизации? Эти и другие вопросы мы задали *Евгению Петрову, руководителю проекта Контур.Отель*.

— *Зачем небольшому отелю вкладывать силы и средства в автоматизацию?*

— Системы автоматизации призваны прямо или косвенно влиять на повышение дохода, чистой прибыли и заполняемости отеля. Именно за экономический эффект систем автоматизации готовы платить отельеры. А потому

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

Фокус – Москва и столичный регион

наиболее востребованы будут решения, которые повлияют на повышение доли прямых бронирований без посредников.

— *Какие решения? Приведите пример.*

— Например, модуль онлайн-бронирования, который можно разместить на сайте отеля, или готовый сайт отеля, который умеет принимать брони и онлайн-оплаты. Еще один инструмент — менеджер каналов бронирования, позволяющий гибко менять квоту для каналов в зависимости от уровня спроса, — это позволит сэкономить на комиссии в адрес посредников.

— *Но приведенные примеры решений не закрывают все потребности отельеров. Как быть?*

— Сегодня на рынке представлены и комплексные веб-сервисы. Они объединяют систему управления отелем, менеджер каналов бронирования, модуль онлайн-бронирования для сайта отеля и сервис для передачи отчетности в МВД.

За счет такого комплекса «4 in 1» в отеле автоматически происходят следующие процессы:

- бронирования поступают со всех подключенных каналов и с собственного сайта прямо в шахматку отеля;
- цены обновляются на всех подключенных каналах и на сайте отеля после внесения изменений в шахматке;
- в продажу возвращаются номера, если бронь отменили на одном из ресурсов;
- создается черновик уведомления о прибытии гражданина в отель для передачи в УВМ МВД.

Все перечисленное либо помогает отелю зарабатывать больше, либо тратить меньше, в том числе, экономя и на миллионных штрафах за несданные вовремя уведомления.

— *Какие тренды в автоматизации отелей можете назвать?*

— Могут выделить 5 основных трендов.

1. Отели переходят с локальных систем управления, которые надо устанавливать на компьютер и обновлять вручную, на облачные решения – веб-сервисы. Вы получаете доступ к таким сервисам через интернет.

2. Вместо фрагментарной автоматизации отеля выбирают комплексную. Раньше отели подключали только систему управления или только менеджер каналов бронирования. Или же PMS, Channel manager и модуль онлайн-бронирования поставляли разные разработчики, и эти инструменты не были интегрированы друг с другом. Сейчас отели выбирают решения, где все перечисленные сервисы связаны между собой, и доступ ко всем из них отель получает в одном окне.

3. Процессы по управлению гостиницей становятся автоматизированными. Например, прямо в веб-сервисе назначается график уборок (хаускипинг), контролируется использование мини-бара, заказы в ресторане отеля привязываются к счету гостя.

4. Отели переводят все действия гостей в онлайн: бронирование, оплату номера, заказ доп.услуг, общение в чате с гостиницей до заезда, обратную связь после пребывания. Все это помогает персонализировать сервис отеля – индивидуально ответить на запрос каждого гостя.

5. Отели делают ежедневный анализ рынка, на основе полученных данных применяют динамическое ценообразование и развивают каналы прямых продаж.

— *Теперь предлагаю развеять некоторые мифы про автоматизацию для отелей. Считается, что достаточно подключить систему автоматизации,*

чтобы прибыль в тот же день повысилась на 50% и оставалась неизменно высокой в дальнейшем. Миф это или Правда?

— Это миф. Система автоматизации создает условия для повышения дохода, чистой прибыли и заполняемости отеля, однако эффективность использования этого инструмента полностью зависит от самого отеля.

— Некоторые думают, что отелю достаточно работать с двумя-тремя наиболее известными площадками бронирования. Миф или правда?

— И это миф. У каждой площадки бронирования своя группа постоянных клиентов. Подключая очередной канал, отель получает дополнительных гостей из клиентской базы этого канала и повышает свою заполняемость. Другое дело, что работа с более чем одним каналом отнимает много времени.

Если отель небольшой, то, как правило, именно руководителю приходится контролировать и переносить брони с площадок в шахматку, работать с отменами, обновлять цены на каждом из каналов. Могут возникать ошибки, каждая из которых стоит отелю недополученной прибыли.

Здесь выручит такой инструмент, как менеджер каналов бронирования: с ним можно управлять продажами на множестве каналов, затрачивая при этом столько же времени и усилий, сколько при работе с одним каналом.

— Третий пример. Популярный отель, который уже давно на рынке, может не обращать внимание на ценовую акробатику конкурентов, оставляя свои цены на постоянном уровне. Отель, у которого меньше 50 номеров, может не утруждать себя аналитикой по загрузке, среднему чеку и доходу на каждый номер. Миф или правда?

— Миф. В ситуации острой конкуренции и ограниченных бюджетов гостей отелю стоит регулярно анализировать баланс своих показателей по загрузке и средней стоимости номера. Здесь помогут автоматические управленческие отчеты, которые формирует система управления отелем. Кроме того, необходимо делать прогнозы, сравнивать себя с конкурентами, оценивать изменение рыночного спроса и на основе этих данных формировать цены. Те сервисы, которые помогают в этом будут особенно востребованы среди отелей.

— Почему же в таком случае некоторые отельеры не хотят автоматизировать свой бизнес? Не видят пользы?

— Основной аргумент отелей против автоматизации: зачем платить за то, без чего можно обойтись, ведь загрузка и так нормальная. Автоматизация отеля – это вложение, которое окупится достаточно быстро вне зависимости от размера отеля.

При активной позиции самого отеля, используя все возможности системы автоматизации, отель сможет повысить свой доход и заполняемость в среднем на 10-15% даже в низкий сезон за счет того, что:

- сможет стать более доступным для поиска и бронирования при работе с гораздо большим числом площадок бронирования, чем он работает сейчас;

- сможет продвигать себя на онлайн ресурсах и получать бронирования с собственного сайта;

- сможет устанавливать и поддерживать актуальные цены на всех каналах, и гость будет видеть актуальное выгодное предложение отеля, с наибольшей вероятностью выбирая именно его на фоне конкурентов.

— Дайте три полезных совета по управлению небольшим отелем.

— Для начала выберите способ, как автоматизировать механические/рутинные процессы службы приема и размещения, бронирования, отдела продаж, маркетинга. Грамотно подобранная система управления поможет высвободить время для задач, которые требуют большего личного участия

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

Фокус – Москва и столичный регион

персонала и повысить уровень сервиса. Регулярно проводите анализ рынка. Предвидя спрос, динамически регулируйте цены на размещение и оперативно передавайте свежую информацию о стоимости на все каналы продаж.

Наращивайте объем прямых продаж, продвигая отель в интернете: не только на площадках бронирования, но и в поисковиках, в социальных сетях.

<https://welcometimes.ru/opinions/avtomatizaciya-nebolshih-oteley-trendy-mify-i-strahi>

Как открыть гостиницу с нуля? Пошаговая инструкция. Ликбез

Реализация гостиничного проекта от А до Я (продолжение популярного изложения гостиничного дела, начатого К.Иртюгой Часть 1 опубликована в Дайджесте № 0103-2020.

Гостиница — это многофункциональный объект недвижимости, при проектировании которого учитывается большое количество требований и регламентов. Давайте рассмотрим ключевые моменты работы в проекте, оценим форматы гостиниц, возможные планировочные решения и особенности создания гостиничных номеров.

Реализация гостиничного проекта осуществляется по одному из двух направлений:

1. Разработка проекта гостиницы «с нуля».
2. Реконструкция или реновация существующего объекта недвижимости под гостиничный формат.

Разработка проекта гостиницы

Это направление интересно тем, что позволяет архитекторам и дизайнерам проявить весь опыт и навыки для создания уникального архитектурного объекта. Возможны различные варианты реализации, которые могут быть ограничены только бюджетом и инвестициями в проект.

Факторы, которые имеют непосредственное влияние на проект гостиницы: локация (расположение) нового отеля, концепция и аудитория гостиницы, наличие стандартов гостиничной сети и уровню сервиса в отеле, бюджет для реализации.

Это направление требует значительных временных затрат на согласование проектной документации на соответствие будущей гостиницы всем нормам строительства (СНиПы и СанПиНы).

Реконструкция имеющегося здания под гостиницу

Вписать технологию работы гостиницы в существующее здание, учесть требования Инвестора проекта по концепции отеля — вот ключевая задача архитектора проекта.

Данный предпроектный этап не требует много времени для согласования основной технической документации, с силу того, что все необходимые процедуры были совершены на этапе строительства объекта реконструкции (реновации).

Необходимо провести анализ проектной документации, технического паспорта здания, планов БТИ, возможных допусков и ограничений, на предмет возможного использования объекта недвижимости под создание гостиничного комплекса.

Проект реализуется в объемах уже имеющиеся застройки или здания, поэтому архитектору проекта необходимо иметь опыт и знания специфики работы гостиниц, чтобы подготовить решение для функционирования гостиницы.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Адаптация зданий или их перестройка под гостиницы популярное в настоящее время направление. Это связано с тем, что в крупных мегаполисах все меньше остается площадок под застройку с хорошими коммерческими характеристиками. Работа с объектами незавершенного строительства или объектами под реконструкцию позволяет создать привлекательные отели, как для гостей, так и для инвесторов.

В нашей практике были проекты отелей на базе объектом Мострансагентства, здания бывшего Тубдиспансера, здания завода и конюшен.

Переработка старых типовых гостиничных комплексов или офисных пространств, сложная и не всегда экономически выгодная история. В первом случае — конструктив здания и несущих перекрытий не позволяет произвести серьезных изменений внутреннего пространства для увеличения площади номеров без уменьшения их количества и потери полезной площади.

Во втором варианте — здание, изначально не предназначенное под гостиницу. В результате реконструкция может быть очень дорогая, с точки зрения инвестиций и само здание не соответствовать требованиям к эксплуатации (нагрузка, объемы электричества и т.д.).

Проектирование гостиниц. Основные подходы

Выделим основные подходы к проектированию гостиниц, независимо от их направления и состава:

Отель должен быть органически вписан в существующую застройку или в окружающую среду, учитывать местный ландшафт, видовые характеристики и подъездные пути.

При проектировании отелей учитываются требования к климатическим зонам, температурному режиму, сейсмической обстановке, нагрузки на будущее здание.

Функционально-планировочные решения должны учитывать все требования по обслуживанию гостей и оказанию гостиничного сервиса. Все проектируемые объемы иметь обоснованный характер.

Все решения по конструктивам здания, предложенным планировочным решениям, архитектурным решениям, должны быть сбалансированными между затратами на содержание и эксплуатацию и доходами отеля.

Соответствие санитарно-гигиеническим, экологическим нормам, требованиям для прохождения обязательной классификации.

Зонирование территории отеля с учетом разработанной концепции и оказываемых услуг.

Состав помещений в отеле

В составе проектной группы обязательно должен быть архитектор с опытом проектирования гостиничных комплексов и технолог. Это позволит связать требования к конструктиву здания и состава необходимых помещений для его функционирования с бизнес-процессами, которые будут возникать уже непосредственно при эксплуатации.

Количество зон в составе отеля и набор необходимых помещений для каждой зоны формируется на этапе разработки концепции. Состав будет напрямую зависеть от категории гостиницы, типа отеля и дополнительных услуг.

Различия гостиниц от количества номеров

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

Большой сетевой отель и проект мини-отеля безусловно будут сильно различаться по структуре. Главные отличия в площадях номеров и вспомогательных площадях. Чем больше площадь номера, тем больше дополнительных площадей (инфраструктуры) необходимо учесть.

Базовые требования к составу необходимых помещений каждой группы отелей, соответствие выбранной «звездности» и категории, заложены в требованиях классификации гостиницы. Они влияют на проект отеля и его дизайн, на состав помещений.

Если в большом отеле, на 100 номеров, вы ожидаете найти конференц-зал или бассейн, то в мини-отеле на 25 номеров этого не будет. Требования к каждой группе разные, в том числе существенно могут отличаться требования к отелям, в зависимости от страны.

Мини-отели, гостевые дома, базы отдыха, капсульные отели, постоянные дворы — все это разновидности средств размещения и для каждой группы свои требования к проектированию и набору помещений, которые необходимо учитывать.

Гостиницы на 10 номеров (- такая градация не предусмотрена действующими документами, регулирующими гостиничную деятельность и категорирование, является инициативой автора. - ред).*

Ключевое слово — экономия пространства и компактность. Это задает направление для проектирования и оказания сервиса и услуг гостям. Душевые комнаты и санузел для блока номеров, а не индивидуальные. Отсутствие системы кондиционирования. Возможность размещения двухуровневых кроватей. Гостевые номера по площади от 10 до 16 квадратных метров. В составе номера, только самое необходимое для проживания: кровать, полки для одежды, стул, прикроватная тумба.

Вспомогательные пространства по площади минимальные. Стойка регистрации гостей может отсутствовать. Небольшое количество персонала не требует отдельных помещений для него. Такие гостиницы на 10 номеров, реализуются на небольших участках земли или в уже в существующих зданиях. Они формируются на небольших площадях и являются наиболее распространенным гостиничным форматом.

Гостиницы на 20 номеров (* - такая градация не предусмотрена действующими документами, регулирующими гостиничную деятельность и категорирование, является инициативой автора. - ред).*

С увеличением номеров и количества гостей на территории гостиницы, автоматически увеличивается количество обслуживающего персонала. Для персонала необходима комната отдыха и приема пищи, хранение личных вещей. При увеличении количества номеров уже будет необходимо организовать помещения для горничных и склад оборудования и расходных материалов.

Площадь номеров в среднем от 10 до 17 квадратных метров. Номера, как правило содержат только необходимый набор для проживания гостя. Концепция наполнения зависит от собственника отеля и его понимания качества и комфорта. Такие отели организуются на незначительных площадях в действующих зданиях или в отдельно стоящих домах. Наличие парковочной зоны в отеле является значительным конкурентным преимуществом.

Гостиницы от 50 номеров

Отель на 50 номеров — полноценный гостиничный комплекс. Площадь какого отеля в среднем от 2500 до 4000 квадратных метров. К гостиничным номерам уже формируется значительный состав вспомогательной инфраструктуры и помещений.

Основные функциональные и вспомогательные зоны размещаются на уровне цокольного или первого этажа. Здание многоэтажное. На первом этаже размещают зону рецепции и лобби, лифтовые холлы и зоны ресторана. Ресторан проектируется так, чтобы обслуживание было возможно, как для гостей отеля, так и для гостей города. Необходимо учитывать наличие достаточного количества парковочных мест.

Площадь гостиничных номеров категории «Стандарт» (в зависимости от категории гостиницы) от 17 до 21 квадратных метров.

Состав гостиничных услуг

Состав услуг формируется от типа гостиницы, сегмента принимаемых гостей и состава оказываемых дополнительных услуг. К ключевым услугам можно отнести:

- круглосуточный доступ в отель;
- медицинская аптечка;
- общая информация о достопримечательностях, объектах исторического наследия, ресторанах и других объектах рядом с гостиницей;
- номера специальных служб (скорая, полиция и других экстренных служб);
- смена белья, уборка номера и территории;
- охраняемая территория;
- наличие парковочной зоны;
- организация питания.

Услуги в отеле напрямую влияют на формирование и зонирование площадей в проекте. Полноценный ресторан потребует организацию кухни, склада, зоны погрузки/выгрузки и хранения отходов. Предоставление в отеле только завтрака, позволит организовать небольшое кафе или площадь для приема пищи, а доставку завтраков заказывать через специальные сервисы.

Персонал в отеле

Количество персонала в отеле диктует концепция отеля и уровень сервисного обслуживания. Чем выше уровень гостиницы и больше количество услуг, тем солиднее состав персонала. В отелях категории «пять звезд» на один номер в среднем приходится два сотрудника.

Особое место в отеле занимает персонал, который имеет прямой контакт с гостем: служба бронирования, ресторанный персонал, служба эксплуатации, горничные. Их уровень знаний, правила поведения и общения с гостями специально тренируются. Существуют стандарты общения с гостями, которые отражают все возможные ситуации, которые могут возникнуть между персоналом и гостями.

Специально персонал обучают работе с конфликтами, нестандартными ситуациями и обращениями гостей. Персонал, который практически не имеет контакта с гостями: служба эксплуатации, юридическая служба, техническая служба, финансовый департамент, внутренняя служба безопасности и сотрудники кухни.

Как расположены гостиничные номера в отеле

Как правило гостиничные этажи с номерами имеют коридорный принцип, где сами номера занимают правую и левую сторону, а в центральной части размещен коридор. Номера средней категории располагаются на низких этажах, имеют

средние видовые характеристики, могут иметь естественные формы затемнения и выходить на технологические или обслуживающие объекты в отеле.

Номера повышенной категории размещаются на высоких этажах, могут быть угловыми. Имеют хорошие видовые характеристики, панорамные виды, не имеют визуальных ограничений. Обладают достаточным естественным освещением.

Номера премиум и люкс размещаются на закрытом этаже. Для них предусмотрена отдельная лифтовая группа и прямой доступ с парковочной зоны. Дополнительно для такой категории номеров может быть предоставлена дополнительная охрана, персональный консьерж.

Планировка номера в гостинице

Площадь в отеле, на которую приходится номерной фонд составляет 60-65% от общей площади здания. Грамотное размещение номеров, разработка дизайн проекта и организация пилотных номеров, позволит при реализации проекта сформировать необходимый состав элементов для комплектации, провести оценку затрат инвестиций в запуск, исключить ошибки при дальнейшей эксплуатации гостиницы.

Требования к номерному фонду, составу комплектации, площади номеров можно найти в требованиях к классификации гостиниц (Постановление Правительства РФ от 16 февраля 2019 г. №158 «Об утверждении Положения о классификации гостиниц»).

На этапе концепции и разработки дизайн проекта гостиничных номеров, закладываются все необходимые требования к номерному фонду: количество кроватей, наличие окон, системы кондиционирования и вентиляции, размеры ванной комнаты (ванная или душевая кабина), системы пожаротушения, телевидение и телефония.

В проекте гостиничного номера учитываются высоты для розеток, их количество и места размещения, уровень освещения и размещения световых приборов, состав выключателей и переключателей.

Комплектация гостиничных номеров

Состав необходимой мебели и технического оснащения определяется на стадии проектирования. Закладываются все необходимые инженерные решения, коммуникации, иные системы управления в номере.

К современным решениям можно отнести автоматическое открытие/закрытие штор, беспроводная зарядка телефона, дополнительное ночное освещение, выбор звукового сопровождения и климата, возможность голосового управления системами в номере.

Каждый отель (сетевой или независимый) самостоятельно определяет состав мебели в номере, ее качество и уровень. Важно, чтобы все предметы соответствовали гостиничным нормам, имели необходимые сертификаты соответствия и были максимально долговечны.

Проект номера включает в себя:

- планировочное решение с расстановкой мебели и оборудования;
- стилистика и дизайн гостиничного номера;
- спецификация мебели, оборудования, отделки;
- рабочая документация.

При планировании номера необходимо учесть удобство нахождения в нем гостей. Задача проектирования – избежать бесполезной площади ничего не дающей гостю, но увеличивающая бюджет проекта.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Планируя площадь гостиничного номера, нужно учитывать:

- максимальное количество гостей;
- площадь, обязательная для комплектации (кровать, шкафы, санузел);
- карта перемещения гостей в номере.

Дизайн проект номера гостиницы

Дизайн интерьера номера должен соответствовать стилю и концепции отеля, формировать ожидания гостя от проживания в номере. Гость проводит большое количество времени именно в номере и от комфорта его пребывания, зависит общее впечатление от гостиницы.

Качество отделки и выбранные материалы, предметы интерьера, все работает на удобство пребывания гостя. Важно не только визуальное впечатление, но и детали, уровень и удобство использования пространства.

<https://welcometimes.ru/opinions/realizaciya-gostinichnogo-proekta-ot-do-ya>

Почем звезды отелей. На что можно рассчитывать в отелях разных категорий

"Деньги". Приложение №1 от 13.02.2020, стр. 52

Спрос стремящихся сэкономить российских туристов смещается в сторону бюджетных вариантов размещения — трех- и четырехзвездных отелей. «Деньги» выяснили, как меняется стоимость размещения в зависимости от класса и на что могут рассчитывать путешественники, арендуя номер отеля с определенным числом звезд в разных концах мира.

Самым популярным форматом размещения у российских туристов в 2019 году стали отели категории «три звезды»: согласно данным Ostrovok.ru, на них пришлось 40% от общего числа бронирований. На втором месте — «четыре звезды», сформировавшие 31% спроса. Относительно 2018 года показатели скорректировались незначительно: тогда они оценивались в 37% и 33% соответственно. Пятизвездные гостиницы, согласно расчетам Ostrovok.ru, немного снизили популярность: если в 2018 году их доля оценивалась в 10%, то по итогам прошлого — размылась до 9%. Формат «две звезды» вырос с 8% до 9%. А категории «апартаменты» и «хостелы» остались неизменными: каждая из них сформировала по 4% бронирований. Аналогичные данные приводят аналитики сервиса OneTwoTrip, согласно которым наиболее востребованные отели в бюджетных категориях «три» и «четыре звезды» суммарно сформировали почти 62% бронирований.

Экономные путешественники

Постепенная переориентация туристов на бюджетные направления, скорее всего, базируется на желании сэкономить. Путешественников можно понять. Согласно расчетам Ostrovok.ru, ночь в пятизвездном отеле в Париже в прошлом году в среднем стоила 30 тыс. руб., а в трехзвездном оказалась ровно в три раза дешевле и оценивалась в 10 тыс. руб. Как следствие, именно на второй формат по итогам года пришлось 62% сделанных путешественниками бронирований. Похожая картина в Риме, где отели формата «пять звезд» средней стоимостью 22 тыс. руб. за ночь в прошлом году сформировали только 4% бронирований, в то время как доля трехзвездных, которые обходились путешественникам в среднем в 5,8 тыс. руб. за ночь, достигла 45%.

Пятизвездные средства размещения пользуются спросом лишь в относительно доступных городах. Среди них выделяется Стамбул, где отели этой категории обходились путешественникам в среднем в 8,9 тыс. руб. за сутки и сформировали

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

Фокус – Москва и столичный регион

22% бронирований. Самый бюджетный формат — хостелы больше всего привлекали туристов в Финляндии, где они сформировали 35% спроса и стоили в среднем 3,6 тыс. руб. за сутки.

Гендиректор агентства делового туризма «Аэроклуб» Юлия Липатова рассказывает, что выбор категории средства размещения для бизнес-путешественников регламентируется тревел-политикой компании. Большая часть сотрудников, путешествуя по России, останавливается в гостиницах категорий «три» и «четыре звезды». Они формируют 43% и 39% от общего числа бронирований соответственно. На категорию «пять звезд», по их данным, приходится только 7% корпоративных заказов. По словам госпожи Липатовой, в течение последних трех лет эти цифры остаются практически неизменными. За рубежом, согласно данным «Аэроклуба», гостиницы «пять звезд» выбирает уже 21% бизнес-туристов. Этот показатель растет — еще в 2018 году он оценивался в 19%. Доля категории «четыре звезды» за тот же период в общей структуре бронирований упала с 55% до 47%, категории «три звезды» — выросла с 19% до 23%. Госпожа Липатова рассказывает, что, равно как и обычные, бизнес-туристы при выборе отелей ориентируются на расположение гостиницы, приветливость персонала, качество завтраков, чистоту и удобство номеров.

Не все звезды одинаковы

Не секрет, что уровень комфорта проживания в отелях разной категории может существенно различаться. Но далеко не всегда его можно оценить исходя из заявленной звездности. Системой классификации, родоначальником которой считается немецкий издатель Карл Бедекер, который еще в XIX веке присваивал звезды гостиницам и ресторанам в своих путеводителях, пользуются практически все страны. Но универсальной назвать ее нельзя: правила присвоения звезд власти в каждом случае определяют отдельно. Так, в России, согласно принятой классификации средств размещения, аккредитованные организации проводят оценку гостиниц по балльной системе, оценивая состояние здания, номеров, работу персонала, зоны общественного питания, инфраструктуры и всех развлекательных составляющих.

Однако некоторые общепринятые формальные критерии все же существуют. Так, согласно действующим нормам, в пятизвездных и четырехзвездных отелях обязательно должен быть ресторан, стоять на входе швейцар, белье должны менять ежедневно, в номере предусмотрен кондиционер, а еще предоставляется возможность аренды автомобиля. Для высококлассных объектов площадью более 50 номеров отдельно описано требование по наличию плавательного бассейна.

Для категории «три звезды» все перечисленные нормы необязательны. Ключевыми требованиями для формата можно назвать наличие в номере отдельного санузла, возможность химчистки и предоставление гладильной доски и утюга по требованию.

Питание, которое мы выбираем

Помимо категории средства размещения отправляющиеся на курорты путешественники часто сталкиваются с вопросом: какой тип питания выбрать — систему «все включено» или ограничиться завтраками. Гендиректор Travelata.ru Алексей Зарецкий рекомендует выбирать первый вариант в Турции, Тунисе, странах Карибского бассейна, Мексике и на Мальдивах. Тот же вариант может подойти небольшому числу организованных путешественников, которые сейчас добираются до египетских курортов. В случае с Турцией и Мальдивами вариант «все включено» позволит неплохо сэкономить: питаться за пределами отеля может быть дорого и неудобно, большинство курортных средств размещения находятся на удалении от городов и, соответственно, заведений общественного питания. В Доминиканской

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

Фокус – Москва и столичный регион

Республике и Мексике, по мнению господина Зарецкого, многие туристы предпочитают оставаться в границах курортных зон отелей из соображений безопасности. Мнение подтверждают в Level.Travel: по данным сервиса, доля туров «все включено» варьируется от 88% до 99%. Хотя туристы в Мексике, по оценкам сервиса, все же посмелее: полный пансион выбирают только 57% отправляющихся на местные курорты клиентов.

В некоторых случаях туристам предлагается выбрать опцию «ультра все включено». Господин Зарецкий объясняет, что от «все включено» этот вариант отличается наличием опции «что-то поесть в любое время», бесплатным мороженым, сладостями в снэк-барах, расширенным ассортиментом бесплатных напитков в барах, в том числе алкогольных. «Нужно учитывать, что в некоторых отелях Дубая обычная система "все включено" не предусматривает алкоголь, неосведомленные туристы могут быть разочарованы»,— добавляет он. Отдельно задуматься о выборе системы «все включено» эксперт советует туристам, путешествующим с детьми. Если же в отпуск отправляется пара, планирующая проводить много времени на экскурсиях, опция, скорее всего, окажется уже не такой выгодной.

Гендиректор Level.Travel Дмитрий Малютин считает, что возможность выбрать формат «все включено» и «ультра все включено» характеризует и сам отель. Обычно предполагается, что гости будут проводить на территории отеля большую часть времени. Соответственно, предлагают широкую развлекательную и оздоровительную программу: бассейны, горки, анимацию, спортивные залы, оборудование для водных видов спорта, дискотеки, бары, вечерние шоу, спа и так далее.

Включено не все

На европейских направлениях картина иная. По оценкам Level.Travel, в Чехии, Армении, Грузии и Франции 90–98% организованных туров предполагают в отелях только завтрак. В Европе система «все включено» практически не распространена, а встречающиеся варианты, скорее всего, покажутся туристам неоправданно дорогими — обеды в городе окажутся более выгодным вариантом. «Питание на базе только завтраков подходит туристам, которые выбирают активный отпуск, собираются много перемещаться, осматривая достопримечательности, и рассматривают отель скорее как место для ночевки, чем "базу для отдыха"»,— рассуждает господин Малютин. Именно поэтому, по словам эксперта, форматы «все включено» и размещение на базе завтраков не конкурируют: они изначально предполагают принципиально разный формат организации отдыха. Алексей Зарецкий называет исключением в Европе Грецию и Кипр, где система «все включено» встречается и в категории «три звезды». «Впрочем, россияне, которые летают на эти курорты, в последние два-три года начали понимать, что вокруг отелей много разнообразных мест с вкусной едой и привязываться к отельным ресторанам нет особого смысла»,— тут же замечает он.

В качестве еще одного примера невыгодного тарифа «все включено» эксперт приводит ОАЭ. Тур в один и тот же отель на базе завтрака в страну стоит 70 тыс. руб., с сервисом «все включено» — 140 тыс. руб., «ультра» — 190 тыс. руб. «Нетрудно посчитать, если отдельно потратить на питание на двоих менее 70 тыс. за неделю, то выгоднее отказаться от системы "все включено"»,— объясняет господин Зарецкий. Ограничиться завтраками он советует и в Израиле. Господин Малютин называет вариант «все включено» невостребованным и в азиатских странах, где подобная концепция мало распространена. Так, например, на Бали и в Таиланде «только завтраки» предусматривают 93% и 82% забронированных туров соответственно.

Сколько стоят звезды отелей в туристических столицах (данные за 2019 год)

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

Фокус – Москва и столичный регион

ГОРОД	ДОЛЯ В СТРУКТУРЕ БРОНИРОВАНИЙ	СРЕДНЯЯ СТОИМОСТЬ НОЧИ (РУБ.)
ПАРИЖ		
5 звезд	2%	30 000
4 звезды	19%	16 500
3 звезды	62%	10 000
2 звезды	12%	7 500
1 звезда	3%	5 600
Апартаменты	1%	16 000
Хостел	1%	4 200
БАРСЕЛОНА		
5 звезд	4%	25 000
4 звезды	33%	11 000
3 звезды	34%	9 900
2 звезды	9%	8 500
1 звезда	4%	8 000
Апартаменты	5%	13 000
Хостел	11%	4 600
ПРАГА		
5 звезд	7%	14 600
4 звезды	43%	6 700
3 звезды	38%	4 500
2 звезды	1%	3 000
1 звезда	1%	3 000
Апартаменты	4%	7 000
Хостел	6%	2 200
РИМ		
5 звезд	4%	22 000
4 звезды	27%	8 800
3 звезды	45%	5 800
2 звезды	10%	5 000
1 звезда	6%	4 600
Апартаменты	5%	6 000
Хостел	3%	2 700
ВАРШАВА		
5 звезд	5%	13 300
4 звезды	21%	6 200
3 звезды	30%	5 000
2 звезды	8%	3 000

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

1 звезда	9%	2 700
Апартаменты	10%	3 400
Хостел	17%	2 000
БЕРЛИН		
5 звезд	9%	16 000
4 звезды	28%	8 800
3 звезды	46%	5 800
2 звезды	2%	6 000
1 звезда	1%	3 700
Апартаменты	1%	8 500
Хостел	13%	3 000
НИЦЦА		
5 звезд	2%	25 000
4 звезды	28%	14 000
3 звезды	45%	8 400
2 звезды	18%	6 500
1 звезда	2%	7 400
Апартаменты	3%	8 800
Хостел	2%	4 700
СТАМБУЛ		
5 звезд	22%	8 900
4 звезды	35%	6 000
3 звезды	28%	4 200
2 звезды	2%	4 000
1 звезда	2%	3 700
Апартаменты	5%	9 000
Хостел	6%	1 800
ЛОНДОН		
5 звезд	9%	31 000
4 звезды	31%	16 000
3 звезды	43%	8 600
2 звезды	7%	6 300
1 звезда	-	
Апартаменты	5%	11 000
Хостел	5%	3 000
МИЛАН		
5 звезд	5%	29 000
4 звезды	36%	10 000
3 звезды	33%	6 400

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

2 звезды	6%	6 000
1 звезда	4%	6 000
Апартаменты	4%	10 000
Хостел	12%	2 000
ВИЛЬНЮС		
5 звезд	1%	12 800
4 звезды	25%	5 500
3 звезды	59%	3 400
2 звезды	9%	2 300
1 звезда	-	
Апартаменты	3%	3 800
Хостел	3%	1 900
ДУБАЙ		
5 звезд	27%	20 000
4 звезды	47%	5 400
3 звезды	10%	5 000
2 звезды	4%	3 700
1 звезда	-	
Апартаменты	12%	13 000
Хостел	-	
МЮНХЕН		
5 звезд	5%	27 000
4 звезды	39%	11 000
3 звезды	48%	7 000
2 звезды	2%	6 700
1 звезда	-	
Апартаменты	2%	8 700
Хостел	4%	5 400
МАДРИД		
5 звезд	8%	16 000
4 звезды	41%	9 300
3 звезды	26%	7 500
2 звезды	3%	5 600
1 звезда	2%	5 000
Апартаменты	5%	9 600
Хостел	15%	4 900
ВЕНА		
5 звезд	13%	20 000
4 звезды	41%	9 800

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

3 звезды	29%	7 000
2 звезды	5%	4 500
1 звезда	1%	4 000
Апартаменты	5%	7 000
Хостел	6%	2 600
МИНСК		
5 звезд	11%	9 000
4 звезды	8%	5 600
3 звезды	38%	3 700
2 звезды	15%	2 000
1 звезда	-	
Апартаменты	20%	3 100
Хостел	8%	1 000
ХЕЛЬСИНКИ		
5 звезд	5%	21 000
4 звезды	33%	12 000
3 звезды	24%	8 600
2 звезды	2%	2 300
1 звезда	-	
Апартаменты	1%	6 500
Хостел	35%	3 600
АЛАНИЯ		
5 звезд	11%	6 300
4 звезды	23%	3 600
3 звезды	49%	1 500
2 звезды	16%	1 000
1 звезда	-	
Апартаменты	1%	2 300
Хостел	-	
АМСТЕРДАМ		
5 звезд	6%	26 000
4 звезды	37%	14 000
3 звезды	36%	10 600
2 звезды	8%	10 000
1 звезда	1%	9 000
Апартаменты	1%	13 000
Хостел	11%	4 500
ТАЛЛИН		
5 звезд	5%	11 200

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

4 звезды	35%	7 000
3 звезды	32%	5 800
2 звезды	9%	4 000
1 звезда	-	
Апартаменты	4%	6 300
Хостел	15%	3 500

https://www.kommersant.ru/doc/4243158?from=doc_vrez