



## Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 0202-2023

С 07 по 20 февраля 2023 года

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

В настоящее время туристический кешбэк не нужен

### **2. Гостиничный рынок Москвы и Московского региона**

В Москве подсчитали туристический поток за 2022 год

### **3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков**

**РФ**

Вихревой год в зеркале рейтингов

В Карелии официально зарегистрировали первый плавучий отель

28 февраля-7 марта: международная выставка HOSPITALITY ONLINE EXPO!

Холдинг AVA Group и курорт «Роза Хутор» стали партнерами по управлению гостиничными объектами

### **4. Юридический практикум для отельеров и вопросы гостиничной безопасности**

Фонтан фальшивых отзывов

### **5. Гостиничный рынок за рубежом**

Города Европы с самым интенсивным строительством отелей

### **6. Полезное и интересное для отельера**

Новый тренд в дизайне отелей – максимализм

Реновация: Быть или не быть, вот в чем вопрос?

О чем говорят апостолы будущего?

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

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

### **В настоящее время туристический кешбэк не нужен**

Сейчас спрос на туры по России стабилен, такие акции стимулирования как кешбэк в 2023 году не требуются. Об этом в минувший четверг сообщил журналистам Сергей Ромашкин. Прочитируем вице-президента Ассоциации туроператоров России (АТОР) по внутреннему туризму:

«Этот инструмент стимулирования спроса был беспрецедентно полезным для отрасли в период пандемии и особенно в 2022 году, когда весной продажи ощутило просели. В этом году, по оценке туроператоров по внутреннему туризму, спрос в таких мощных инструментах стимулирования пока не нуждается, по крайней мере в данный период времени».

Эксперт уточнил, что программа туристического кешбэка воспринималась людьми в качестве проявления заботы со стороны властей, подчеркивалась важность путешествий по России. Сергей Ромашкин отметил, что дальнейшее использование туристического кешбэка может носить точечный характер. То есть применяться в каких-то регионах во время низкого сезона. Также возможно адресное применение, например для семей с невысоким уровнем дохода.

Ранее в СМИ публиковалась информация от Министерства экономического развития об отсутствии планов в текущем году по запуску детского и туристического кешбэка в том виде, в котором они работали в 2020 — 2022 годах.

<https://hotelier.pro/news/item/v-nastoyashchee-vremya-turisticheskiy-keshbek-ne-nuzhen/>

## **2. Гостиничный рынок Москвы и Московского региона**

### **В Москве подсчитали туристический поток за 2022 год**

В прошлом году российскую столицу посетили 17.9 миллиона путешественников. По сравнению с 2021 годом число гостей выросло на 1 миллион человек. Такая информация появилась в СМИ в минувшую среду со ссылкой на мэра Москвы Сергея Собянина.

Туристический поток в 2022 году составил 71% от результатов рекордного 2019 года. Дополнительно сообщается, что доходы московской туристической отрасли в прошлом году составили 879.1 миллиарда рублей, что на 22.7% больше чем в 2021 году. Бюджет города получил 120.4 миллиарда рублей.

Мэр Москвы отметил, что 90% путешественников приехали из других регионов России. В среднем, поездка длится 5 дней, а затраты туриста составляют около 37 300 рублей. Отмечается полное восстановление бизнес-туризма. Порядка 20% все поездок приходится на людей, которые приезжают в Москву с деловыми целями. Деловой туризм вырос на 6% по сравнению с 2019 годом. Также наблюдается двукратное увеличение доли медицинского туризма по сравнению с 2021 годом. Доля таких поездок составила 5.4% от общего числа визитов.

<https://hotelier.pro/news/item/v-moskve-podschitali-turisticheskiy-potok-za-2022-god/>

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

#### **Вихревой год в зеркале рейтингов**

В январе 2023 года вышли сразу два глобальных рейтинга, посвященных внутреннему туризму в России. Что они отразили?

Очевидно, что внутренний туризм в России развивается неравномерно. Рейтинги «подсветили» лидеров и аутсайдеров (исходя из предложенной методологии).

Первый рейтинг – это «Национальный туристический рейтинг-2022». Он составлен журналом «Отдых в России» совместно с Центром информационных коммуникаций «Рейтинг».

В целом 2022 год стал достаточно успешным для туризма – практически все показатели, рассматриваемые в рамках данного рейтинга, выше предыдущего года, сообщают составители обзора.

Критериями для оценки развития туристической отрасли российских регионов, их туристической привлекательности и туристического потенциала, популярности среди отечественных и иностранных туристов (!) составители рейтинга заявили:

#### *1. Уровень развития туристической отрасли и гостиничной инфраструктуры:*

- число коллективных средств размещения (гостиниц) в регионе;
- число мест в коллективных средствах размещения региона;
- число турфирм (организаций и индивидуальных предпринимателей), работающих в регионе;
- количество мест в объектах общественного питания (рестораны, кафе, бары) на 1000 жителей региона.

(Данные за 2021 год предоставлены Федеральной службой государственной статистики).

Таким образом, составители рейтинга пошли вслед за логикой властей – для роста внутреннего туризма необходим рост номерного фонда в коллективных средствах размещения, а потому уровню развития гостиничной инфраструктуры отводится одно из приоритетных значений.

#### *2. Доходность отрасли туризма и гостеприимства, ее вклад в экономику региона:*

- доходы коллективных средств размещения;
- объем платных туристических услуг населению региона.

#### *3. Развитие санаторно-курортной отрасли региона:*

- число размещенных лиц в санаторно-курортных организациях;
- доходы санаторно-курортных организаций от предоставляемых услуг.

#### *4. Популярность региона у туристов, приезжающих на несколько дней:*

- число граждан РФ, размещенных в коллективных средствах размещения;
- число ночевки в коллективных средствах размещения.

5. *Популярность региона у иностранцев: численность иностранных граждан, размещенных в коллективных средствах размещения.*

6. *Туристская уникальность и привлекательность региона:*

- количество объектов культурного наследия, включенных в государственный реестр.

7. *Уровень преступности в регионе: количество совершенных преступлений на 100 тысяч населения региона.*

8. *Интерес к региону в Интернете как к месту отдыха:*

- количество запросов в поисковых системах об отдыхе в регионе.

Рассчитывается по количеству запросов в поисковой системе «Яндекс» по ключевым словам: «Отдых + наименование региона».

9. *Продвижение туристического потенциала региона в информационном пространстве:*

- количество публикаций и сообщений в СМИ с упоминанием региона.

Рассчитывается по количеству публикаций в СМИ 2022, по ключевым словам: «Туризм + наименование региона».

По каждому из критериев на основе анализа открытых источников и ведомственной статистики за 2021–2022 годы были подготовлены 15 таблиц и проведено соответствующее ранжирование. Первое место в каждой таблице давало 8,5 балла. За каждое последующее место снималось по 0,1 балла. Так, 15 таблиц образовали сводную таблицу, где по сумме баллов, с учетом экспертной оценки, были определены лидеры и аутсайдеры Национального туристического рейтинга.

По сравнению с исследованием за 2021 год Топ-30 за 2022 год претерпел лишь небольшие изменения. Лидером рейтинга вновь стал Краснодарский край, хотя и «просевший» в 2022 году по ряду показателей.

Значительно улучшила свои показатели, в том числе, по приему туристов, Московская область, но по совокупности баллов не смогла опередить лидера рейтинга.

Москва тоже постепенно выходит из постковидного пика, имеет великолепные показатели по многим критериям рейтинга, но невысокие по санаторно-курортным услугам.

На этот раз в итоговой таблице Крым и Санкт-Петербург поменялись местами. Благодаря успешному туристическому сезону Санкт-Петербург оказался на 4-м месте.

На 6-е место вырвалась Нижегородская область. Сравнительно близкий к Москве областной центр, отметивший в 2021 году 800-летие и ставший Новогодней столицей России, а также малые города региона притягивают все больше туристов.

Улучшили свои позиции по сравнению с прошлым рейтингом Башкирия, Владимирская, Калининградская, Новосибирская, Тюменская, Челябинская области. Остальные регионы в большинстве сохранили свои места – отмечают авторы исследования.

Неплохой рывок вверх сделала Ленинградская область. Имеющий очень приличный туристический поток и 5,6 млн потенциальных туристов – жителей Санкт-Петербурга – регион вошел в первую двадцатку.

Кузбасс начал активно продвигать свой национальный маршрут «Кузбасс в сердце» и летние маршруты по Шерегешу и тоже вошел в когорту лидеров.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

Регионом-открытием этого года смело можно назвать Дагестан. По количеству запросов в поисковых сетях рост аж в 4 раза – по этому показателю регион вышел на 4-е место по России. И хотя интерес к республике у россиян был уже давно, именно в 2022 году Дагестан стал настоящим хитом. Перспективное развитие курортов на Каспийском море – одно из направлений национального проекта.

«Я полагаю, что имеющаяся стратегия развития туристической отрасли в следующем году будет пересмотрена. У Комитета есть свои предложения и наработки, в каком направлении, а точнее, в каких направлениях мы можем двигаться – например, не пытаться определить какой-то единый путь развития для всех российских регионов одновременно, а прописать отдельные сценарии для разных территорий – морских курортов, природных заповедников, крупных мегаполисов и т.д. – и позволить развиваться им согласно этим сценариям», - прокомментировал Национальный Туристический Рейтинг *Сангаджи Тарбаев, председатель Комитета Государственной Думы по туризму и развитию туристической инфраструктуры.*

#### Национальный туристический рейтинг-2022:

1	Краснодарский край	121,7
2	Московская область	119,2
3	Город федерального значения Москва	118,9
4	Город федерального значения Санкт-Петербург	117,9
5	Республика Крым	112,7
6	Нижегородская область	106,8
7	Приморский край	105,4
8	Алтайский край	105,1
9	Республика Татарстан	104,2
10	Самарская область	101,1
11	Республика Башкортостан	99,2
12	Новосибирская область	96,6
13	Челябинская область	96,1
14	Ставропольский край	95,8
15	Иркутская область	92,6

16	Тюменская область	92,4
17	Свердловская область	91,2
18	Калининградская область	90,8
19	Ленинградская область	90,2
20	Сахалинская область	90,1
21	Ростовская область	89,9
22	Пермский край	88,7
23	Ярославская область	85,7
24	Владимирская область	84,8
25	Саратовская область	82,9
26	Тверская область	79,2
27	Тульская область	78,2
28	Красноярский край	78,1
29	Республика Карелия	77,7
30	Кемеровская область – Кузбасс	76,6
31	Воронежская область	73,5
32	Волгоградская область	73,2
33	Вологодская область	72,3
34	Омская область	70,5
35	Калужская область	70,1
36	Астраханская область	68,5
37	Республика Бурятия	66,8
38	Удмуртская Республика	65,6
39	Рязанская область	65,2
40	Оренбургская область	64,3

41	Белгородская область	63,8
42	Чувашская Республика	63,3
43	Мурманская область	62,3
44	Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	62,1
45	Республика Дагестан	61,8
46	Пензенская область	61,7
47	Архангельская область	61,6
48	Псковская область	61,2
49	Ивановская область	60,8
50	Ульяновская область	59,3
51	Кировская область	58,1
52	Хабаровский край	56,9
53	Новгородская область	56,4
54	Кабардино-Балкарская Республика	54,2
55	Город федерального значения Севастополь	53,4
56	Липецкая область	52,6
57	Костромская область	50,6
58	Брянская область	49,7
59	Амурская область	49,3
60	Курская область	47,6
61	Смоленская область	45,4
62	Камчатский край	44,2
63	Республика Хакасия	43,7
64	Республика Коми	41,8
65	Чеченская Республика	40,3

Мировые события 2022 года привели к перестройке направлений движения всех отраслей российской экономики и имеют долгосрочные последствия. Событийная индустрия, зеркально отражающая социально-экономические реалии, также столкнулась с необходимостью поиска путей и механизмов адаптации к изменяющимся условиям – констатируют составители еще одного рейтинга -

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



«Рейтинга событийного потенциала регионов»®©, подготовленного Выставочным научно-исследовательским центром (ВНИЦ) R&C.

Основная цель составления Рейтинга заключается в определении ключевых факторов, влияющих на развитие региона как событийного направления и оценке уровня их развития и степени интеграции в социально-экономическую сферу в каждом регионе.

Традиционно, в тандемах, обусловленных общностью социально-экономического развития, рассматриваются Москва и Московская область, Санкт-Петербург и Ленинградская область, республика Крым и город Севастополь. При этом результаты Москвы, как столичного региона, обладающего большими ресурсными возможностями, не учитываются в итоговом распределении мест.

В данном Рейтинге оценивается потенциал 81 региона по 26 ключевым показателям, объединенных в 6 тематических блоков: «событийная инфраструктура», «продвижение региона как событийной дестинации», «политика региона в области событийной индустрии», «опыт проведения крупных международных мероприятий в регионе», «туристический потенциал» и «событийный туризм в регионе».

В 2022 году в дополнение к основному Рейтингу были рассчитаны два внерејтинговых показателя:

- креативный потенциал
- состояние гостиничной инфраструктуры

Эти показатели характеризуют степень развитие смежных отраслей, однако в итоговое исчисление Рейтинга событийного потенциала регионов России эти показатели составители не учитывали.

Лидером событийного рейтинга вновь стали Санкт-Петербург / Ленинградская область

Свердловская область удержала свое второе место за счет высоких показателей в блоке событийной инфраструктуры и активных действий региональных властей, направленных на разработку и реализацию стратегии развития отрасли и мер ее поддержки. Между тем, в Национальном Туристском Рейтинге Свердловская область идет только на 17-м месте.

В рейтинге событийного потенциала Свердловскую область догнал Татарстан (в Национальном Туристском Рейтинге у Татарстана 9-е место). Успех региона обусловлен активными мерами по удержанию и привлечению мероприятий, а также усилиями, направленными на продвижение региона как туристической дестинации на внутреннем и внешнем рынке.

Далее, на четвертое место, поднялся Краснодарский край (лидирующий в туристском рейтинге), набравший максимальные баллы в блоке показателей развития инфраструктуры за счет увеличения количества конгресс-отелей и объема номерного фонда средств размещения, а также улучшивший показатели транспортной доступности.

Лидерами роста в первой двадцатке Рейтинга стали Калининградская (18-я в туристском рейтинге), Новгородская (53-я позиция в туристском рейтинге) и Новосибирская (12-я по туризму) области. Калининградская область прибавила восемь позиций и впервые вошла в пятерку лидеров Рейтинга событийного потенциала.

Таким образом, прослеживается такая ситуация, что регионы, отмечаемые в лидерах внутреннего туризма, нередко отстают в событийном аспекте и – наоборот!

Это нормально? Или над таким положением дел регионам нужно задуматься?

## Топ-20 внерейтингового показателя устойчивого развития гостиничной инфраструктуры регионов России\*

Регион	Место
Краснодарский край	1
Санкт-Петербург и Ленинградская область	2
Республика Татарстан	3
Ставропольский край	4
Республика Крым	5
Калининградская область	6
Свердловская область	7
Самарская область	8
Ростовская область	9
Нижегородская область	10
Ярославская область	11
Приморский край	12
Новосибирская область	13
Челябинская область	14
Иркутская область	15
Волгоградская область	16
Республика Башкортостан	17
Тюменская область	18
Пермский край	19
Тверская область	20

Источник: ВНИЦ R&C

Видим, что в ТОП-20 событийного потенциала не попали Дальний Восток и регионы Северного Кавказа (Дагестан, Чечня, Карачаево-Черкессия, Ингушетия).

Партнером внерейтингового показателя устойчивого развития конгресс-отелей выступил НИИУРС - Научно-исследовательский институт устойчивого развития в строительстве и вот какое ранжирование он вычислил:

### Топ-20 Рейтинга событийного потенциала регионов России

РЕГИОН	2022 г.	2021 г.	динамика
Санкт-Петербург и Ленинградская область	1	1	
Свердловская область	2	2	
Республика Татарстан	3	3	▲
Краснодарский край	3	5	▲
Калининградская область	4	12	▲
Республика Башкортостан	5	6	▲
Нижегородская область	6	4	▼
Приморский край	7	7	
Мурманская область	8	10	▲
Самарская область	9	9	
Красноярский край	10	8	▼
Пермский край	11	17	▲
Кемеровская область	12	11	▼
Республика Крым	13	18	▲
Иркутская область	14	21	▲
Владимирская область	15	15	
Тюменская область	16	14	▼
Новосибирская область	17	34	▲
Челябинская область	18	26	▲
Ханты-Мансийский автономный округ – Югра	19	24	▲
Новгородская область	20	35	▲

Источник: ВНИЦ R&C

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

Все ожидаемые лидеры оказались в ТОПе. Т.е. гостиничная инфраструктура хорошо развита там, где хорошо развит туризм. И – наоборот!

«Не думаю, что мы увидим в 2023 году новые, неизвестные направления, - говорит Сергей Ромашкин, генеральный директор туроператора «Дельфин». - Россия в целом хорошо освоена туристами и все направления им известны. Сегодня туристы предпочитают хорошо проверенные варианты отдыха, эксперименты позволяет себе только молодежь.

Популярные направления станут еще популярнее, малопосещаемые регионы останутся на вторых ролях. Регионы существенно отличаются и по туристическому потенциалу, и по готовности к приему, возможно, и не везде нужно развивать массовый туризм».

Впрочем, мы живем в вихревое время. Как поведут себя тренды дальше – можно только прогнозировать (с опорой на ту или иную эмпирику и умозаключения). Hotelier.pro как никогда пристально следит за трендами рынка и их эволюцией

<https://hotelier.pro/news/item/vikhrevyy-god-v-zerkale-reytingov/>

### **В Карелии официально зарегистрировали первый плавучий отель**

Объект прошел регистрацию в Российском морском регистре. Об этом в минувший вторник сообщили СМИ со ссылкой на руководителя региона Артура Парфенчикова. Первой компанией, которая зарегистрировала хаусбот (плавучий отель), стала карельская фирма «Лаутта». Гостевые домики расположены в акватории Ладожского озера.

Глава Карелии отметил, что плавучие гостиницы теперь можно размещать легально, а регистрация в морском регистре пройдет по упрощенной схеме. Власти региона будут компенсировать затраты бизнеса на покупку и строительство таких средств размещения. Напомним, что ранее в СМИ публиковалась информация, в соответствии с которой туристический поток в Карелию в 2022 году составил 1 070 000 человек. По сравнению с 2021 годом число путешественников выросло на 12%. По прогнозам на 2023 год, турпоток в регион может вырасти на 10% относительно 2022 года.

<https://hotelier.pro/news/item/v-karelii-ofitsialno-zaregistrirovan-pervyy-plavuchiy-otel/>

### **28 февраля-7 марта: международная выставка HOSPITALITY ONLINE EXPO!**

Коллеги! Приглашаем на 11-ю выставку технологий, товаров и услуг для гостиничного бизнеса Hospitality Online Expo. Мы назвали весеннюю выставку “Время возможностей”. Думаем, даже объяснять не надо, почему именно так. Прошлый год, несмотря на все “острые камни”, освободил для бизнеса ниши, которые ранее были заняты. Компании очень быстро сориентировались и взяли курс на импортозамещение. Но главное даже не в этом. Сейчас наиболее подходящее время для того, чтобы перегруппироваться, правильно оценить свои сильные и слабые стороны и предложить рынку самые современные, качественные и оптимальные по цене продукты, технологии и услуги. Об этом и поговорим на Hospitality Online Expo.

По традиции выставка проходит онлайн и объединяет на своей платформе отельеров и поставщиков.

*Выставка состоит из двух частей:*

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

- 28 февраля – 2 марта:

Деловая программа, в которой выступают с кейсами поставщики и производители товаров и услуг – наиболее авторитетные эксперты в гостиничной индустрии.

Тематические блоки Деловой программы:

Управление \* Эксплуатация \* Комплектация \* Технологии \* Обучение \* Глэмпинги

- 28 февраля – 7 марта (т.е. все время выставки):

Работа виртуальных стендов компаний. Отельные могут посетить стенд любой компании, узнать новинки, договориться о наиболее выгодных условиях сотрудничества.

*Кратко о Hospitality Online Expo:*

Первая онлайн выставка технологий индустрии гостеприимства, проводится с 2018 года дважды в год.

Выставку посещают свыше 1500 отельеров. География: Россия + 19 стран, 300+ городов.

Около 70% отельеров находят здесь необходимого поставщика и заключают контракт. Неограниченные возможности для нетворкинга. На протяжении всей выставки отельеры могут посетить онлайн-стенды экспонентов, назначить онлайн-встречу, задать в чате уточняющие вопросы.

В выставке могут принять участие неограниченное количество сотрудников: достаточно вывести трансляцию на большой экран. Участие для отельеров бесплатное.

<https://hotelier.pro/news/item/28-fevralya-7-marta-mezhdunarodnaya-vystavka-hospitality-online-expo/>

### **Холдинг AVA Group и курорт «Роза Хутор» стали партнерами по управлению гостиничными объектами**

4 и 5 корпуса апартаментов VALSET в Роза Долине и комплекс Rosa Village в Горной Олимпийской деревне перейдут под управление отельного оператора Lee Prime (входит в состав AVA Group). Новая управляющая компания планирует изменить концепцию обоих проектов, повысив стандарт обслуживания и «звездность».

VALSET в результате реновации станет эксклюзивным комплексом сервисных продаваемых апартаментов. Собственники смогут приобрести апартаменты с готовым дизайнерским ремонтом и встроенной мебелью. Дополнительно сервисная управляющая компания предложит заключить договор доверительного управления для получения резидентом пассивного дохода. Для гостей и резидентов апартаментов будет предусмотрена система клиентской лояльности как курорта, так и сети отельного оператора.

В отеле ROSA Village будет повышен стандарт обслуживания. В 15 корпусах, кроме 125 просторных, комфортабельных номеров разместится ресторан, также гостям будут предложены авторские spa&wellness программы, разработанные специалистами Lee Prime Medical (входит в состав AVA Group). Работы по реновации продолжатся в течение текущего года, а в начале 2024 года обновлённый отель примет первых гостей. Общий номерной фонд курорта «Роза Хутор» остается прежним и составит почти 3000 номеров.

<https://hoteliernews.ru/holding-ava-group-i-kurort-roza-hutor-stali-partnerami-po-upravleniyu-gostinichnymi-obektami>

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

#### **4. Юридический практикум для отельеров и вопросы гостиничной безопасности**

##### **Фонтан фальшивых отзывов**

Будьте готовы - искусственный интеллект, как в свое время Фантомас, готов разбушеваться!

Генеративный\* искусственный интеллект (ГИИ), такой как ChatGPT, угрожает подлинности и достоверности онлайн-обзоров.

Отельеры, заинтересованные в мнениях и рекомендациях своих сообществ, должны принять во внимание потенциал и угрозу (!) ГИИ в рассылке поддельных отзывов. Количество сгенерированных отзывов может вскоре затопить рынок – предупреждает известное издание Skift.

Отзывы в таком случае просто потеряют значимость. Большинство из них будет ловкими фейками.

Представитель TripAdvisor Брайан Хойт сказал, что компания держит на радаре влияние ChatGPT на циркулирующий на рынке контент.

Надо сказать, что и Skift, и Hotelier.pro уже обращались к теме фейковых отзывов – см. публикацию **БОРЬБА С ФЕЙКОВЫМИ ОТЗЫВАМИ**.

Между тем, созданный компанией OpenAI генеративный ИИ ChatGPT набрал миллион пользователей всего за пять дней. А первого февраля 2023 года стало известно, что студент Российского государственного гуманитарного университета (РГГУ) написал дипломную работу с помощью чат-бота ChatGPT и смог защитить её, получив оценку «удовлетворительно».

После того, как об этом написали СМИ, представители РГГУ предложили ограничить доступ к ChatGPT в образовательных организациях, поскольку чат-бот способен негативно сказаться на обучении.

«Возникшая ситуация актуализировала необходимость оперативного решения задач, связанных с разработкой инструментов распознавания использования нейросетей ...», - добавили в ВУЗе.

Стоит заметить, модель GPT-3 оперирует с 175 млрд. входных параметров. Следующая крупная итерация этого проекта, GPT-4, которую OpenAI собирается довести до ума уже в 2023 году, должна будет работать уже примерно с 100 трлн доступных для тренировки параметров – что превышает количество синапсов в человеческом мозге. Бот ChatGPT построен на промежуточной версии данной языковой модели, GPT-3.5, и для её тренировки использовался массив текстов на естественных языках (статьи из «Википедии», книги, посты в соцсетях и пр.).

«Мы всегда стараемся быть на шаг впереди мошенников. ChatGPT – это новая технология, которую мы рассматриваем как вызов для обеспечения эффективности обзоров на нашей платформе», - говорит Хойт.

Тексты обзоров, сгенерированные ChatGPT, содержат отказ от ответственности, но вряд ли они будут помечены как таковые, потому что это не является обязательным требованием ни на одной платформе с отзывами.

Хотя TripAdvisor еще не опубликовала свой отчет о прозрачности обзоров за 2022 год, отчет о прозрачности обзоров за 2021 год показывает, что по меньшей мере 1 миллион отзывов из примерно 26 миллионов, представленных на сайте компании в течение этого года, были фальшивыми \*\*.

Однако от ИИ может быть и польза. Ни компании, ни потребители не могут просмотреть 30 000 отзывов об одном месте, одном объекте, а ИИ может. Может просмотреть и проанализировать. Ранжировать отзывы, выделить интересное.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

Интересно, что семантический анализ отзывов готовит компания TravelLine.

«Прям текст будем разбирать гостей», - сообщил Александр Ешмеков, директор по работе с отелями компании TravelLine, на международном туристическом форуме Travel Hub «Содружество» в Санкт-Петербурге (см. обзор).

А вы как работаете с отзывами? Готовы к знакомству с нейросетями?

*\*Генеративный ИИ - это тип искусственного интеллекта, который отвечает за создание нового, оригинального контента.*

*\*\*Мошенники научились воровать и голос человека: недавно стартап ElevenLabs выпустил в свет нейросеть, способную подделывать речь любым голосом.*

Для генерации фейкового голосового сообщения достаточно короткого аудио, которое можно получить методом «прозвона» - когда вам звонят с незнакомого номера и просто молчат в трубку. Обезопасить себя будет сложно. Стоит придумать с родственниками и друзьями кодовую фразу, например.

<https://hotelier.pro/news/item/fontan-falshivyykh-otzyvov/>

## **5. Гостиничный рынок за рубежом**

### **Города Европы с самым интенсивным строительством отелей**

По данным консалтинговой компании Lodging Econometrics, строительство отелей находится на подъёме по всей Европе. Но есть города, где оно ведётся особенно активно.

*Рейтинг городов:*

Лондон, Великобритания (строятся 80 новых отелей на 13 683 номера)

Дюссельдорф, Германия (46 отелей на 8 492 номера)

Париж, Франция (35 отелей на 5 540 номеров)

Лиссабон, Португалия (34 отеля на 3 850 номеров)

Стамбул, Турция (32 отеля на 6 598 номеров)

За весь 2022 год в Европе было открыто 447 новых отелей на 64 898 номеров. Аналитики прогнозируют, что количество вновь открытых отелей в 2023 году достигнет 421 на 62 281 номер, а в 2024 году к ним добавится еще 419 новых гостиниц на 64 016 номеров.

*Странами с самым интенсивным гостиничным строительством в Европе являются:*

Великобритания (309 проектов на 46 296 номеров)

Германия (258 проектов на 44 692 номера)

Франция (152 проекта на 17 338 номеров)

Португалия (123 проекта на 14 811 номеров)

Польша (85 проектов на 12 205 номеров)

На эти пять стран приходится 54% построенных отелей и 51% номеров в общем объёме строительства отелей в Европе.

<https://hoteliernews.ru/goroda-evropy-s-samym-intensivnym-stroitelstvom-otелей>



## 6. Полезное и интересное для отельера

### Новый тренд в дизайне отелей – максимализм

После пандемии многие путешественники склонны к «максималистской» эстетике, они хотят погрузиться в изобилие цвета, узора, текстур – говорит Билл Бенсли, архитектор из Нью-Йорка.



Дизайнер Наталья Мияр наполнила лондонский отель The Twenty-Two театральным изобилием - от бронзы до папье-маше. Гостиничный бренд Accor 25hours насытил холлы своих объектов - от стен до стен – различными безделушками, пишет известное международное издание Skift

Еще один пример максимализма в действии – оформление отеля InterContinental Khao Yai Resort. Номера в нем размещены в перепрофилированных вагонах исторического поезда.



Интересно, что первоначальный план оформления номеров в стиле, напоминающем об эпохе короля Рамы V, был отброшен, когда Бенсли увидел заброшенный вагон поезда. Влив атмосферу «Вилли Вонки» в интерьер отеля, дизайнер придумал повествование о проводнике поезда Сомсаке в качестве ведущей темы для отеля.

В номерах размещены вывески станций, старинные багажные полки, а в некоторых номерах и двухъярусные кровати. Бар называется Caboose, спа – Back on

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

*Фокус – Москва и столичный регион*



Track, а интерьеры ресторана Somying's Kitchen — это наполовину провинциальный вокзал, наполовину американская закусочная.

Не сговариваясь с американским специалистом, но по интересному совпадению дизайнеры, работавшие над интерьером нового отеля Obolensky 4\* в Санкт-Петербурге, стилизовали ресторан отеля под вагон императорского поезда.



Интересно, что, когда в преддверии 2022 года социальная сеть TikTok обнародовала некоторые модные словечки в области дизайна, используемые сообществом креативщиков, в Airbnb увидели, что эти же (!) модные словечки используют в описаниях и хештегах многие hosts (арендодатели).

В совместном отчете TikTok и Airbnb отметили, что акцент в дизайне интерьера заметно сместился с минимализма, который был модным в течение десяти лет, на максималистские стили.

Анализируя модные слова о дизайне жилых помещений, Airbnb отранжировал их в соответствии с тем, сколько раз они появлялись в описании объектов у хозяев арендной недвижимости. Получился своего рода хит-парад.

Возглавил его «коттедж-декор» (cottagescore) — он встретился в 110 000 описаниях. Эстетика коттедж-декора эксплуатирует идею сельского образа жизни с использованием таких материалов, как узорчатые старинные обои, цветочная обивка, дерево.

#### *Сезонный декор.*

На Airbnb появилось 90 000 объявлений с сезонными натюрмортами на тему Дня Благодарения, Рождества, Нового Года и др.

#### *Эклектичный ностальгический стиль.*

Этому тренду соответствует обилие предметов, форм и ярких цветов. На Airbnb объявления со словами «диско», «эkleктика», «ностальгия», «70-е» и «психоделия» появляются в более, чем 50 000 объявлениях.

#### *Ботанический стиль.*

Увлечение растениями в горшках не сбавляет обороты: хэштег #PlantTok набрал в общей сложности 1,6 млрд. просмотров. На Airbnb почти в 45 000 объявлениях используются ботанические модные словечки — такие, как растения в горшках, пышная зелень.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

### *Максимализм.*

На TikTok увидели, что ролики о дизайне интерьера отходят от скупого минимализма в сторону максимализма. На Airbnb появилось более 35 000 объявлений с такими ключевыми словами в описаниях, как «бархат», «смешанные узоры», «животные принты» и т. д.

«Проектирование отеля сродни созданию голливудского фильма. Оба нуждаются в захватывающей сюжетной линии, - замечает Билл Бенсли. - Основная сюжетная линия как ДНК пронизывает каждый аспект отеля - от интерьеров до вывесок и униформы, все следует канве повествования. И тогда отель действительно оживает!».

Впрочем, помимо сюжета, захватывающей истории, дизайн номеров в отелях должен отличаться правильной эргономикой.

«В матрасах мы не идём к «умным» или «красивым». Мы идём к долгоиграющему функционалу», - говорит, например, Елена Усачева, эксперт-практик по оснащению мебелью объектов NoReCa (см. интервью с ней на [Hotelier.pro](https://hotelier.pro)).

«На стадии проектирования и подбора обивки рекомендую делать фотопробы именно в вашем помещении именно при вашем освещении. Цвет обивочного материала достаточно сильно искажается при искусственном освещении и при разном его проектировании. Горизонтальное и вертикальное исполнение при монтаже может давать сильный разнотон, - продолжает эксперт. – А ведь селфи ваших сегодняшних гостей – это ваш будущий трафик».

Так что, исходите ли вы из «максималистского» дизайна или остаетесь приверженцем лаконичного стиля, вам нужно подружить «лирику» с «физикой» - уложить креатив дизайнера в рамки функциональной целесообразности. Полет фантазии множит косты. Но отсутствие креатива снижает эмоциональное воздействие объекта на гостей – гости не «намагничиваются».

У отельера, как у самурая, есть путь – и путь этот между «минималкой» и «максималкой» в предложении. Выбирайте.

Материал Павла Баскакова

<https://hotelier.pro/news/item/novyy-trend-v-dizayne-oteley-maksimalizm/>

### **Реновация: Быть или не быть, вот в чем вопрос?**

**Дмитрий Богданов:** Александра Лесника из Hotel Consulting and Development Group знают многие в нашей индустрии не только по гостиницам Marriott, Hilton, Sheraton, InterContinental, Radisson и Best Western в разных городах России, в создании которых он принимал участие, но и по его уникальному трехтомнику «Организация и управление в гостиничном бизнесе», по которому постигают профессию во многих учебных заведениях гостиничного профиля.

Я познакомился с ним лично на одном из НВФ, где он в качестве модератора панельной дискуссии GM российских гостиничных управляющих компаний осуществил практически «вынос мозга» реальными реалиями о нашем бизнесе. Уже тогда я для себя решил, что надо найти время и поговорить с ним о том, что меня волнует. И вот сегодня такая возможность появилась.

**Дмитрий Богданов:** Александр, по оценке ряда экспертов более 70% номерного фонда отелей и санаториев Юга России нуждаются в реновации. Но как сделать не просто ремонт, а реально создать объекту размещения условия для успешного развития бизнеса на годы вперед?

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

**Александр Лесник:** Ох, Дмитрий, «дайте мне рычаг, и я переверну землю»! Действительно, как внести новшества в «застоявшиеся» гостиничные реалии наших курортов, в которых наряду с закономерной обветшалостью интерьеров и нерациональностью функционального зонирования, и сам бизнес уже давно «кричит тону». Как создать концепцию, которая будет «работать» на 10 лет вперед, т.е. практически к следующей плановой реновации? Ни дать, ни взять вопрос актуальный и дискуссионный. Многие сегодня пытаются найти выигрышный микс, позволяющий в стенах одного объекта охватить большую часть сегментов спроса. Я не думаю, что мы можем себе позволить, во всяком случае, на данном этапе развития нашей индустрии, пойти по пути сильной специализации: здесь для мальчиков, здесь для девочек, здесь для любителей классики из натурального дерева и камня, а здесь для хипстеров из пластмассы и пенопласта. Ни один из упомянутых сегментов спроса по отдельности сегодня не сможет обеспечить приемлемый уровень рентабельности.

Честно скажу у меня нет однозначного ответа на Ваш вопрос, нет готового рецепта или кейса, типа походи туда, сделай то-то и будет тебе счастье. Поскольку конкретика «куда и как» рождается в процессе, когда погрузился в проект, прочувствовал локейшн, разобрался в текущих и долгосрочных проблемах, посмотрел, что было и что будет вокруг, опять же поговорил с персоналом. Только тогда и рождаются первые наброски будущих изменений. Но и это только половина дела. Главное проблема будет в убеждении владельца в том, что надо сделать «вот так», ну Вы, Дмитрий, сами знаете, как это бывает на практике, вокруг же полно «модных» консультантов.

**Дмитрий Богданов:** Александр, Вы один из самых опытных экспертов в России в вопросах реновации отелей, с роскошным портфолио реализованных проектов. На что стоит обратить внимание тем отельерам, кто подумывает о реновации?

**Александр Лесник:** Да ладно, Дмитрий, Вы мне льстите, хотя что греха таить, наверное, мне просто повезло работать с интересными проектами. А такими реновациями как «Ritz Carlton» на Тверской или «Four Seasons» на Манежной можно даже гордиться. А думать полезно всегда. Тем более о том, «стоит ли игра свеч» или «можно ли в воду, не зная броду». Поясню свою мысль на примере. Сейчас занимаюсь в Вашей дестинации концепцией реконструкции одного брендированного 5-ка. И не только с точки зрения смены пыльных штор и изношенных плитингов, но и изменений в функциональном зонировании, в целях повышения коммерческой отдачи от показавших свою неэффективность пространств. Одна из них — F&B. Заезженная тема... как повысить выхлоп, как увеличить оборачиваемость, как привлечь гостей с улицы, как, как, как? И вот в этой связи у нас был весьма интересный эксперимент по скрещиванию «белки с пескарем».

Представитель владельца наслушавшись «модняка» решил поплавать в современной «струе» и по собственному почину привлек в нашу «команду» одного популярного ресторанный блогера. Извините, про персоналии не буду. Типа он научит нас как сегодня надо зарабатывать. И Вы знаете, это было даже интересно! Интересно насколько я устарел/отстал/потерялся в своей приверженности к классике жанра и мануалам ведущих гостиничных брендов. Нет, я не про люстры из автомобильных фильтров, стен из неструганых досок и мха, благоухающего сквозь стены панорамного лифта. Про это сегодня многие вещают — типа ««Зацените это конкретно «Вау»»!!! Где они видят там «Вау», я видимо в силу своего классического образования в César Ritz, не способен узреть. Вон у Дмитрия Макарова в «Ривьере» действительно «Вау»! От салфетки, до зубочистки. Школа «Метрополя» есть школа.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

Я уж не говорю про «эксплуатационку» ... как будут пахнуть эти автолюстры, когда напитаются кухонными ароматами, а щели винтажного коридора забьются пылью и грибок, а некогда живописная зелень мха покроется чернотой от выработки лифта, сдобренной пылью сквозняков и плесени. «Эксплуатационка» она знаете такая, беспощадная к гламуру. Это с трибуны про нее вещать просто, а когда ежедневная рутина, там не все так розово. Итог этого сотрудничества был предсказуем! Когда владелец понял, что ему предлагают в «а ля карт» реализовать «продвинутую» концепцию чипсов с гамбургерами, роллов с «нашей колодой» и коктейли из баночки с орешками для «сетевых хипстеров» его энтузиазм как-то поутих и мы вернулись к классике ресторанных историй, на которые всегда будет спрос.

**Дмитрий Богданов:** Какие наиболее типичные ошибки допускают отельеры, не имеющие опыт реновации объектов?

**Александр Лесник:** Да они одинаковы у всех и все они подпадают под проверенную веками народную мудрость: «Лучше синица в руке, чем журавль в небе», «Семь раз отмерь, один раз отрежь» или «по Сеньке и шапка». Это и есть столпы любой реновации. Давайте поясню эти истины в нашей терминологии и на конкретных примерах. Про «Семь раз отмерь, один раз отрежь», хорошо подойдет уже упомянутый сетевой объект. Исходя из моего опыта, команда заходящая, на объект в условиях действующего производства в своей работе должна использовать основное правило врача — «Не навреди»! Ну, к примеру, опять про F&B. В ресторане, что самое главное? Правильно — меню, которое каждый шеф-повар делает под себя и под себя же выстраивает перечень необходимого оборудования и логистику техпроцесса. Поэтому, если Вы от «балды» будете предлагать даже самые новомодные схемы без привязки к текущей ситуации и глубокого понимания существующих внутренних процессов, то Вас попросту попросят «пойти тренироваться на кошках».

А вот «про синицу в руке». На входе в проблему: выведенный из эксплуатации двухэтажный ночной клуб с не типичной планировкой, как пристройка к высококлассному отелю конгрессной направленности. Менеджмент отеля покрутив этот аппендикс и так, и так, поигравшись то с пивнушкой, то с «японской» кухней, видимо не принёсших ожидаемого прикупа, предпочел потихоньку прикрыть эту забегаловку, отрицательно влияющую на GOP. Первоначально я увидел там «арт-кафе с винотекой», но владельца эта идея не вдохновила. Уж очень он хотел получить там гриль-ресторан, воспоминания о котором он привез с побережья одной из ныне недружественных стран.

Мы поначалу призадумались «как к пылесосу приклеить метлу». И решение появилось! «Улица» там представлена пешеходным променадом, с которого заманить клиентов в ресторан высокого класса скажем так не очень. Но там запланирована интересная фишка — там начали делать марину для яхт... спешно эвакуируемых из зарубежных дестинаций. Бинго! Вот это и будет целевой аудиторией нашего гриля. И дело пошло. Причем без излишнего креатива, поскольку любители красивых яхт и их не менее красивые «рыбки» предпочитают классику дорогого полированного дерева и ласкающий обоняние гриль с интересным винным миксом. Результат — и владелец доволен, поскольку гриль соблюли, и мы свою концепцию особо не перекроили. Вот так бывает на практике.

Ну и про «Сеньку с шапкой». Понятно, что любое вдохновение, любая креативная фишка или концепция должна изначально базироваться на «возможностях». При любой, пусть даже самой легкой реновации, типа банальной косметики надо опираться на финансовый фундамент владельца и его понимание реальной «эксплуатационки». Да, хочется красиво, сразу и на долго — это я про

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

профессиональную сантехнику, кровати и матрасы и прочие «штучки», присущие брендированным отелям, но не все могут себе такое позволить и часто конечным результатом таких «уступок» становится материалы и комплектующие с местного строительного рынка. Результат... не мне Вам рассказывать про облезшую через полгода эмаль с ванн и унитазов, про покрывшиеся черной поволокой межплиточные швы и бордюры ванн и завывающие стаей бездомных собак вентиляторы в гостиничных санузлах. Про номерной фонд, коридоры продолжать не буду.

Кстати, вот про что еще забыл. Про внимание к мелочам, которые рожают совершенство. Поскольку совершенство уже не мелочь, а весомое конкурентное преимущество.

Как-то прикидывая типологию номеров для одного регионального проекта, я поймал себя на мысли, что вижу у разных брендов один и тот же номер в весьма диаметральных конфигурациях. В частности, речь про Twin (для тех, кто не в теме — это когда в двухместном стандарте кровати стоят по отдельности) и расположение в нем прикроватных тумбочек. В одних концепциях они стоят в классическом стиле — это когда по краям кроватей с проходом между ними. Причем расстояние это у всех по-разному от 10 см до принятых у нас 0,56. Другие обходятся одной тумбочкой посередине, т.е. между кроватями. А у третьих их аж три штуки, и посередине и по краям!

И в итоге надо выбрать такую конфигурацию, чтобы и гостям было удобно и горничные вас потом не материли при ежедневной уборке, и владелец не остался в накладе. С одной стороны, вопрос «яйца выеденного не стоит», а с другой если делаешь, то всегда старайся сделать «конфетку»! Или вот на Алтае. На ныне модном курорте, называемом сибирский Давос мы исправляли зонирование в пансионате, из которого решили сделать модную концепцию. Местные «технологи» «наваляли» там под 1000 квадратов коворкингов. Что у людей в голове, город по последней переписи на 15 тысяч человек. И загрузка, летом бальнеология, зимой горные лыжи для «любителей», поскольку перепад всего 800 метров. Какие коворкинги, какие офисы. Но местные «спецы» на голубом глазу втирают инвестору острую необходимость подобной новации, поскольку все так сегодня делают. Так что по таким мелочам в итоге набегает миллиарды будущих потерь.

**Дмитрий Богданов:** Могли бы Вы привести 3-4 примера реновации у нас в стране, когда отель после нее стал заметно более успешным в сравнении с другими участниками рынка?

**Александр Лесник:** Да легко, тем более, когда не надо фантазировать, выковыривая пример из чужой практики. Ну вот из наиболее знаковых: гостиница «Ленинградская», которая после глубокой реновации стала Hilton или «Минск», ставший InterContinental. Во всех них я приложил свою руку и взамен оставленной там частички души, получил бесценную толику опыта.

«Ленинградская» на момент начала реновации представляла собой весьма потрепанный трехзвездный отель с билетом в один конец, поскольку средств у городского бюджета хватало только на поверхностную косметику. Коммуникации там были в стенах, поэтому все сыпалось на голову в буквальном смысле. А объект «исторический» и чтобы его сохранить надо было менять хозяина. Как, кому и за сколько не буду, это совсем другая история. А что касательно реновации, это было захватывающе. Чего только стоит фитнес центр с бассейном в помещении бомбоубежища. Понятное дело, что с новой концепцией и новым брендом отель занял лидирующую позицию в этом локейшене.

В «Минске» было не менее грациозно. К тому же у этого отеля история тянется еще с 19 века, практически двухвековой гостиничный роман. Реновация там была

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

*Фокус – Москва и столичный регион*



«до основания, а затем...», кстати самая благодарная и эффективная. Но, к сожалению, не такая частая, поскольку не все могут себе позволить подобный реверанс. Там впервые в Москве были реализованы санузелы с прозрачными стенами, ресторан с открытой кухней и прочие новомодные фишки, позволившие этому отелю быстро войти в рынок и занять на нем лидирующие позиции.

**Дмитрий Богданов:** В какую стоимость можно оценить (за кв.м.) стоимость реновации для отелей из разных сегментов рынка (3, 4 и 5 звезд)? Сколько по времени может занимать реновация? Что еще важного стоит учесть отельерам?

**Александр Лесник:** Здесь все сложно. А закрытием границ стало еще сложнее. Опять же исходя из множественности факторов в любом случае всегда будет получаться средняя температура по больнице. При поверхностной косметике один расклад, при глубокой, когда обдирают стены и вырывают коммуникации, другой, если «до основания, а затем», третий. Часто слышу умные дискуссии «экспертов» о том, как надо, а на деле спроси их так чем же «четверка» отличается от «пятерки», толком никто ответить не может. Не раз и не два приходилось сталкиваться с незнанием банальных истин. Да куда далеко ходить, у вас в Сочи, когда меня приглашали посмотреть «президентские» номера некоторых отелей. А я смотрю и думаю про себя, как же вы ребята далеки от классики, которую никто не отменял, не смотря на все новомодные течения. Президентский номер, тот кто в теме, увидит сразу и по зонированию, и по мебели, и по сантехнике, и по электронике, и по прочим мелким деталям, типа марки воды, туалетной бумаги, косметики, качества махры и белья. Не буду продолжать... большая тема.

Так вот, если совсем не уходить от вопроса. То как же оценить. Приведу банальный пример из практики. Меняя в номерном фонде «поцоканные в усмерть» подоконники вы какой материал сможете себе позволить — пластик, дерево или камень. Вот из таких мелочей и будет выстраиваться ценообразование, поскольку обои обоям тоже рознь.

Или вот еще из текущего. Еще один объект в Вашем городе, где из исторического наследия делают бутик отель, а рядом поставят еще две пятизвездные свечи. Уже «минус» всю лют. Меня пригласили «посмотреть» там функциональное зонирование. Владелец не стерпел «картины маслом», на которой огромные блоки венткамер практически посередине разрезают «золотые» площади входной группы. А к лобби бару и ресторану надо «продираться» через две группы тамбуров и прочие хитрости в виде полного игнорирования типологии гостевых/служебных потоков. Ну и по мелочи, типа бельепровода с этажей без нижней точки выгрузки. Про нее просто забыли! А когда вспомнили, то просто пририсовали в рабочей зоне кухни. Песня, одно слово!

Это конечно тема отдельного разговора, когда архитектор в угоду удобного для него конструктива, режет всю гостиничную технологию. Да, что-то мы в сторону от темы ушли. Так вот, инвестор параллельно с рабочей стадией проекта делает заказ дизайна номерного фонда у французов. Спрашиваю, деньги, конечно, Ваши, но зачем? «Наши» тоже весьма достойные концепции реализуют. Практически все мастера этого дела черпают свои шедевры из одних источников и по одним лекалам. Ну, наваяет французский маэстро свой «шедевр», ориентируясь на своих европейских производителей, а Вы, потом подбирая китайские субституты сведете на нет весь его первоначальный замысел. А он отвечает, через Турцию возить буду. И так бывает, в конце концов «хозяин-барин» и деньги свои он сам считает. И вот из таких больших и малых «мелочей» формируется и цена вопроса, т.е. цена потерь. Вот такая у нас с Вами простая «сложная» профессия.

<https://news-meanings.ru/renovaciya-byt-ili-ne-byt-vot-v-chem-vopros/>

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

## **О чем говорят апостолы будущего?**

Какие тренды и изменения в туризме и гостеприимстве нас ожидают по словам провидцев. К числу таких провидцев – прогнозистов - относит себя компания Wunderman Thomson. В своем новом докладе о трендах 2023 года она не прошла мимо туризма и гостеприимства. Выделим наиболее интересные места из этой части доклада.

### *Путешествие-вызов*

В этом тренде показательно стремление туристов к путешествиям, сопряженным с экстримом и познавательной, даже научной, составляющей. Речь идет о туристических экспедициях.

Путешественники называются уже не туристами, а «специалистами по миссии». Они должны соответствовать определенным физическим требованиям на силу, выносливость, подвижность и гибкость. К таким миссиям нужно готовиться. Они – вызов, а не просто путешествие

В мире после (и до новых?) локдаунов люди все чаще ищут путешествие, которое бывает только раз в жизни, особый опыт, полученный в нелегких условиях в небанальном месте.

Такой тренд (хоть и нишевый) может быть хорошей новостью для тех, кто развивает гостеприимство «у черта на куличках» (а таких мест как в мире, так и в России немало!).

Интересно, что в России Министерство образования и науки РФ утвердило в конце января 2023 концепцию развития научно-популярного туризма в стране до 2035 год (см. «Туризм ради профессиональных и научных познаний»). Хотя в ней речь не идет об экстремальных путешествиях, но ход мыслей пересекается с запросами на «про-научные» поездки.

### *Абсурдные места пребывания*

Это еще одно проявление стремления людей / путешественников к крайностям.

На первый план выходит странное, но волнующее глаз место пребывания. Путешественники ищут новые и запоминающиеся места для отдыха, которые и причудливы, и забавны. Например, в 2023 году у них появится возможность пожить в плавучем авокадо в Чили или гигантском цветочном горшке в США. Фантазиям туристов подыграли в Airbnb, вложив \$10 млн в воплощение необычных вариантов для размещения на ночь.

Тренд на абсурдность, «прикол» по своей колористике и буйству фантазии примыкает к тренду в дизайне максимализм – о нем Hotelier.pro как раз недавно рассказывал (см. статью).

### *За благословенной прохладой*

Повышение температуры в ряде мест на планете заставит путешественников искать более прохладные места – считают авторы обзора.

Благословенная прохлада может стать продуктом и мотиватором поездки, добавить конкурентного преимущества прохладным местам на Земле. С другой стороны, жарким направлениям придется прилагать усилия для удержания туристов. (Впрочем, в России говорят «Пар костей не ломит», и россияне охотно отправляются в Эмираты и другие жаркие места).

Между тем, в Лондоне (не в Дубае, не в Абу-Даби!) выпустили уже третью версию карты Cool Spaces (Прохладные Места) с указанием крытых и открытых места, где можно укрыться от жары.

Будет ли меняться концепция летнего отдыха в сознании туристов в обозримой перспективе – покажет развитие событий.

### *Ретриты сексуального велнеса*

Тут все прекрасно! Все три слова – отличные «продажники»: ретрит, секс, велнес.

В 2022 году Глобальный институт велнеса предсказал, что оздоровительный туризм будет только расти, при этом спрос на сексуальное благополучие будет расти быстрее всего.

Программы по сексуальной близости и грамотности уже включены в предложения многих курортов. Например, в отеле St Regis Punta Mita пребывание гостей «направляет» «секс-педагог», предлагающий гостям исследовать свою умственную и физическую сексуальность в приватной, интимной обстановке.

А что же городские отели? Пожалуйста – в ассортименте сексуальные мастер-классы для женщин.

В отеле W Brisbane в Австралии имеется резидент-сексолог для проведения семинаров, ретритов и консультаций. Конечно, в России к теме секса нужно подходить с осторожностью, чтобы ненароком не заработать сомнительную репутацию (особенно отельерам!).

Вместе с тем, мы видим, что все больше загородных и курортных отелей в России обзаводится медицинской лицензией, позволяющей существенно раздвигать горизонты понятия «оздоровление в отеле».

### *Городские «святые места» спокойствия*

Все больше гостиничных брендов и отдельных отелей практикуют создание оазисов в центре города. В большом городе трудно обрести тишину и спокойствие, и тут на помощь придет «новое гостеприимство». Кому как не отельерам предложить людям возможности для безмятежного отдыха и расслабления. Например, Six Senses открывает в Риме в 2023 году новый отель-курорт. Гостей пригласят в купальню в спа-центре, оздоровительный центр, тихий секретный сад.

Будущее городского гостеприимства заключается в искусстве предлагать гостям баланс уединения, тишины и вовлечения в бурление городской культуры и жизни.

Отель становится как бы «порталом» в два разных измерения – мир спокойствия и мир «движа».

Hotelier.pro активно «пасет» тренды на рынке гостеприимства и анализирует их для вас.

*Материал Павла Баскакова*

<https://hotelier.pro/news/item/o-chem-govoryat-apostoly-budushchego/>