



Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 0202-2024

С 05 по 17 февраля 2024 года

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

В России появится новый орган по развитию туризма. Он будет регулировать строительство гостиниц

Расформирован Экспертный совет при Комитете Госдумы по туризму

Отмена НДС для гостиниц не способствовала снижению стоимости размещения

Минэкономразвития прорабатывает идею семейных номеров в отелях

2. Гостиничный рынок Москвы и региона

Московские отели за год подорожали на 16%

Средняя заполняемость московских гостиниц за год увеличилась на 16%

В Москве в этом году ожидается открытие девять новых отелей

60% нового номерного фонда в Москве в этом году будет представлено в сегменте «4 звезды»

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Сколько заработали гостиницы в регионах в 2023 году

Почему никто не идёт работать в турбизнес

Куда ведёт гостеприимство «Дорожная карта»

В «новые отельеры» из «закоренелых» рестораторов.

ZONT Hotel Group выкупила у аэропорта Домодедово гостиничный комплекс «Аэротель»

4. Юридический практикум для отельеров и вопросы безопасности

Актуальная тема: невозвратные тарифы:

Невозвратные тарифы в гостиничном бизнесе: «лед тронулся..?»

Невозвратные тарифы в отелях: что не «влезло» в аналитику «Известий»

Суд решил, что турпродукт, - это любой комплекс услуг на сайте туроператора

Гостиничные активы Клячина остались в его владении

Суд изъясил гостиницы у 30 владельцев в Курортном городке Сочи

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

Фокус – Москва и столичный регион

В Краснодарском крае запретят строительство апартаментов рядом с морским побережьем

Незаконную перепланировку оценили в полмиллиона

5. Зарубежный гостиничный рынок

Турецкие отельеры в 2024 году собираются поднимать цены

За год отели Турции опустели более, чем наполовину

6. Полезное и интересное для отельера

У сельских отелей в связке с рестораторами – большое будущее

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 России появится новый орган по развитию туризма. Он будет регулировать строительство гостиниц

Президент России Владимир Путин подписал закон о создании организации по развитию туризма и строительству туристической инфраструктуры. Соответствующие правки были внесены в закон «О содействии развитию жилищного строительства» и отдельные законодательные акты. Документ размещен на официальном портале опубликования правовых актов. (см. по ссылке: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/408438931/>).

Название закона сменили на «О содействии развитию жилищного строительства, созданию объектов туристской инфраструктуры и иному развитию территорий». В нем появился ряд положений о новой организации по развитию туризма, 100-процентная доля в которой будет принадлежать РФ. Ее цели — содействие развитию туризма, в т. ч. создание средств размещения граждан, санаториев, общепита, развлекательных объектов, инженерной и транспортной инфраструктуры и т. д., а также содействие реализации инвестиционных проектов.

Структура будет выполнять две задачи — привлекать инвестиции и содействовать строительству (реконструкции) туристической инфраструктуры. В первую очередь она будет решать вопросы по предоставлению земельных участков: проводить аукционы, торги, предоставлять территории безвозмездно и т. п. Также организация имеет право вести строительный контроль на таких объектах.

Напомним, в октябре 2022 года Путин ликвидировал Ростуризм, передав его полномочия минэкономразвития РФ. В его функции также входило развитие отрасли и управление госимуществом.

Теперь право совершать сделки с находящимися в федеральной собственности участками и другой недвижимостью, которые нужны для создания объектов туристской инфраструктуры получит корпорация Туризм.рф. Решения о целесообразности совершения организацией юридических и иных действий с недвижимостью будут приниматься межведомственным органом.

Благодаря принятому закону развитие туристической инфраструктуры в России, строительство гостиниц, рекреационных центров, спортивных объектов пойдет быстрее, отметил в своем Telegram-канале председатель Комитета Госдумы по строительству и ЖКХ Сергей Пахомов.

<https://hoteliernews.ru/v-rossii-poyavitsya-novaya-organizatsiya-po-razvitiyu-turizma>

Расформирован Экспертный совет при Комитете Госдумы по туризму

14 февраля расформирован Экспертный совет при Комитете Госдумы по туризму. Аппарату Комитета поручено разработать положения для созыва Совета в новом составе. Об этом сообщил глава комитета Сангаджи Тарбаев в своем телеграм-канале.

Как стало известно portalu Profi.Travel, основная причина расформирования Экспертного совета в том, что должность его председателя покинул Христофор Константинопольский. Сегодня первому заместителю председателя Комитета Госдумы по туризму Николаю Валуеву была направлена следующая докладная записка от его имени: «С 2021 по 2024 гг. Экспертным советом Комитета Государственной Думы по туризму и развитию туристической инфраструктуры осуществлялось экспертно-

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

Фокус – Москва и столичный регион

аналитическое обеспечение деятельности Комитета. В связи с высокой загруженностью и ответственными государственными задачами, стоящими передо мной в 2024 году, а также осуществляемой международной деятельностью, прошу Вас освободить меня от руководства Экспертным советом».

Место Христофора Константиныди займет заместитель Председателя Государственной Думы Шолбан Кара-оол. Ранее он был главой Тувы. В последнее время чиновник активно участвовал в обсуждениях развития внутреннего туризма в России, в том числе и нового отраслевого закона.

Профессионалы турбизнеса с осторожностью комментируют это решение. Такое назначение придаст инициативам Экспертного совета дополнительный вес. С другой, большинство опрошенных редакцией экспертов считают, что возглавлять совет должен не чиновник, а представитель турбизнеса, который представляет проблемы отрасли и нацелен на отстаивание интересов участников рынка. Состав Экспертного совета, будет обновлен, тем более, что часть участников уже ушли из туристической отрасли.

https://profi.travel/news/59106/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_29753_150224

Отмена НДС для гостиниц не способствовала снижению стоимости размещения

Об этом рассказал руководитель комитета по туризму и развитию туристической инфраструктуры Государственной Думы Сангаджи Тарбаев на стратегической сессии Российского союза туриндустрии (РСТ) . Процитируем депутата:

«Когда мы вводили нулевой НДС, была надежда на то, что это повлияет на ценообразование для потребителей, туристов. К сожалению, мы видим, что этот эффект минимальный, в некоторых случаях цены наоборот пошли вверх. И вот как найти эту золотую середину, когда и создаются условия поддержки гостиниц, и это отражается на доступности гостиниц для туристов».

Генеральный директор Cronwell Development Алексей Мусакин отметил, что расходы гостиниц в 2023 году росли быстрее доходов. Эксперт сообщил, что средний чек вырос на 10%, на такую же величину выросла загрузка отелей. Это привело к суммарному увеличению доходов на 15%. В то же самое время, расходы гостиниц увеличились на 17%. Эксперт уточнил, что валовая операционная прибыль выросла на 10% по отношению к 2022 году, а рентабельность упала с 28% в 2022 году (данные Росстата), до 26% в 2023 году (предположения отельеров).

Напомним, что отмена НДС для отелей начало действовать с 1 июля 2022 года. Льготы могут получить как действующие, так и новые средства размещения. Нулевая налоговая ставка будет действовать в течении 5 лет.

<https://hotelier.pro/press/item/otmena-nds-dlya-gostinits-ne-sposobstvovala-snizheniyu-stoimosti-razmeshcheniya/>

Минэкономразвития прорабатывает идею семейных номеров в отелях

РИА Новости. Минэкономразвития РФ совместно с отраслевыми объединениями прорабатывает предложение лидера ЛДПР Леонида Слуцкого о введении категории "семейные номера" в гостиницах, где могли бы размещаться семьи с двумя и более детьми, следует из текста ответа министерства, который есть в распоряжении РИА Новости.

В ноябре Слуцкий направил письмо в кабмин с предложением ввести отдельную категорию "семейные номера" в гостиницах и отелях для комфортного проживания семей с двумя и более детьми, площадь такого номера должна быть не менее 6 квадратных метров на одного проживающего.

«Министерством в настоящее время совместно с ведущими отраслевыми объединениями прорабатывается вопрос, изложенный в Вашем обращении, с целью повышения возможности отдыха семей с двумя и более детьми и повышения информированности о размещении семей в гостиницах», - сказано в ответе замминистра Дмитрия Вахрокова.

Также в ответе министерства указывается, что в настоящее время допускается наличие семейных номеров в номерном фонде гостиниц категорий "3-5 звезд", а в гостиницах категорий "без звезд - 2 звезды" допускается наличие многоместных номеров.

В сезонных гостиницах площадь номера должна составлять не менее 4 квадратных метров на одного проживающего, для отдельных видов гостиниц категорий "3-5 звезд" допускается размещение двухъярусных детских кроватей.

<https://realty.ria.ru/20240104/oteli-1919712836.html>

2. Гостиничный рынок Москвы и региона

Московские отели за год подорожали на 16%

Размещение в отелях Москвы за год стало обходиться туристам на 16% дороже. Больше всех цены подняли гостиницы 3* — стоимость их номеров поднялась на 25%. Об этом сообщает консалтинговая компания NF Group.

Загрузка столичных отелей в 2023 году достигла в среднем 73%. По сравнению с показателями 2022 года, рост составил 11% — практически до допандемийных цифр 2019-го. При этом максимальное увеличение загрузки (на 18% за год) продемонстрировали гостиницы уровня 5*.

Директор департамента консалтинга и аналитики NF Group Ольга Широкова отмечает, что Москва по-прежнему остается лидером среди всех российских регионов и по предложению, и по спросу. В компании прогнозируют рост и въездного туристического потока в российскую столицу — из Индии, Китая и стран Ближнего Востока.

Всего в 2023 году Москву посетили 24,5 млн туристов, что на 37% больше, чем годом ранее. Внутренний туристический поток при сравнении с показателями 2019-го и 2023-го годов вырос на 22%. Количество иностранных туристов достигло 2,3 миллиона человек, на 41% превысив показатели 2022-го года.

По мнению экспертов, из городских отелей именно московские выигрывают более остальных по нескольким причинам. Во-первых, сюда в меньшей степени сократился поток деловых туристов. Например, в Санкт-Петербурге ситуация иная, потому что там очень значительную долю и туристического и делового потока давали зарубежные страны. И восстановить или заместить ее на данный момент не представляется возможным. Кроме того, за время пандемии на московский регион сложился большой отложенный спрос, отголоски которого заметны до сих пор.

Впрочем, подорожание номеров совсем не обязательно отражает только увеличение спроса. В гораздо большей степени это невозможность дальше не повышать цены при растущих расходах, отмечают эксперты туриндустрии.

Номерной фонд московских гостиниц продолжает увеличиваться. В 2024 году запланировано открытие семи гостиниц на 958 номеров. В 2023 году прирост составил всего 314 номеров. Запланированную цифру 2024-го года столица превышала только в 2017-м году, когда активно готовилась к чемпионату мира по футболу. Тогда за год в строй ввели 1187 новых номеров.

https://profi.travel/news/59119/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_29794_170224

Средняя заполняемость московских гостиниц за год увеличилась на 16%

Средний уровень загрузки отелей в 2023 году составил 76%, что на 16% больше аналогичного показателя 2022 года. Гости из регионов РФ обеспечили 80% размещений в московских гостиницах.

В прошлом году столица продолжила развивать гостиничную инфраструктуру и увеличивать объем качественного номерного фонда. Итогами такой работы стали впечатляющие результаты по заполняемости отелей. По сравнению с рекордным 2019 годом прошлогодний уровень загрузки демонстрируют разницу всего лишь в 2%.

Особую роль в такой позитивной динамике играет событийный туризм. Богатый календарь культурно-массовых и деловых мероприятий привлекает

туристов со всей России и из других стран. В 2023 году во время проведения крупных городских событий рост загрузки отелей составлял до 14%.

Насыщенная программа в зимние каникулы также привлекла туристов – Москву посетили 4,3 млн путешественников. Это почти в два раза больше, чем за тот же период прошлого года. Средний уровень загрузки столичных отелей категории 3, 4 и 5 звезд на зимних каникулах достиг 77%, а в новогоднюю ночь – 83%. Пиковая нагрузка пришлась на дни с 3 по 5 января и составила 89-92%. В эти даты в некоторых гостиницах в центре города и вовсе не было свободных номеров.

Отели Москвы не только принимают гостей масштабных городских мероприятий, но и сами становятся яркими точками притяжения. С декабря прошлого года десятки столичных гостиниц присоединились к проекту «Московское чаепитие». Ежедневно с 16:00 до 19:00 гостиницы предлагают посетителям специальные сеты разных видов чая, варенья и выпечки. Список отелей, принимающих участие в проекте, можно найти на цифровом туристическом сервисе RUSSPASS.

Город не только предлагает возможности для развития существующих гостиниц, но и поддерживает создание новых. Столичные власти продолжают активную работу с инвесторами. Для них доступны льготная программа «1 рубль за один квадратный метр в год» и механизм концессии в рамках государственно-частного партнерства.

В 2023 году по программе «1 рубль за один квадратный метр в год» два инвестора уже открыли двери своих гостиниц для постояльцев. Также в прошлом году было подписано первое концессионное соглашение о создании гостиницы в Серебряническом переулке. Подобные льготные программы вовлекают в хозяйственный оборот неэффективные объекты недвижимости, которые нуждаются в реконструкции или в капитальном ремонте, и дают историческим зданиям вторую жизнь в современной городской среде.

<https://hotelier.pro/news/item/srednyaya-zapolnyaemost-moskovskikh-gostinits-za-god-uvelichilas-na-16/>

В Москве в этом году ожидается открытие девять новых отелей

По итогам 2023 года на гостиничном рынке Москвы ввели в эксплуатацию всего два проекта на 314 номеров. Об этом сообщили в компании Commonwealth Partnership (CMWP), уточнив, что в 2024 году ожидается ввод девяти объектов на 1180 номеров, однако в дальнейшем, до конца 2028 года, прирост предложения будет номинальным.

В 2023 году ожидалось открытие шести гостиничных проектов с суммарным номерным фондом в 814 единиц. Однако открытие четырех объектов сместилось на 2024 год.

Загрузка московских отелей по итогам 2023 года полностью восстановилась и достигла 75,4% (+12,9% за год). Дополнительным фактором увеличения загрузки отелей стало открытие в ноябре на ВДНХ международной выставки-форума «Россия».

Средняя цена за номер по итогам 2023 года составила 8721 рубль (+29% за год). Это связано как с «эффектом нулевого НДС», так и с приростом спроса со стороны зарубежных бизнес-туристов из дружественных экономик, которые способствовали увеличению загрузки московских отелей. Доходность на номер по рынку качественных отелей за 2023 год достигла 6577 рублей (+55,7% за год).

Важный психологический фактор в виде устойчивого превышения показателя доходности на номер в 2023 году относительно результатов 2019 года указывает на восстановление номинальных операционных показателей работы рынка ранее

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

Фокус – Москва и столичный регион

прогнозных оценок прошлых лет. Впрочем, как 24% ослабление рубля по отношению к доллару, так и общая накопленная с 2019 года инфляция, превышающая 30%, не позволяют пока говорить о реальном восстановлении операционных результатов в сравнении с «эталонным» 2019 годом, — прокомментировала партнер CMWP, департамент гостиничного бизнеса и туризма Марина Усенко.

<https://hoteliernews.ru/v-moskve-v-etom-godu-ozhidaetsya-otkrytie-devyat-novyh-oteley>

60% нового номерного фонда в Москве в этом году будет представлено в сегменте «4 звезды»

По данным консалтинговой компании NF Group, среди таких проектов — Ex-NIGI Moscow Paveletsky и DoubleTree by Hilton Moscow Arbat. В категории «5 звезд» ожидается открытие Stella Di Mosca на Большой Никитской, а также запуск гостиницы «Россия» на улице Варварка рядом с парком «Зарядье». В категории «3 звезды» планируется открытие Cosmos Smart Moscow Semenovskaya у метро «Семеновская».

В 2023 году в Москве открылись две гостиницы на 314 номеров, что практически сопоставимо с объемом ввода за 2022 год. В I квартале был запущен четырехзвездочный отель «AZIMUT Сити Отель Комсити» на 150 номеров, управляемым российским оператором. В III квартале открылся пятизвездочный Radisson Blu Leninsky Prospect Hotel на 164 номера, под управлением международного оператора.

В настоящее время в Москве действует 99 отелей с общим числом номеров в 22,2 тысячи. Российские компании активно занимают позиции на рынке, заменяя международные бренды. По результатам 2023 года под управлением российских операторов в столице работает 9,9 тысяч номеров, что составляет 39% общего номерного фонда. Под международными брендами функционируют 37 отелей на 8,1 тысяч номеров (32% номерного фонда). Остальные 29% приходятся на несетевых операторов.

<https://hoteliernews.ru/60-novogo-nomernogo-fonda-v-moskve-v-etom-godu-budet-predstavleno-v-segmente-4-zvezdy>

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Сколько заработали гостиницы в регионах в 2023 году

В 2023 году гостиницы и другие средства размещения России заработали на 15% больше, чем в 2022-м. В лидерах Краснодарский край, Москва и Петербург. Но за год расходы отелей выросли больше, чем доходы.

В январе—декабре 2023 года коллективные средства размещения России заработали 821,8 млрд руб., что на 15% больше по сравнению с аналогичным периодом предыдущего года (714,3 млрд руб.), следует из предварительных данных Росстата. В своей статистике ведомство учитывает доходы коллективных средств размещения от проживания отдыхающих, питания, санаторно-курортных, оздоровительных и других услуг, включаемых в стоимость номеров и путевок.

Сколько заработали российские гостиницы в 2023 году

Доходы гостиниц и других средств размещения по регионам, ₽ млрд

● 2023 ● 2022



Источники: ЕМИСС, Росстат

© РБК, 2024

В числе регионов — лидеров по доходам гостиниц и других коллективных средств размещения, так же как и в 2022 году, оказались Краснодарский край, Москва, Санкт-Петербург, Московская область и Ставропольский край.

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

В числе пяти регионов, где коллективные средства размещения заработали меньше всего в 2023 году, оказались Ненецкий автономный округ (Архангельская область) — там доходы гостиниц составили 113,4 млн руб. (+21% год к году), Тува — 147,1 млн руб. (-58%), Калмыкия — 186,2 млн руб. (-13%), Чукотский автономный округ — 211,6 млн руб. (+14%) и Ингушетия — 222,9 млн руб. (+16,5%).

По материалам: РБК

<https://hoteliernews.ru/skolko-zarabotali-gostinitsy-v-regionah-v-2023-godu>

Почему никто не идёт работать в турбизнес

В Российском союзе туриндустрии договариваются с Минэком о льготных налогах на персонал для туриндустрии.

Российский турбизнес на пороге самого большого кадрового кризиса за всю свою историю. Особый дефицит персонала ощущают отели. Чем вызваны сложности подбора и удержания персонала в туристической отрасли, обсудили эксперты в ходе стратегической сессии Российского союза туриндустрии по вопросам гостиничной туристической инфраструктуры.

Руководитель комитета Российского союза туриндустрии по инфраструктурным проектам, гендиректор Cronwell Development Алексей Мусакин сообщил, что по сравнению с показателями января 2021 года вакансий в туризме, индустрии гостеприимства и ресторанном деле стало на 161% больше. Однако общее количество резюме соискателей выросло только на 36%. На одну вакансию представители туриндустрии получают порядка трех откликов, тогда как минимально необходимое количество для её закрытия составляет пять-шесть резюме.

Преподаватель кафедры туризма и гостиничного дела Российского государственного гуманитарного университета Мария Камшечко отметила трудности с поддержкой бюджетных мест. С ними сталкивается не только РГГУ, но и другие ведущие вузы в разных регионах, например, Российский Государственный Университет Туризма и Сервиса, МГУ им. М.В. Ломоносова. Эксперт отметила отсутствие плана и статистик, а также непонятные цели кадровой политики в отрасли. Сам РГГУ уже два года набирает группы без бюджетных мест. Если деньги на их финансирование выделяются, то не доходят до вуза. А набрать большие группы и создать полный образовательный цикл без бюджетных мест очень трудно.

Представители турбизнеса особо отметили сложности с подбором линейного персонала, который составляет 70% сотрудников отеля. Линейные специалисты — это люди со средним специальным образованием, поэтому данное направление также нуждается в поддержке. Основной проблемой в ходе такого обучения становится производственная практика студента. Дополнительным мотивирующим фактором для привлечения будущих специалистов турбизнес видит возможность бесплатного обучения за счет средств будущего работодателя с последующей отработкой в течение пяти лет.

Сделать производственную практику будущих сотрудников отелей эффективнее помогут учебные гостиницы. Как пояснил Алексей Мусакин, на базе учебной аудитории в любом случае невозможно организовать кухню и другие службы отеля.

Гендиректор UPRO Group Тамара Черных предложила взглянуть на вопрос кадрового голода под другим углом. На сохранение персонала в туристической сфере влияет и престиж профессии, и зарплата, которая позволяет конкурировать за специалиста с другими отраслями. В линейном сегменте персонала отели катастрофически проигрывают. В период летнего сезона в прошлом году потребность в сезонных сотрудниках у многих отелей возростала на 45%. Однако

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

Фокус – Москва и столичный регион

отток резюме из отрасли в некоторые месяцы достигал 20%. Эксперт считает, что частично решить проблему могли бы льготные налоги на персонал, в частности, распространение льготной ставки по меньшей мере на студентов.

«Вопрос льготных налоговых ставок мы обсуждаем в РСТ и уже подготовили соответствующий документ. В Минэке уже готовы выслушать нас по этому вопросу. Они знают, что без их решения ничего не будет. В ответ на такую меру мы можем показать более быструю динамику роста заработной платы, чем в других отраслях. Без решения этого вопроса не будут работать другие меры — производственная практика, сезонные рабочие гостиницы и т.п. Расходы на персонал и налоги в настоящее время составляют 65% от общих затрат отелей», — заявил Алексей Мусакин.

Автор: Ирина Киперман

https://profi.travel/news/59066/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_29692_100224

Куда ведёт гостеприимство «Дорожная карта»

Министерство экономического развития РФ представило план мероприятий (называемый также «дорожной картой») по трансформации делового климата в туризме на 2023–2025 годы.

На самом деле речь идет о Распоряжении Правительства РФ № 99-р от 20 января 2024 г. «Предложения, которые содержатся в «дорожной карте» — это, прежде всего, инициативы туроператоров, отельеров, людей, которые создают турпродукты и оказывают туристические услуги. Проект предварительно рассмотрен в рамках рабочих групп, отражает интересы бизнеса и туристов», — подчеркивают в Минэкономразвития.

Что предполагаемая трансформация сулит гостиничному бизнесу?

Первое. Невозвратные тарифы в отелях

Минэкономразвития намерено внести изменения в закон «Об основах туристской деятельности» и правила предоставления гостиничных услуг. В частности, предлагается узаконить применение невозвратных тарифов в гостиницах, позволяющих предоставлять потребителям тарифы по более низким ценам, которые не предусматривают возврата стоимости в случае отмены бронирования. Внесение проекта федерального закона в правительство планируется в феврале 2024 года. Среди исполнителей — Минэкономразвития и Роспотребнадзор.

Одобрение федерального закона Советом Федерации Федерального Собрания РФ ожидается в феврале 2025 года.

Второе. Заселение туристов без паспорта

Минэкономразвития предлагает расширить перечень документов, позволяющих регистрировать гостей при заселении, включив в него загранпаспорт и военный билет, а также разрешить регистрацию вовсе без паспорта, если гость предоставит удостоверяющие личность сведения через мобильное приложение «Госуслуги».

Кроме того, в «дорожной карте» предлагается освободить средства размещения от обязанности предоставлять в МВД информацию о постояльцах, в случае если туристы сами передали эти данные МВД через сервис «Госуслуги».

Второе плюс. Заселение туристов в отели самостоятельно

Упрощение условий заселения позволит постояльцам самостоятельно регистрироваться в отеле в любое удобное для них время без очередей и длительного

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

Фокус – Москва и столичный регион

ожидания. Минэкономразвития предлагает узаконить дистанционную регистрацию гостя и разрешить постояльцам заселяться в гостиницу также и по биометрическим данным.

Третье. Каюты круизных лайнеров приравняют к гостиничным номерам
Отельеры, ждите пополнения своих рядов!

Круизные компании Минэкономразвития предлагает наделить статусом туроператоров, а каюты круизных лайнеров приравнять к гостиничным номерам. Это поможет круизным компаниям получить налоговые льготы, поясняется в документе. Для этого необходимо внести изменения в «Кодекс внутреннего водного транспорта» и «Кодекс торгового мореплавания», а также в закон «О туризме». Ответственные — Минтранс и Минэкономразвития.

На самом деле, Hotelier.pro уже отмечал, что операторы круизов – это фактически мобильные отельеры – см. публикацию. <https://hotelier.pro/news/item/nochi-prikhvatyvayut-mobilnye-otelery/>

Четвертое. Разграничение ответственности за достоверность информации

Минэкономразвития и Минцифры должны до июня подготовить и внести в Госдуму законопроект о разграничении ответственности за достоверность информации о некапитальных средствах туристического размещения. В документе определяют, в какой степени за правильность сведений отвечают сами объекты (глэмпинги, кемпинги, модульные отели и т. д.), а в какой – онлайн-сервисы по бронированию, на которых они выставляются.

Пункт 11 «Дорожной карты» звучит как «внесение изменений в Федеральный закон "Об информации, информационных технологиях и о защите информации" в части определения требований к размещению информации о некапитальных средствах размещения в зависимости от их вида - разграничена ответственность владельцев сервисов размещения объявлений за размещаемую на их платформах информацию средствами размещения, определены границы и объем допустимой к размещению на сервисах информации в соответствии с Законом Российской Федерации "О защите прав потребителей"».

Инициаторами пункта 11 могли стать представители онлайн-тревел-агентств (ОТА). Они обеспокоены тем, что информацию, которую им сообщают о себе некапитальные гостиницы, зачастую невозможно проверить и подтвердить. Например, загородный глэмпинг может даже не иметь адреса, местоположение указывается на карте приблизительно. Гости, оплатившие проживание, тратят часы на поиски объекта в день заселения, а затем высказывают недовольство онлайн-сервису, на котором бронировали. Поэтому агрегаторы и настаивают на том, чтобы с них спрашивали только за соответствие данных на онлайн-площадке той информации, которую им дала сама гостиница.

Пятое. Противопожарное расстояние от лесных насаждений

В феврале 2024 МЧС должно дать разъяснения по поводу определения минимальных противопожарных расстояний от лесных насаждений до некапитальных средств размещения (кемпингов, глэмпингов), а также расстояний между некапитальными строениями в пределах земельного участка.

Шестое. Введение понятия «горнолыжный комплекс»

В «дорожной карте» предлагается введение понятия «горнолыжный комплекс» и установление перечня объектов инфраструктуры горнолыжных комплексов: горнолыжные трассы, канатные дороги, системы искусственного

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

Фокус – Москва и столичный регион

оснежения и объекты для их функционирования, объекты для обеспечения безопасности, системы энергоснабжения и подачи воды, искусственные водоемы, пункты проката спортивного инвентаря, пункты питания, гостиницы, подсобные здания и иные объекты, необходимые для обеспечения функционирования горнолыжного комплекса.

В апреле 2024 г. внесение проекта соответствующего федерального закона в Правительство Российской Федерации.

В октябре 2024 г. внесение проекта федерального закона в Государственную Думу Федерального Собрания РФ.

При этом предлагается снять ограничения, предусмотренные законодательством Российской Федерации, в отношении площади строительства объектов и возведения сооружений, входящих в состав горнолыжных комплексов, на землях лесного фонда, а также установить возможность сплошных и выборочных рубок лесных насаждений при их строительстве и возведении.

Отметим, что «дорожная карта» – это пока лишь поручение министерствам разработать соответствующие законопроекты / документы. Не факт, что они будут поддержаны правовой комиссией Госдумы. Документы могут и отклонить.

Таким образом и невозвратный тариф, и заселение по военному билету или загранпаспорту и др. пока витают в облаках.

<https://hotelier.pro/news/item/kuda-vedet-gostepriimstvo-dorozhnaya-karta/>

В «новые отельеры» из «закоренелых» рестораторов.

В 2023 году у рестораторов России одной из любимых тем стали планы покорения гостиничного рынка.

Да, сейчас в стране немало тех, кто делает ставку на развитие туризма и гостеприимства.

«Для многих рестораторов в последнее время становится нормальным вкладывать маркетинговый бюджет не только в привлечение гостей внутри своего города, но и в развитие турпотока в регион, и они начинают активно взаимодействовать с органами по туризму своих городов», - говорит соосновательница GFT.Agency Ирина Авруцкая.

Скажем, ресторанный компания «Поляна» (одна из крупнейших управляющих ресторанных компаний Самары) участвует в создании фильма о городе («Она манит аномально»).

Алексей Новиков и Павел Кашников из Ярославля (соавторы концепций Good Karma Restaurants) замышляют несколько городских проектов. Алексей Горенский в Красноярске (соучредитель Bellini Gastronomic Ecosystem) готовит факультет гостиничного бизнеса с кампусом. Андрей Перцев из Санкт-Петербурга (открывший гастрономическое пространство Balagan) работает над концепциями загородных курортов.

«Рестораторы могут встряхнуть гостиничный рынок», - считает Ирина Авруцкая.

«В Ярославле мы сейчас запускаем второе направление — отели, - поделился планами Алексей Новиков. - Друг предложил поучаствовать в строительстве гостиницы в Крыму, и нам так понравилось, что мы решили развивать это направление в своем городе. Ниша бутик-отелей, интересных, качественных, эмоциональных мест для туристов у нас, как нам кажется, практически пуста. Поэтому нам хочется создать такое место. Мы уже нашли хорошую площадку в центре города и сейчас начинаем проектирование».

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

Фокус – Москва и столичный регион

Hotelier.pro, кстати, регулярно обращается к теме бутик-отелей – см., например, публикацию «КАКИЕ ТРЕНДЫ ЗНАЧИМЫ ДЛЯ НЕЗАВИСИМЫХ БУТИК-ОТЕЛЕЙ ...» (см. по ссылке: <https://hotelier.pro/news/item/butik-oteli-i-kollektsii-oteley-kakie-trendy-znachimy-dlya-nezavisimykh-butik-oteley-v-2023-godu-dlya-sokhraneniya-svoikh-pozitsiy/>).

«Также у нас сейчас в работе ресторан с названием «Закрома» — это ресторан русской кухни, локальных продуктов. Он должен рассказывать гостю историю про наш город, про наш регион. Мы обязательно хотим связать его с отелем — возможно, даже архитектурно. И, естественно, планируем рассказывать гостям ресторана об этом отеле, чтобы дать им возможность приехать к нам, - добавляет Павел Кашников. - Вообще внутренний туризм и гастрономия очень связаны. Значимость гастрономии за последние 2-3 года многократно выросла в контексте экономики впечатлений».

У отельеров, как известно, не просто складываются отношения с ресторанами.

См., к примеру, одну из популярных публикаций на Hotelier.pro - ПОЧЕМУ РЕСТОРАНЫ ПРИ ОТЕЛЯХ – ПОРОЙ - «БЕДНЫЕ РОДСТВЕННИКИ» ГОСТЕПРИИМСТВА (см. по ссылке: <https://hotelier.pro/news/item/pochemu-restorany-pri-otelyakh-poroy-bednye-rodstvenniki-gostepriimstva/>).

«Как правило, отдельно концепция ресторана в отеле не проработана. Строят ресторан те же архитекторы, что и весь отель, никогда не строившие городских ресторанов. Ресторану нужна своя дизайн-концепция и своя финансовая модель. А отелю или курорту - F&V концепция», - указывала Ирина Авруцкая в своем выступлении на гастрономическом форуме Megustro в Санкт-Петербурге осенью 2023.

Рассматривая тему ресторанов шире – вообще всего ресторанного рынка – эксперты неумолимо отмечают, что такие рестораны, куда приходят просто поесть, сегодня мало кому нужны. Сегодня рестораны становятся частью индустрии развлечения, а не индустрии еды. И, да, индустрии туризма и индустрии впечатлений.

Как в таком случае сложатся отношения с гостиничным бизнесом у рестораторов? Смогут они освоить науку управления отелями? Ждут ли гостиничных топ-менеджеров «вкусные» предложения с ресторанного рынка?

Это авторский материал **Павла Баскакова**. Мнение редакции может не совпадать с мнением автора.

<https://hotelier.pro/f-b/item/v-novye-otelery-zakorenelykh-restoratorov/>

ZONT Hotel Group выкупила у аэропорта Домодедово гостиничный комплекс «Аэротель»

Российская гостиничная компания ZONT Hotel Group выкупила у аэропорта Домодедово гостиничный комплекс «Аэротель» с номерным фондом в 299 комнат, который ранее находился в управлении компании с 2012 года. Сумма сделки составила 1,7 млрд. руб.

«Аэротель» находился в управлении ZONT Hotel Group более 10 лет и был первой управляемой по модели «аренда» гостиницей в России. Такой формат управления заключается в том, что владелец отеля может зарабатывать больше, сняв с себя заботы об операционной деятельности, а гости всегда получают опыт комфортного пребывания в современной гостинице в соответствии со всеми международными стандартами гостеприимства.

Генеральный директор и совладелец ZONT Hotel Group Николай Филатов рассказал, что покупка «Аэротель» стала новым этапом развития компании.

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

Фокус – Москва и столичный регион

«Аэротель в Домодедово стал первым отелем, который мы с командой ZONT Hotel Group взяли в аренду и первым в России, который управлялся по такой модели. Аренду гостиницы нельзя путать с обычной арендой здания, когда собственник просто сдаёт на какой-либо срок принадлежащее ему имущество. Это постоянная работа команды профессиональных отельеров для содержания здания гостиницы в том состоянии, в котором она была передана, а также генерации постоянного дохода собственнику с его минимальным погружением в операционные процессы. В конце 2023 года, после оценки эффективности работы всех наших служб в рамках арендованных отелей, мы приняли решение о стратегическом расширении портфолио и первый арендованный нами отель стал первым нашим собственным отелем.», — сообщил Николай Филатов.

В 2024 году ZONT Hotel Group продолжит инвестиции в собственный капитал. Глобальная цель компании – составить достойную конкуренцию крупным гостиничным сетям и вывести индустрию гостеприимства на совершенно новый, качественный для туристов уровень.

<https://hotelier.pro/news/item/zont-hotel-group-vykupila-u-domodedovo-gostinichnyy-kompleks-aerotel/>

4. Юридический практикум для отельеров и вопросы безопасности

Актуальная тема: невозвратные тарифы:

Невозвратные тарифы в гостиничном бизнесе: «лед тронулся..?»

В России на законодательном уровне могут появиться невозвратные тарифы при бронировании номеров. Соответствующая инициатива предложена Российским союзом туриндустрии и отельерами. При этом гостиничный бизнес уже давно поднимал вопрос о необходимости введения невозвратных тарифов, но только сейчас законодатели обратили внимание на эту проблему.

Респонденты:

Вадим Прасов, управляющий партнер УК «Альянс Отель Менеджмент», руководитель экспертной группы по трансформации делового климата в туризме.

Алексей Мусакин, управляющий партнер Cronwell Hospitality Group, член регионального совета Российского союза туриндустрии.

Андрей Михайлец, исполнительный директор УК «Независимый Гостиничный Альянс», эксперт по маркетингу и продажам в отелях.

Вячеслав Глуценко, коммерческий директор Гостиничной компании Alean Collection.

Евгения Вежан, основатель и генеральный директор управляющей компании Vezhan Hospitality.

Георгий Мохов, генеральный директор и основатель компании «Юридическое агентство Персона Грата».

Какой процент отказов от брони есть в ваших отелях, и как он меняется в зависимости от сезона или региона?

Вадим Прасов:

Здесь нельзя сказать точно, потому что многое зависит от направленности отеля (городской, загородный или курортный). Но даже внутри этих сегментов ситуация не будет схожей. Например, известны случаи, когда конкурирующий отель бронировал через агрегатора большое количество номеров, а в последний момент отказывался от брони.

Также надо понимать, что сейчас глубина продаж оставляет желать лучшего. Условно говоря, не видя горизонта за пределами двух-трех дней, отелю очень тяжело планировать собственную деятельность. Введение невозвратного тарифа позволит отчасти решить этот вопрос. Кроме того, есть достаточно много туристов (командированных или даже едущих в отпуск), которые могут и хотят заранее планировать свой отдых или деловую поездку. Так почему бы им не дать возможности сэкономить и воспользоваться невозвратным тарифом?

Алексей Мусакин:

В среднем в зависимости от сезона у нас этот показатель составляет 5%-7%. Но главное в вопросе невозвратных тарифов не это, не из-за этого мы бьемся.

Возьмем, к примеру, авиа-и железнодорожные перевозки. Там невозвратные тарифы закреплены законодательно. В среднем, невозвратные тарифы на 15% ниже, чем обычные. У человека есть выбор: сэкономить и купить невозвратный тариф (но с тем условием, что в случае отказа от поездки ему деньги не вернут) или купить билет по более дорогой цене, но с возвратом денег в случае отказа от поездки. Таким образом, невозвратные тарифы повышают доступность гостиничных услуг для гостей. Это особенно важно в условиях роста цен во всех отраслях.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Мы за то, чтобы и у клиентов был выбор, и отель смог себя финансово обезопасить в более низкий сезон. Приведу простой пример. Гость забронировал и оплатил номер, но потом не приехал и «забыл об этом предупредить». Все, что мы можем сделать – это удержать стоимость суток. А у отеля остался непроданный номер. Хуже, если отель отказал группе туристов, потому что не смог предложить им необходимое количество номеров из-за номера, который был забронирован гостем.

Так что смысл невозвратных тарифов – доступность гостиничных услуг для гостей и гарантия получения минимальных денежных средств для отелей.

Вячеслав Глущенко:

Этот показатель может достигать до 30% от всего объема гарантированных и не гарантированных бронирований.

Евгения Вежан:

В 2023 год процент отмен на наших объектах составил от 6 до 12%. Там, где самое большое окно бронирования, там и процент отмен самый большой. При этом в некоторых отелях в высокий сезон он становится выше (Калининградская область, Дагестан), а в других, напротив, снижается (Северная Осетия).

По вашей практике, сколько отель теряет за год выручки при отказе от брони?

Вадим Прасов:

Думаю, что эта цифра варьируется от 5% до 25%.

Алексей Мусакин:

Сейчас, если человек не заехал, но предупредил об отмене более чем за 24 часа, отель теряет все, если гость предупредил менее чем за 24 часа, то мы можем удержать только стоимость суток. Это закреплено Правилами предоставления гостиничных услуг.

При этом, как показывает практика, при раннем бронировании гости все равно просят скидку. К примеру, в нашей компании мы ее предоставляем. И здесь возникает вопрос: что нам выгоднее, раннее бронирование со скидкой или невозвратный тариф? Здесь нужно все считать индивидуально чтобы не уйти в минус.

Вячеслав Глущенко:

Финансовые потери сводятся только к расходам на эквайринг. Потерь по отказам мы не несем. Дело в том, что они с лихвой компенсируются новыми продажами, поскольку популярность нашего продукта высока.

Евгения Вежан:

Наши объекты не теряют ничего. Наши отмены – это не упущенная выгода, это то, что мы успеваем продать еще раз, и подчас еще дороже. Важно грамотно настроить условия предоплаты.

Современные системы бронирования позволяют настраивать эти инструменты очень точно. Новый год, различные форумы, длинные выходные – на все эти даты можно и нужно настраивать свои условия оплаты. И затем зорко следить, чтобы сотрудники службы приема и размещения гарантии вовремя собирали. Любая не предоплаченная в соответствии с условиями тарифа бронь, аннулируется. Если тариф описан грамотно и четко, в подтверждении бронирования содержится вся необходимая информация о нем, никаких жалоб не возникает.

Если будут разрешены невозвратные тарифы, то на сколько процентов стоимость по ним должна быть ниже стоимости базового тарифа? Может ли закон это регулировать?

Вадим Прасов:

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

Здесь не может быть слова «должны», потому что это будет операционное решение каждого отеля. Думаю, что цифры будут варьироваться в районе 10%-30%, а в среднем невозвратный тариф станет дешевле базового на 20%.

Алексей Мусакин:

Тут регулировать законом нельзя, можно только сказать, что невозвратные тарифы в среднем дешевле обычных на 10%-15%. Аналогичная практика есть и на авиа- и железнодорожных перевозках. К примеру, в «Аэрофлоте» невозвратный тариф может стоить 10 000 рублей, а стандартный – 13 000 рублей.

Андрей Михайлец:

Потребителю гостиничных услуг эти тарифы выгодны за счет дешевизны. Иногда скидки при таких тарифах могут достигать до 50%. Но в среднем он составляет 20%.

К тому же невозвратный тариф предлагается в основном в тарифной паре: невозвратный и регулярный тариф. Так клиенту проще оценить преимущества каждого тарифа и выбрать между ними.

Кстати, российские системы бронирования активно поддерживают невозвратные тарифы, потому что это хороший инструмент продаж.

Вячеслав Глуценко:

Я считаю, что разницы в 15-25% вполне достаточно. Если разница будет превышать 25%, то продаж по невозвратному тарифу будет мало. Дело в том, что семейный отдых зависит от множества факторов (согласование отпуска членов семьи, школа и т.п.), поэтому российским туристам важно знать, что если что-то изменится, они смогут вернуть деньги. За это условие они готовы переплатить, но в меру.

Может ли закон это регулировать? – Данный вопрос лучше адресовать законодателям, но, уверен, регулирования здесь не требуется.

Евгения Вежан:

Рынок уже давно сам все придумал. В моей практике невозвратные тарифы появились не менее 15 лет назад. На мой взгляд, не нужно ничего регулировать, зачем вмешиваться в рынок?

Продавец сам решит, какую скидку он готов сделать, если при этом бронь будет гарантированной. Скидка может зависеть от сезона, глубины бронирования, длительности проживания.

На наших объектах мы применяем целый набор дисконтных тарифов. Но скидка никогда не должна даваться просто так. Она должна обязательно сопровождаться ограничением – невозвратной предоплатой, длиной проживания, пакетом услуг и т.д. Это личное дело каждого предприятия, и законодательно регулировать эти вопросы не нужно.

При правильном описании условий тарифа у гостей не возникает никаких возражений и недовольства. Они понимают, что если они выбрали тариф с хорошей скидкой (в нашем случае это может быть 25% или 20% от открытого тарифа), то и предоплата не будет возвращена. За последний год, например, мы получили только одну единственную жалобу.

Опять же гостеприимство – это про индивидуальный подход. Если причины отмены веские – средства могут быть возвращены. Но это не значит, что закон о невозвратных тарифах не нужен. Авиакомпания при законодательной поддержке уже давно реализуют невозвратные тарифы. Непонятно, чем средства размещения хуже, почему до сих пор нас не поддержали законодательно? Ведь при желании гость может пойти с жалобой в Роспотребнадзор и вернет предоплату по

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

Фокус – Москва и столичный регион

невозвратному тарифу. И если это будет сделано близко к дате заезда, это уже действительно принесет средству размещения убыток.

Допустим, закон не будет регулировать разницу в % по регулярным и невозвратным тарифам. Возможна ли в этом случае ситуация, что отель просто будет устанавливать невозвратный тариф, но по цене регулярного?

Вадим Прасов:

На мой взгляд, на конкурентном рынке такого риска вообще быть не может. Нельзя думать, что рынок безальтернативный, кроме тебя никого нет и только ты можешь продавать отель по немислимым тарифам. Я в это не верю.

Алексей Мусакин:

А что такое регулярный тариф? В условиях рынка и динамического ценообразования вообще говорить о регулярном тарифе странно. Например, сейчас стоимость номера на 15 июня будет одна, а накануне 15 июня номер будет стоить в два раза дороже или, наоборот, дешевле – в зависимости от загрузки и ситуации в экономике.

У нас, например, по каждому номеру есть 12 тарифов. На применение того или иного тарифа влияет текущая загрузка, длительность бронирования, сезонность, сегмент клиентов и другие условия. По сути, у нас даже скидок нет: просто мы применяем тот или иной тариф. Есть конечно, «усредненный тариф» – у нас он будет примерно на пятом месте из 12-ти тарифов.

Условно говоря, отель может назвать этот усредненный тариф «невозвратным». А дальше вступают в силу законы рыночной экономики. У гостя всегда есть выбор – бронировать номер по этому тарифу или нет, а также забронировать именно этот отель или какой-то другой. Например, в прошлом году у сочинских отельеров даже была такая шутка: «Мы цены все поднимаем и поднимаем, а к нам все едут и едут». Думаю, это нормальная ситуация, если спрос превышает предложение.

Конечно, если при закреплении законодательно регулярного тарифа цены на размещение продолжат сильно расти, то у государства появятся вопросы. Например, если средний рост цен составит 15%, а рост цен на размещение в отеле составит 10%, значит, невозвратный тариф работает. Если рост цен в отеле будет равен среднему росту цен, значит, тариф не работает.

Именно поэтому мы предлагаем сначала ввести определенный тестовый период.

Андрей Михайлец:

Многое будет зависеть от деталей законодательных изменений. Если не будет прописано, что невозвратный тариф обязательно должен быть ниже регулярного, что это промо-тариф, то отели могут вводить этот тариф без регулярного. Условно говоря, оставив стоимость регулярного, просто сделают его невозвратным.

Таким образом, в период высокого спроса отель заработает на дефиците номеров, а потребитель проиграет.

С другой стороны, есть много других отелей, так что рынок сам все отрегулирует.

Евгения Вежан:

Отель может это сделать. Но если регулярный тариф возвратный и условия аннуляции нежесткие, то для чего бы гостю вдруг выбирать этот тариф? Гость заходит на сайт отеля (или в агрегатор), забивает даты и видит все возможные варианты тарифов, доступные на интересующий его период и количество

потенциальных гостей. У гостя есть выбор. Если цена одинаковая, он выберет тариф без предоплаты.

Однозначно, попытка подобного регулирования будет являться грубейшим нарушением самого понятия коммерческой деятельности.

Если отели начнут продаваться в больших объемах по невозвратным тарифам, иными словами, демпинговать, как это отразится на их доходности?

Вадим Прасов:

Я не вижу здесь особых поводов для демпинга. На некоторых направлениях спрос в определенные периоды находится на достаточно высоком уровне, так что никто не будет снижать цены. Все зависит от туристического потока: если спрос высокий, то для демпинга нет оснований. А если спрос низкий, то демпингом ситуацию улучшить не получится.

Кроме того, сейчас сильно выросла себестоимость бизнеса: коммуналка, зарплаты, стоимость продуктов питания. Плюс инфляция. Так что даже речи нет о том, что можно «безоглядно демпинговать».

Но главное в том, что гостиничный бизнес – не самый быстрокупаемый. К примеру, когда обнулили НДС для отелей, то один из чиновников с удивлением отмечал, что он не видит после принятия этой меры снижения цен. Но давайте рассуждать: собственник построил отель, срок окупаемости объекта 15 лет. И вот ему наконец-то в качестве меры поддержки обнулили НДС. Что он начнет делать прежде всего? Цены снижать? Думаю, нет. Цену определяет рынок, а задача каждого отельера – остаться в рынке. Сам факт обнуления НДС означает только то, что у собственника будет лучше финансовый результат, который повлияет на окупаемость проекта. Условно говоря, окупаемость составит не 15, а 13 лет.

Алексей Мусакин:

Скажу очевидную вещь: отели могут снижать цены и демпинговать даже без невозвратных тарифов. Например, «пятерка» может продавать свой номер за 2000 рублей, а отель 2* – хоть за 20000 рублей. Другой вопрос, купят ли клиенты «двойку» за эту сумму.

В российском законодательстве нет привязки цен категориям отелей, в отличие, например, от Греции. У нас цены формируются свободно. Например, если в страну ранее приходила крупная международная сеть, то первое время она могла держать максимально низкие цены. К примеру, лет 10 назад, когда в Москве открывалась Crowne Plaza, она продавала первые 2-3 месяца свои номера за 2500 рублей, в то время как другие «пятерки» стоили около 10 000 рублей. Разумеется, многие клиенты перебирались из других «пятерок» в новый отель. А через несколько месяцев Crowne Plaza поставил обычные цены, при этом он уже наработал лояльную клиентскую базу.

Аналогичная ситуация была во времена коронавируса: одни пятерки держали цены, несмотря на минимальную загрузку, другие – сильно упали в цене. При этом во втором случае одни оставили высокий уровень сервиса, а другие за счет снижения объема инфраструктуры и сервиса фактически превратились в «трешку».

Соответственно, кардинально снижая цены, отель должен понимать, для каких гостей он это делает. Логично, что, снижая инфраструктуру, отель отталкивает от себя гостей, которые привыкли к высокому уровню сервиса.

Таким образом, демпинг возможен в любом случае, вне зависимости от того, будет введен невозвратный тариф или нет.

Андрей Михайлец:

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

Фокус – Москва и столичный регион

С одной стороны, при невозвратном тарифе отелям проще планировать свои доходы и стимулировать продажи. Они могут предлагать тарифную пару из основного и невозвратного тарифов, чтобы потребитель сделал выбор. С другой стороны, при неумелом использовании этого инструмента он может привести к демпингу: отели, у которых плохо развиты каналы продаж, могут это использовать как основной инструмент продаж. Потому что было нельзя их применять и удерживать оплату а станет как бы можно. От этого, в некоторых случаях проиграет сам отель и рынок в целом. Это что касается минусов и одного из негативных сценариев.

Вячеслав Глуценко:

Если отели будут использовать динамическое ценообразование, то в качестве основного тарифа им корректнее будет использовать невозвратный. Это значит, что они не потеряют в цене, а при грамотном управлении доходностью еще и получат сверхдоход.

Евгения Вежан:

Если отель серьезно занимается управлением своими доходами, это сказывается на его доходности исключительно положительно. Конечно, если рынок растет, сезон высокий, и спрос радует, не нужно держать дисконтные (а именно к таким тарифам относятся невозвратные) тарифы. Нужно работать со условиями аннуляции возвратных тарифов. На небольших популярных объектах предоплата может взиматься полностью за две недели до заезда и даже больше. Главное, в полной мере проинформировать гостей об условиях их бронирования.

Какие еще риски и преимущества вы видите в случае принятия закона о невозвратном тарифе?

ПрасовВадим Прасов:

Идея о невозвратном тарифе очень правильная, но сейчас она еще в стадии разработки. Пока Правительство разработало дорожную карту по трансформации делового климата в туризме. Сейчас в рамках дорожной карты идет проработка вопроса о введении невозвратного тарифа и намечены мероприятия, которые необходимы для законодательного закрепления понятия невозвратного тарифа при работе средств размещения.

Ранее мы уже «заходили» в Правительство с предложением о невозвратном тарифе. Но Роспотребнадзор занимал тогда категорически отрицательную позицию. При этом невозвратные тарифы законодательно закреплены в авиа- и ж/д перевозках, есть определенная практика их применения у туроператоров. Думаю, что сейчас настало время для невозвратных тарифов и в гостиничном бизнесе.

Алексей Мусакин:

Важно не столько закрепление невозвратного тарифа законодательно, сколько то, чтобы он был закреплен правильно.

Я уже говорил, что мы много лет «бьемся» за введение невозвратного тарифа. Сначала нам даже говорили, что он и так есть, поскольку у отелей есть, по сути, два тарифа: гарантированный и негарантированный. Во втором случае гость просит забронировать номер, но не вносит предоплату. Отель держит этот номер до того момента, пока он не будет оплачен (этим гостем или другим). Таким образом, если гость не оплатил номер, то и отель ничего не потерял, поскольку не снимал номер с продажи.

А когда гость совершал бронь, то «включалось» правило отмены не позднее чем за 24 часа. Именно про этот тариф нам говорили, что он и есть невозвратный.

Таким образом, сейчас важно правильно закрепить формулировки, чтобы не возникало двоякого прочтения. Важно закрепить, что при невозвратном тарифе

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

Фокус – Москва и столичный регион

отель удерживает 100% от суммы брони. Такие правила законодательно закреплены за РЖД и авиакомпаниями. По сути, отелям ничего не надо придумывать, достаточно просто поменять терминологию, например вместо слова «билеты» написать «номер».

Вячеслав Глуценко:

Я считаю, что работа с невозвратными тарифами по возврату денежных средств будет в большом количестве бесполезной. Вполне возможно, что законом будут регулироваться обстоятельства, при которых отель должен будет вернуть средства, например, болезнь гостя или болезнь его близкого родственника и т.п. Что в данном случае не мешает гостю найти способ получения справки о болезни, если даже он не болен, чтобы вернуть сумму за путевку в размере 150 000 рублей?

Евгения Вежан:

Ни малейших. По факту эти тарифы давно и успешно используются отельерами на рынке. Этот закон лишь защитит их права и позволит работать безубыточно. Его принятие давно назрело и является совершенно необходимым.

Мохов Генеральный директор и основатель компании ООО «Юридическое агентство Персона Грата» Георгий Мохов:

«Речь идет не о том, чтобы ввести невозвратные тарифы, а, скорее, узаконить то, что применяется повсеместно. Я против сочетания слов «невозвратный тариф». У нас в законодательстве есть гарантированное и негарантированное бронирование. На мой взгляд, чтобы сформулировать право гостиницы удерживать стоимость оплаты бронирования в случае отказа или незаезда потребителя, нужно отталкиваться от существующих нормативных формулировок».

https://horeca.estate/digits/86-gostinichnyj-biznes/1977-nevozvratnye-tarify-v-gostinichnom-biznese-led-tronulsya?utm_medium=email&utm_source=Дайджест+хорека

Невозвратные тарифы в отелях: что не «влезло» в аналитику «Известий»

Андрей Михайлец - эксперт по продажам и разработке маркетинговой стратегии в отеле. Соучредитель и исполнительный директор Ассоциации «Независимый Гостиничный Альянс». Не так давно я давал комментарии для «Известий» по поводу невозвратных тарифов. Чтобы не пересказывать содержание аналитической статьи, предлагаю почитать источник.

Пользуясь случаем, хочу более детально раскрыть тему «плюсов и минусов».

А тезисы о необходимости введения невозвратных тарифов в отеле мы раскрывали летом прошлого года.

Суть невозвратных тарифов в том, что они дешевле стандартных (регулярных) тарифов, но предусматривают штраф в случае незаселения. Отели иногда вводят такие тарифы на востребованных направлениях, например, в Краснодарском крае, на Алтае, Камчатке, в Санкт-Петербурге и в Москве в период высокого сезона. В принципе, вводить невозвратные тарифы – это нормальная международная практика.

Необходимость в изменении законодательства назрела давно, поскольку оно не «успевает» за реальной жизнью.

Несмотря на то, что такие тарифы выгодны потребителю за счет их более низкой стоимости, он не всегда готов нести риски и платить штраф (например, стоимость суточного проживания) в случае отмены брони.

Законодательство (на отношения между гостем и отелем распространяется закон «О защите прав потребителей») пока не предусматривает для гостиничных

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

Фокус – Москва и столичный регион

услуг возможность невозвратных тарифов. В частности, ст.32 закона «О защите прав потребителей» предоставляет потребителю право «отказаться от исполнения договора о выполнении работ (оказании услуг) в любое время при условии оплаты исполнителю фактически понесенных им расходов, связанных с исполнением обязательств по данному договору».

Что из этого сейчас следует:

Если такой пункт о невозвратном тарифе включен в договор, то в случае спора он может быть признан судом недействительным. Именно поэтому по невозвратным тарифам много судебных дел. Так что если отель устанавливает, например, штраф в виде размера суммы брони, то это можно оспорить в суде.

Даже фактически понесенные расходы отелю будет сложно доказать. Например, как рассчитать расходы на закупку продуктов для одного гостя? А если у отеля шведский стол? Еще сложнее посчитать расходы на электроэнергию, уборку, рекламу... Именно поэтому до недавнего времени суды почти всегда становились на сторону потребителя (гостя).

При этом, по нашим данным, в среднем лишь 5–10% недовольных клиентов идут в суд за оспариванием удержания стоимости проживания. Я думаю, это связано с тем, что в целом клиенты отелей считают невозвратные тарифы справедливыми, и они понимают, что отели несут финансовые риски.

Также интересно то, что есть отрасли, в которых невозвратные тарифы разрешены. Это, например, авиаперевозки. Они регулируются Воздушным кодексом и Федеральными авиационными правилами «Общие правила воздушных перевозок пассажиров, багажа, грузов и требования к обслуживанию пассажиров, грузоотправителей, грузополучателей».

Триггерная тема: плюсы и минусы невозвратных тарифов.

Сначала разберемся с потребителями:

Плюсы

Потребителю гостиничных услуг эти тарифы выгодны за счет дешевизны. Иногда скидки при таких тарифах могут достигать до 50%. Но в среднем он составляет 20%.

К тому же невозвратный тариф предлагается в основном в тарифной паре: невозвратный и регулярный тариф. Так клиенту проще оценить преимущества каждого тарифа и выбрать между ними.

Кстати, российские системы бронирования активно поддерживают эту технологию, потому что она является для них хорошим инструментом продаж.

Минусы:

Многое будет зависеть от деталей законодательных изменений. Если не будет прописано, что невозвратный тариф обязательно должен быть ниже регулярного, что это промо-тариф, то отели могут вводить этот тариф без регулярного. Условно говоря, оставив стоимость регулярного тарифа, отели просто сделают его невозвратным.

Таким образом, в период высокого спроса отель заработает на дефиците номеров, а потребитель проиграет.

С другой стороны, есть много других отелей, так что рынок сам все отрегулирует.

Теперь что касается отелей

Плюсы:

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

Фокус – Москва и столичный регион

Выгода отелей в том, что при невозвратном тарифе им проще планировать свои доходы и стимулировать продажи, предлагая тарифную пару из основного и невозвратного для того, чтобы потребитель сделал выбор.

Минусы:

При неумелом использовании это может привести к демпингу, потому что отели, у которых плохо развиты каналы продаж, могут это использовать как основной инструмент продаж. От этого проиграет отель и рынок в целом.

https://horeca.estate/mneniya-ekspertov/1981-nevozvratnye-tarifny-v-otelyakh-cto-ne-vlezlo-v-analitiku-izvestij?utm_medium=email&utm_source=Дайджест+хорека

Суд решил, что турпродукт, - это любой комплекс услуг на сайте туроператора

Показательным решением суда в Удмуртии поделился с порталом Profi.Travel гендиректор ЮА «Персона Грата» Георгий Мохов. Компанию, у которой был статус туроператора по внутреннему и въездному туризму, оштрафовали за предложения на сайте экскурсий и размещения в отелях Армении и Грузии. Перевозка из России в состав услуг не входила, однако суд все равно усмотрел в этом незаконную деятельность по выездному туризму.

Жалобу на «Большие гонки Тур» подал в Роспотребнадзор один из потребителей. Он решил обратить внимание службы на то, на сайте компании представлены экскурсионные программы за рубежом, при этом в реестре туроператоров по выездному туризму она отсутствует, а фингранатии получила только для осуществления деятельности по внутреннему туризму.

Как рассказали корреспонденту Profi.Travel в самой компании, туроператор не реализовывал турпродукт в сфере выездного туризма. На сайте были представлены экскурсионные программы по Армении и Грузии с размещением в отелях. При этом перевозку из России в эти страны компания не предлагала. А значит на сайте были представлены отдельные туруслуги.

Однако суд решил, что туроператор продает именно турпродукт, то есть ведет незаконную деятельность в сфере выездного туризма. И применил дисквалификацию директора туроператора на 6 месяцев. В компании не согласились с этим решением и подали апелляцию.

Интересно, что компания запросила у действующего тогда регулятора отрасли, Ростуризма, определение турпродукта, чтобы сослаться на него в суде. Однако это не изменило логику судей, которые постановили, что «письмо Ростуризма относительно разъяснения понятия „туристского продукта“ не может иметь силы, поскольку Ростуризм не наделен полномочиями по разъяснению и толкованию норм законодательства Российской Федерации в, том числе ФЗ № 132-ФЗ». В апелляционной инстанции дисквалификацию должностного лица по ч.1 ст.14.51 Коап РФ заменили на штраф в 50 тыс. рублей.

Как отмечено в решении, ответчик «не предоставил документально подтвержденной информации о том, что, предлагая туристский продукт, ООО „Большие Гонки Тур“ действовал не в качестве туроператора, а иного участника туристской деятельности в соответствии с требованиями действующего законодательства, что свидетельствует о факте „завуалированной“ туроператорской деятельности и сокрытии формирования турпродукта». Иными словами, если вы продаете клиенту трансфер и отель за рубежом, будьте добры подтвердить документально свое право на осуществление деятельности логистической компании и отельной. Иначе это турпродукт, а вы нарушаете закон.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Как пояснил Георгий Мохов, такое судебное решение — не единичный случай. И действительно, разъяснения регулятора отрасли далеко не всегда учитываются, поскольку толкование федеральных законов — это право суда.

«Нам в нескольких административных производствах удалось доказать связь состава услуг со статусом туроператора: если нет перевозки, то нет и турпродукта, а значит отсутствует и обязанность входить в реестр. Но в понимании большинства контролирующих органов все, что продается как комплекс туруслуг, — это турпродукты», — заключил глава «Персона Грата».

Заметим, что эту позицию зачастую поддерживают туроператоры по внутреннему туризму — чтобы сохранить право на разного рода льготы и субсидии, поскольку в ином случае по составу услуг они бы не относились к разряду туроператоров и не могли воспользоваться господдержкой.

https://profi.travel/articles/59033/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_29641_070224

Гостиничные активы Клячина остались в его владении

Часть активов, формально перешедших на короткое время под контроль государства в рамках судебного процесса по иску Генпрокуратуры к «Русь-Ойлу» и бизнесменам Алексею Хотину и Александру Клячину, вернулась к прежнему собственнику.

Как сообщается в ЕГРЮЛ, с 9 февраля владельцем ООО «Капитал Хотелс Рус» и ООО «Азимут Девелопмент» вместо АО «Юнити Холдинг» стал Клячин. Сам «Юнити Холдинг» ранее тоже контролировался бизнесменом, но с января этого года находится под управлением Росимущества в лице АО «Управляющая компания».

«Капитал Хотелс Рус» владеет рядом юрлиц гостиничной сети «Азимут», на балансе «Азимут Девелопмента» — ООО «Азау» (Кабардино-Балкария), ООО «Сортавала» (Карелия), ООО «Истра Курорт» и ООО «Истра Резорт», а также 75% в ООО «Курортный город», учредителе «Корпорации развития курортной зоны Шерегеш».

<https://hoteliernews.ru/gostinichnye-aktivy-klyachina-ostalis-v-ego-vladienii>

Суд изъял гостиницы у 30 владельцев в Курортном городке Сочи

Адлерский районный суд в полном объеме удовлетворил иск Генпрокуратуры РФ об изъятии в пользу государства гостиниц в Курортном городке Сочи. В ответчиках значились 30 физических и юридических лиц, еще 17 выступали в качестве третьих лиц. Информация об этом опубликована на сайте Адлерского суда.

Среди них известный предприниматель Рубен Татулян, который находится сейчас в федеральном розыске, депутат Городского собрания Сочи Анжела Селюкова и другие предприниматели, а также администрация Сочи, компании «Бриз», «Лэндлорд», «Московский пляж», «Рестинвест», «Специализированный застройщик "Файв Старс"», «Фазтон Сочи», «Волна Резорт энд СПА», Банк «ВТБ», «Абсолют Банк», Совкомбанк, Сбербанк и другие.

Предварительное заседание суда по иску Генпрокуратуры РФ состоялось 20 декабря, на 26 декабря назначено первое рассмотрение по существу, а решение суд принял уже 28 декабря 2023 года. При этом два заседания были отложены судья по информации в карточке дела.

В числе изъятых в пользу государства — гостиница «Меридиан», которой владели уральские предпринимательницы Светлана и Елена Казиханова, сообщает «Коммерсант — Урал».

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

Фокус – Москва и столичный регион

Надзорный орган посчитал, что участок у Черного моря, на котором расположен отель, незаконно выбыл из владения государства, при этом он носил статус особо охраняемой природной территорией. По данным Генпрокуратуры, администрация Сочи неправомерно передала коммерческим организациям земли федеральной собственности и позволила их застроить.

Генпрокуратура РФ провела проверку и установила, что земли особо охраняемых природных территорий, а также высоколиквидных объектов недвижимости незаконно выбыли из владения Российской Федерации. Надзорный орган считает, что администрация Сочи незаконно передала коммерческим организациям земли федеральной собственности и позволила их застроить.

Светлана Казиханова рассказала, что в 1995 году гостиницу «Меридиан» выкупил ее отец за 2,5 миллиарда рублей у профсоюза. После его смерти в 1998 году Светлана Казиханова и ее сестра Елена получили доли в гостинице в качестве наследства. Ремонт и техническое обслуживание сестры осуществляли за свой счет. Однако прокуратура считает, что профсоюз, у которого Казихановы выкупили гостиницу, не имел права распоряжаться землей.

Уральская предпринимательница заявила, что суд рассмотрел иск об изъятии отеля и других объектов недвижимости за три заседания, каждое из которых длилось по девять часов. Она утверждает, что суд не привлек профсоюз к процессу и не удовлетворил ни одного ходатайства. Доводы Генпрокуратуры об изъятии «Меридиана» Светлана Казиханова считает несостоятельными. Мотивированное решение будет изготовлено 12 января, говорится на сайте Адлерского районного суда, тогда у ответчиков будет возможность обжаловать его в апелляционной инстанции.

Мы рассказывали, что первый заместитель Генерального прокурора РФ Анатолий Разинкин обратился с иском в Адлерский районный суд с требованием аннулировать договоры аренды на участки бывшего совхоза «Чкаловский» и вернуть их государству. Речь идет о 633 гектарах. В иске — 59 ответчиков, это физические и юридические лица, а также администрация Сочи, МТУ Росимущество.

В иске зам прокурора отмечает, что Хостинское теплично-парниковое хозяйство, с закладкой 5 тысяч квадратных метров теплиц и 2 тысяч парников, было создано на берегу Черного моря постановлением Совета Министров СССР от 4 октября 1947 года для улучшения снабжения курортов Сочи — Мацеста и Гагры овощами, молоком, мясом и яйцами. В 1959 году его состав включили колхоз имени Чкалова.

В ноябре 1992 года совхоз «Чкаловский» по постановлению администрации Адлерского района преобразовали в АОЗТ «Кудепста», позже в АО «Агрофирма "Кудепста"». Надзорный орган считает, что благодаря этой схеме из федеральной собственности выбыл имущественный комплекс совхоза «Чкаловский», включая имущество Адлерского субтропического госучастка.

В 1993 году власти Сочи предоставили агрофирме «Кудепста» земельный участок площадью 709 га для сельскохозяйственного использования. Но городская администрация не имела права распоряжаться этими землями, поскольку с 1991 года они находились в федеральной собственности.

Поскольку в составе имущественного комплекса совхоза находился государственный сортоиспытательный участок, решение о реорганизации предприятия не могло быть принято без согласия Российской академии сельскохозяйственных наук, считает Генпрокуратура. Позже на особо ценных плодородных сельхозземлях построили жилые комплексы. Рассмотрение дела назначено на 18 января 2024 года.

<https://93.ru/text/gorod/2024/01/10/73106213/>

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

В Краснодарском крае запретят строительство апартamentов рядом с морским побережьем

Об этом на прошлой неделе написали журналисты издания «РБК Краснодар» со ссылкой на руководителя краевого департамента архитектуры Илью Позднякова. Он отметил, что действующие нормы градостроительного проектирования были утверждены в 2022 году. Сейчас эти документы изменяют с целью исключить возможность строительства апартamentов у морского побережья. Вместо этого будет стимулироваться строительство классических гостиниц. Власти края особенно заинтересованы в появлении объектов, которые работают в течении всего года и/или работают в формате «все включено».

Также на прошлой неделе журналисты ТАСС рассказали о планах администрации Сочи увеличить номерной фонд курорт на 77 000 номеров. Таких результатов планируется достичь к 2024 году. Соответствующие возможности были внесены в новый генеральный план Сочи.

<https://hotelier.pro/press/item/v-krasnodarskom-krae-zapretyat-stroitelstvo-apartamentov-ryadom-s-morskim-poberezhem/>

Незаконную перепланировку оценили в полмиллиона

Наконец начались реальные действия по борьбе с серым сектором гостиничного бизнеса в России. Петербургские парламентарии вышли в Государственную думу с предложением увеличить штрафы

На этой неделе Совет законодателей при Федеральном собрании РФ должен дать ответ на предложения группы депутатов ЗакСа Петербурга по внесению законодательной инициативы, которая предполагает существенное увеличение штрафов за незаконную перепланировку. По замыслу депутатов, предложение направлено на то, чтобы пресечь нарезку коммунальных квартир и нежилых объектов под студии на продажу.

Разработчики инициативы полагают, что санкции должны быть соразмерны тому ущербу и последствиям, которые может нанести незаконная перепланировка как безопасности зданий и сооружений, так и имущественным правам собственников

Предложения подготовлены депутатами фракции «Единая Россия» в ЗакСе Санкт-Петербурга Наталией Астаховой, Павлом Крупником и Денисом Четырбоком. Как сообщили разработчики предложения, резолюция на предложение из Совета законодателей Госдумы РФ должна поступить до 1 августа 2023 года. Если резолюция будет положительной, вопрос о внесении законодательной инициативы в Госдуму будет вынесен на голосование Законодательного собрания Петербурга на первом заседании после летних каникул.

Сейчас взыскание для нарушителей составляет 2–2,5 тыс. рублей для граждан, 4–5 тыс. для должностных лиц, 40–50 тыс. для юридических лиц. Депутаты предлагают поднять штраф для граждан до уровня 50–100 тыс. рублей, для должностных лиц — 100–200 тыс. рублей, для юридических лиц — 200–500 тыс. рублей. Кроме того, предполагается, что будет увеличен срок давности привлечения к административной ответственности за незаконную перепланировку: с двух месяцев до года.

Как пояснили разработчики инициативы, речь идет в первую очередь о многокомнатных коммунальных квартирах, которые внутренними перегородками «разрезаются» на маленькие сегменты. И эти получившиеся «квартиры» выставляются для продажи. То есть человеку продают долю в квартире под видом отдельного жилья. «Проблема касается большого количества людей. Обращения по

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

Фокус – Москва и столичный регион

данному вопросу к нам поступают регулярно. А самый большой вопрос, что покупатели таких квартир-"деленок" осознают, что столкнулись с проблемой, уже после покупки. Квартира оказывается в зоне внимания надзорных органов. То есть по факту покупатели оказываются обманутыми. Нарушаются санитарные нормы, градостроительные нормы, жилищные нормы, интересы и права жителей. Задача предложенных поправок — пресечь эту порочную практику», — прокомментировал ситуацию журналисту «Ъ-СПб» Денис Четырбок.

Уже в конце июля из Совета законодателей Госдумы должна прийти резолюция — свои предложения по совершенствованию законодательства петербургские парламентарии отправили в конце июня. «Мы предложили увеличить штрафы за данное нарушение. Полагаем, что санкции должны быть соразмерны тому ущербу и последствиям, которые может нанести незаконная перепланировка как безопасности зданий и сооружений, так и имущественным правам собственников», — прокомментировали инициативу в аппарате депутата ЗакСа Павла Крупника.

По словам авторов инициативы, самый большой риск на пути исполнения данной инициативы — доступ в жилище с целью зафиксировать факт незаконной перепланировки. Неприкосновенность жилища охраняется Конституцией РФ, чем и пользуются в данном случае правонарушители. «Поэтому у надзорных органов должны быть достаточно серьезные инструменты пресечения подобных правонарушений», — резюмировал господин Четырбок.

Получив ответ от Совета законодателей, петербургские парламентарии планируют собраться на рабочее совещание и вернуться к предметному обсуждению вопроса на одном из первых заседаний ЗакСа в предстоящей осенней сессии. «Сценариев развития событий несколько. Один из вариантов — поправки будут одобрены только для городов федерального значения. Но это тоже результат. И он важен на пути решения проблемы», — подчеркнули в аппарате депутата Павла Крупника.

По словам председателя московской коллегии адвокатов «Власова и партнеры», советника Федеральной палаты адвокатов РФ Ольги Власовой, данная проблема очень актуальна. Причем она касается не только жилых помещений. Большую популярность приобрела продажа под видом апартаментов-студий долей в нежилых помещениях. В них также делают перепланировки — как правило, незаконные — и создаются небольшие отдельные комнатки с санузлом. Часто такие «апартаменты» создаются собственниками в подвальных пространствах и цокольных этажах жилых домов. «Ко мне обращалась группа собственников: люди приобрели доли в помещении переоборудованного бывшего общежития. У них возник ряд проблем с содержанием и обслуживанием дома. При этом новые собственники не понимали, что их дом на самом деле не является жилым, а им принадлежат не конкретные помещения (квартиры) в этом доме, а только абстрактные доли», — рассказала госпожа Власова.

<https://www.kommersant.ru/doc/6123338>

5. Зарубежный гостиничный рынок

Турецкие отельеры в 2024 году собираются поднимать цены

Турецкие отельеры должны подумать о доходах от туризма, а не количестве туристов. Об этом на туристической ярмарке ЕМІТТ заявил президент Федерации отельеров Турции Эркан Ягджи, назвав 2024 год — годом испытаний.

Ягджи подчеркнул, что в туристической отрасли Турции произошел рост цен и важно, чтобы этот факт приняли во всем мире. Значимой для отельеров он назвал необходимость сохранить достигнутый уровень и быть готовым к будущему. Рост цен будет продолжаться до тех пор, пока мировое сообщество не потеряет веру в туризм. А в 2024 году важно избегать действий, которые заставят отельную индустрию страны отставать с точки зрения доходов.

Эркан Ягджи заявил, что Турции необходимо избавиться от имиджа дешевой страны и предлагать туристам свои услуги по той цене, которую они заслуживают. Цены на отели растут во всем мире, а Турция по-прежнему не утратила своего преимущества по соотношению цены и качества.

Президент Федерации отельеров отметил, что у Турции нет цели стать самой дорогой страной для отдыха. Планируется провести качественную сегментацию рынка и предлагать турпродукт разных ценовых категорий. Эркан Ягджи пояснил, что трехзвездочный отель стоит продавать по цене трехзвездочного отеля, однако пятизвездочный отель должен продаваться по цене пятизвездочного. Следует ли из этих слов, что первым стоит ждать роста в высоком ценовом сегменте, пока неизвестно.

Высказанная президентом Федерации отельеров Турции точка зрения вызвала недоумение представителей российской туриндустрии. После попытки подъема цен в 2023 году, потери значительного числа туристов и объявленного на 2024 год снижения цен для россиян турецкая сторона, возможно, планирует заход на второй круг.

https://profi.travel/news/59044/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_29658_080224

За год отели Турции опустели более, чем наполовину

Заполняемость турецких отелей в 2023 году снизилась до 47% — с 51% в 2022-ом. Такие итоги подвели в Министерстве культуры и туризма страны, сообщает издание Turizm Ajansi.

По оценкам ведомства, загрузка упала в отелях всех категорий. Так, в гостиницах уровня пять звезд она снизилась до 55%. В четырехзвездочных — до 51%. В трехзвездочных до — 41%. При этом в Министерстве культуры и туризма отметили рост числа туристов, выбирающих размещение в дачных поселках первого класса. Однако для второго класса в 2023 году показатели также снижались.

Отдельную статистику министерство опубликовало по отелям Стамбула, где показатели упали с 61,3% в 2022 году до 52,7% — в 2023-ом. Меньше всего были заполнены стамбульские гостиницы уровня 5* — на 48%. Для традиционно популярных четырех звезд снижение составило 12% — до 57%. Отели 3* отчитались о загрузке в 52%.

По мнению экспертов, ключевой причиной такого падения загрузки стало повышение цен на размещение, которое особенно сильно ощущалось в Турции в прошлом летнем сезоне. Российские туроператоры оценили рост контрактных тарифов в среднем на 30%. При этом для российского рынка, который всегда был одним из основных для Турции, это совпало с ослаблением курса рубля, что привело

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

Фокус – Москва и столичный регион

к падению спроса и вынудило отельеров устраивать акции и распродажи, чтобы хоть как-то снизить негативный эффект от подорожания номеров. Тем не менее, недавно турецкие власти вновь объявили о намерении уйти от имиджа «дешёвой» страны и планах по очередному повышению цен

https://profi.travel/news/59072/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_29700_120224

6. Интересное и полезное для отельера

У сельских отелей в связке с рестораторами – большое будущее

В январе состоялась самая масштабная премия в области wellness RE.AWARDS. Лидеры премии совместно с Glubinka.guide открыла новую сельскую номинацию по четырем позициям – сельский отель, сельский ресторан, энтузиасты на селе и туры в село.

Организаторы премии – создатель агентства Чиптрип и глэмпинга «Зеленая Тропа» Ирина Мамай и руководитель премии RE.AWARDS Ольга Никитина, рассказали нам, как отбирали номинантов, насколько развита ниша сельских отелей и ресторанов, и в какую сторону развивается этот вектор.

Сельские отели привлекают креативную молодежь

- Расскажите, как пришла идея создать сельскую премию в рамках RE.AWARDS? Как отельеры могли попасть в номинанты премии?

- Почему эта тема интересна и стоит внимания? Дело в том, что в российской глубинке много интересных, колоритных и душевных мест, однако никакой навигации и четкого маршрута по ним нет, поэтому каждому туристу нужно часами лопатить интернет в поисках уникальных локаций и по крупицам собирать информацию. Мы же создали номинацию, которая поможет, как и путешественникам, так и самим предпринимателям.

Все желающие подают заявки на участие в премии. В этом году мы сменили название премии на Live Organic Awards. Мы проводим ее в девятый раз, в следующем году у нас юбилей. Раньше мы проводили ее только для блогеров. Потом к нам присоединился наш глобальный партнер - эко маркет «Fresh». И мы поняли, что нужно объединять рынок. Собрали вокруг себя представителей косметики, продуктов, детского питания, бытовой химии. Одним словом, мы глобально расширились. У нас сейчас более 70 номинаций. Это и одежда, и рестораны, и отели, и локальные производители. Участники сами подают заявку и сами выбирают номинации, в которых будут принимать участие. У нас есть команда координаторов, которая помогает с выбором. В прошлом году нам пришла идея, что нужно поддерживать не только большие отели. И мы решили сделать номинации для локальных участников. Так мы ввели сельскую номинацию, потому что этот сектор отелей и ресторанов тоже хочется подсветить в связи с ростом внутреннего туризма. Мы с координаторами активно помогаем, поддерживаем наших участников.

- Насколько активны сельские отели, и чем они интересны?

- Это ниша пока новая. Маленькие отельчики в провинциях стали появляться буквально 5-6 лет. Они пытаются поддерживать местное сообщество, интегрироваться в местную жизнь, предлагают новый подход к сельскому отдыху. Их сейчас пока мало: эти отели, как правило, маленькие, управляются одной семьей. И это одна из причин, по которой мы решили затеять премию - чтобы они получили рекламу, раскрутку. Потому что в рамках премии говорят не только о победителях, но и обо всех участниках. Жизнь небольших, камерных загородных отелей кардинально отличается от обычных, городских объектов. Люди, развивающие этот бизнес в глубинке, болеют за свое дело всей душой. Они общаются с клиентами, погружают в эту жизнь через досуг, приглашают фермеров, прорабатывают разные маршруты по своей местности. Это другой формат.

Мы оцениваем именно детали.

- В чем особенность этой ниши? Какие туристы предпочитают отдых в сельских отелях?

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

Фокус – Москва и столичный регион

- Их целевая аудитория - жители крупных городов. Это относительно молодые люди, которые понимают такой вид отдыха. Потому что категории 45+ ближе отдых в классическом загородном отеле, с бассейном и all inclusive. Сельские отели и рестораны привлекают городской креативный класс: им хочется чего-то настоящего, нерафинированного. Они специально выискивают эти маленькие отели и с удовольствием едут туда. Находятся они в самых разных областях - Тульская, Владимирская, Ярославская, Ивановская области. Везде мы отыскиваем эти отельчики. В интернете все плохо с навигацией в этом смысле. Нужно выезжать на место и целенаправленно заниматься их поисками. Мы находим их по сарафанному радио, выписываем, приезжаем, смотрим.

Как понять, что этот объект соответствует нашему пониманию идеального сельского отеля? Мы смотрим, насколько проработаны все мелочи, насколько органично произошла интеграция в район. Что можно делать рядом - на какие съездить хозяйства, по каким прогулочным маршрутам погулять. Мы оцениваем именно детали: какие товары продаются в магазинчике, есть ли информационные таблички, какие плейлисты играют в отеле. Ключевое слово, которое мы хотим там найти - это уместность. Понятно, что если мы заехали в глушь и видим название «Вилла Занзибар», они явно не войдут в наш гайд и премию. Также наш главный критерий – это сервис. Потому что во многом подобных местах он специфический. Душевность очень сложно измерить, и тонка грань между душевностью и панибратством. Мы же ищем в таких отелях золотую середину.

- Вы можете привести конкретные отели, которые вас в хорошем смысле удивили?

- Конечно! Недалеко от нас, в Тульской области, находится отель «Болотов.дача» - очень хороший пример. Там все, начиная от архитектуры и заканчивая каждой мелочью, напоминает дачный дом - люди могут собираться в большой гостиной, неспешно обедать за большим коммунальным столом вкусными блюдами по классным рецептам. И досуг там выстроен вокруг общения - небольшие квартирники, уютная дачная атмосфера. Найти достойные объекты для гайда в Ярославской области было сложнее. Тем не менее, мы набрали определенное количество отелей в гайд. Мы всегда оценивали качество комьюнити – нам важна приятная дачная атмосфера. Обычно подобными объектами управляют увлеченные люди, которые горят своим делом и пытаются интегрировать свой объект в район и местное сообщество, не отгораживаются от него высоким забором.

- По каким критериям вы будете судить номинантов? И кто входит в жюри?

- У нас есть определённый список критериев.

Среди членов жюри - Я, Ирина Мамай - создатель туристического сообщества и агентства Чиптрип (самое большое несетевое турагентство конца нулевых-начала десятых и один из первых бизнесов в России, монетизировавший соцсети). Она же - создатель глэмпинга «Зеленая Тропа» (самый заметный глэмпинг Подмосковья, обладатель премий live organic awards в номинациях «Место силы», «Лучший глэмпинг России 2022», архитектурной премии АрхиWood)

Я также выступаю спикер на отраслевых конференциях и в акселераторах, являюсь амбассадором Ассоциации глэмпингов России, участником рабочей группы по разработке ГОСТов по глэмпингам, финалисткой в номинации «Предпринимательница года» премии RE.AWARDS (ex. Live organic awards). И моя коллега Ольга Никитина - руководитель премии RE.AWARDS.

Часть экспертов, кто оценивает номинации:

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

Вадим Рукавицын - дипломированный геоэколог. Кандидат геолого-минералогических наук. Эксперт школы экотренеров. Ольга Майкопова - основатель агентства маркетинговых коммуникаций для глэмпингов Lifestyle Camping, директор по устойчивому развитию Ассоциации глэмпингов.

Венера Адамович - Директор АНО «Агентство развития туризма на сельских территориях», Заместитель Председателя Региональной Ассоциации сельского туризма (Татарстан), Член Общественного совета при Государственном комитете Республики Татарстан по туризму. Сельские отели – это тренд.

- Как вы считаете, подобные кулуарные отели, уютные усадьбы – это некий тренд? Например, как глэмпинги, которые набирают популярность с каждым годом. Как вам кажется, какие ниши в этой группе еще не заняты, что там еще можно придумать?

- Безусловно, это тренд. Он будет развиваться и лет через 7 достигнет своих высот, как мы наблюдали с глэмпингами. Некоторые глэмпинги все-таки становятся ближе к стандартным отелям, а кто-то остается нишевыми бизнесами, куда приезжают именно на владельца, на его видение. Думаю, что с такими маленькими отелями будет похожая история. Одни отели будут укрупняться и делать бизнес. А другие - оставаться такими же маленькими, душевными, при одной семье. И их аудитория будет ехать конкретно к этой семье. И такие отели как раз могут получить прекрасное развитие. Много зависит от личности владельца. Как правило, он пытается отобразить свои увлечения в этом проекте. Это может быть что-то тематическое. По аналогии с глэмпингами: если человек увлекается яхтами, он делает глэмпинг в яхтовом стиле. Если ему близка биология, то он предлагает гостям прогулки по природе с биологами.

- Что дает сельским отелям участие в премии и тем более, если они выигрывают?

Ирина Мамай: - В целом, у нас идет очень большая информационная поддержка премии. Соответственно, люди, которые заходят на наш сайт, видят всех номинантов. Могу сказать по себе: в свое время мы еще не участвовали в премии как «Зеленая тропа», но я понимала, что премия близка нам по духу. Я заходила на сайт, смотрела номинантов в интересующих меня категориях, и мы писали напрямую - предлагали партнёрство. У нас связи складывались именно таким образом.

Плюс у сельской премии есть и прикладное использование. Люди, которые хотят поехать отдохнуть в соседнюю область, могут зайти и посмотреть, куда же им отправиться, что им интересно. Плюс это коллаборация. Для номинантов премия является своего рода знаком качества. Все, кто в теме, знают эту премию. И понимают, что отбор в нее качественный, так что, на номинантов точно стоит обратить внимание. Связка отеля и ресторана – эффективно и интересно

- Знаю, что у вас также есть номинация сельские рестораны. Какие проекты в нее входят?

- С этой номинацией сложнее, чем с сельскими отелями. Потому что если отели появляются последние 5 лет, и мы знаем, кому писать, кого приглашать в участники, то рестораны в сельском местностях только начали появляться, и их очень мало. Но это, безусловно, перспективное направление. Гастротуризм - это огромная часть любого туризма: и загородного, и городского. В России нужно однозначно развивать эту сферу. Даже если нам не удастся набрать участников в эту номинацию, я не буду жалеть, потому что мы уже заявили об этом - что это важно и нужно. И эта ниша в ближайшем будущем точно будет востребована. Как человек, владеющий глэмпингом, я понимаю, почему так происходит. Если сельский ресторан стоит в

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

Фокус – Москва и столичный регион

поле, он никогда не окупится. Эффективная связка - это когда есть отель, который обеспечивает трафик гостей, и при нем открывается сельский ресторан. Причем, не просто шведский стол. А ресторан, который работает на локальных продуктах, где это возможно и экономически выгодно. Я - реалист. Понятно, что наш ресторан тоже полностью не работает на локальных продуктах. Но где это возможно, мы стараемся использовать такой подход. Овощи, травы выращиваем в своей теплице.

У местного ресторана и меню должно быть местное: соответствовать этой сельской местности. Когда ресторан стоит в селе, а повара делают тирамису и итальянскую пиццу, по нашему мнению, это не сельский ресторан. В Ярославской местности есть проект бывшего владельца «лавка-лавка» Акимова. Собственник там поселился, открыл свой ресторан, готовят они сами с женой, используя местные продукты. И они создали классное, интересное меню, с использованием дикоросов - сныти, крапивы и местных мяса, сыров. Но пока это маленький бизнес. И хотелось бы, чтобы таких мест было намного больше. Хорошая модель, когда интегрированные в местность рестораны идут в связке с отелем. Мы считаем, что за такими интересными, душевными, креативными проектами будущее!

<https://hotelier.pro/interviews/item/sozdatel-agentstva-chiptrip-i-glampinga-zelenaya-tropa-irina-mamay-za-selskimi-otelyami-v-alyanse-s-restoranami-budushchee/>