



Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 0203-2023

С 21 по 28 февраля 2023 года

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

Минэкономразвития обновит правила субсидирования строительства модульных отелей

Изменения в программе льготного кредитования гостиниц для третьего отбора инвестпроектов. Анализ инициатив Минэкономразвития

Госкорпорация может отдать гостиничные объекты семье Ткачева

2. Гостиничный рынок Москвы и Московского региона

Первое концессионное соглашение о создании гостиницы подписано в Москве

В Подмосковье выявлено 255 незаконно работающих гостиниц и хостелов.

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков

РФ

В РСТ рассказали, сколько гостиничных номеров еще необходимо стране

Год без Booking.com: как изменился рынок гостеприимства

«Яндекс» запустил собственную систему бронирования отелей

Ostrovok Guests' Choice 2022: лучшие отели России по мнению путешественников

«Туризм.РФ» разместится в санатории

В РСТ сообщили о значительном сокращении спроса на отдых в Крыму

Как южные отели пережили лето — 2022

Ночи прихватывают мобильные отельеры

Есть ли зависимость от иностранных технологий? Что изменилось в гостиничной отрасли после ухода крупных гостиничных операторов

Ассор не собирается покидать российский рынок

AZIMUT Hotels: главные тренды гостиничной индустрии

4. Юридический практикум для отельеров и вопросы гостиничной безопасности

"Долой гостиницы!". Мини-отели закрываются сотнями. Почему власти «зачищают» индустрию гостеприимства.

Аренда апартаментов в командировке в России и за рубежом

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

Фокус – Москва и столичный регион

5. Гостиничный рынок за рубежом

Годовая чистая прибыль сети InterContinental Hotels выросла на 41%

Перечень государств, граждане которых могут получить визу на основании подтверждения брони в отеле,

6. Полезное и интересное для отельера

Что должен уметь модуль бронирования и как его выбрать

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

Минэкономразвития обновит правила субсидирования строительства модульных отелей

25 февраля министр экономического развития Максим Решетников посетил с рабочим визитом Иркутскую область. Центральными темами визита стали развитие туризма, малого и среднего предпринимательства в особых экономических зонах туристско-рекреационного типа.

В ходе встречи Максим Решетников заявил, что Минэкономразвития в 2023 году обновит правила субсидирования строительства быстровозводимых модульных гостиниц и льготного кредитования строительства отелей и многофункциональных комплексов под 3%-5% в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». В конкурсных отборах планируется присваивать дополнительные баллы проектам в особых экономических зонах туристско-рекреационного типа. «Прорабатываем совместно с бизнесом и регионами вопрос того, чтобы приоритетными территориями для субсидирования строительства модульных гостиниц и льготного кредитования стали резиденты ОЭЗ туристско-рекреационного типа», — заявил Максим Решетников.

<https://hoteliernews.ru/minekonomrazvitiya-obnovit-pravila-subsidirovaniya-stroitelstva-modulnyh-otелей>

Изменения в программе льготного кредитования гостиниц для третьего отбора инвестпроектов. Анализ инициатив Минэкономразвития

Комментарии Генерального директора управляющей компании «Станция» Алексея Макарова

9 февраля на официальном сайте Министерства экономического развития была опубликована статья, посвященная грядущим изменениям в программе льготного кредитования строительства гостиниц, а также началу третьего отбора инвестпроектов.

Так, глава Министерства Максим Решетников на XIV Общем собрании Ассоциации «НП «ОПОРА» ознакомил присутствующих с планами МЭР по развитию внутреннего туризма в России посредством модернизации действующих инструментов, направленных на стимулирование строительства малого гостиничного фонда.

В частности, господин Решетников указал на острую необходимость и дальше развивать программу льготного кредитования, меры по субсидированию строительства, а также снижение и (или) полный отказ от НДС для ряда субъектов малого и среднего бизнеса.

«Главный проект по туризму — программа льготного кредитования в рамках нацпроекта для строительства 20 тыс. новых номеров. Планируется третий отбор гостиниц. Сейчас будем обсуждать критерии, чтобы в нее попало как можно больше объектов, повысилась эффективность. Делаем фокус на создании отелей сегмента 3* и 4*» — сообщил Решетников.

Сославшись на одобрение инициатив МЭР Президентом Российской Федерации, министр уточнил, что на реализацию программы выделено около 8 миллиардов рублей, которые будут направлены (в том числе) в виде грантовой поддержки строительства модульных гостиниц. Исходя из этого, субсидии составят 50% стоимости строительства одного номера, но не более 1,5 млн рублей.

Дополнительно к этому Решетников анонсировал планы Министерства снизить налоговую нагрузку для субъектов МСП, участвующих в программе, а также обеспечить их правом на льготное кредитование в районе 2,5-4% годовых. Более того, программа может включить возможность регистрации товарных знаков физическим лицам и самозанятыми.

В заключении Максим Решетников указал на потенциальный эффект от реализации предложенных мер: «Есть над чем совместно работать. Например, ставить цель по увеличению доли МСП в занятости до 30 млн человек и в ВВП — до 25%. Это поможет не только обелению рынка, но и качественной реализации предпринимательских компетенций».

Напомним, что в рамках предыдущих этапов реализации программы рассматривались инвестпроекты от 120 номеров с площадью не менее 5000 кв.м. Дополнительно к этому размер кредита на возведение гостиниц варьировался от 100 млн до 70 млрд руб., а ставка не превышала 3-5% годовых.

Инициативы одобрили не все

Буквально сразу после выступления Решетникова в экспертном сообществе начались разговоры о нецелесообразности программы, а также о потенциальных проблемах в ее реализации.

Так, по мнению генерального директора сети отелей «Ателика» Алексея Высоканова данная мера могла бы способствовать развитию отрасли при строительстве гостиниц с номерным фондом не менее 100. Ссылаясь на текущую инициативу Министерства по снижению «порога входа», эксперт уверен, что такие объекты не смогут выйти на достаточный уровень рентабельности.

С господином Высокановым согласен Вице-президент Федерации рестораторов и отельеров Вадим Прасов, указав на то, что «120 номеров — это минимум», который может обеспечить достаточную рентабельность.

Реальные перспективы

«Несмотря на критические замечания, есть все основания полагать, что новые правила отбора инвестпроектов действительно будут способствовать росту номерного фонда, в том числе, в городах и локациях с большим туристическим потоком» — такого мнения придерживается Генеральный директор управляющей компании «Станция» Алексей Макаров.

Эксперт дополняет: «...страхи ряда инвесторов связаны с высокой вероятностью не выйти на достаточный уровень рентабельности даже при условии субсидирования и льготного кредитования. Однако стоит понимать, что часть забот по обеспечению функционирования небольшой гостиницы может взять на себя управляющая компания».

По мнению господина Макарова, те, кто давно принимает активное участие в работе отелей, отчетливо понимают, насколько УК способна решать большинство административных задач, начиная от решения сугубо коммунальных вопросов и заканчивая выстраиванию четких и эффективных бизнес-процессов.

При этом эксперт указывает на то, что выход гостиницы на рентабельность в текущих условиях возможен от 40 номеров.

Также он выражает уверенность в следующем: «Самое ценное, что может дать управляющая компания собственнику — время. Ошибка многих владельцев гостиниц с малым номерным фондом заключается в том, что они стремятся полностью возложить на себя обязанности по обеспечению их работы, теряя не только время, но и потенциальную прибыль, которую они могли бы получить, ставя акцент на более приоритетные задачи. К примеру, за счет централизации и эффекта

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

Фокус – Москва и столичный регион

масштаба управляющая компания может полностью взять на себя организацию бизнес-процессов, заняться привлечением клиентов и тем самым в значительной мере ускорить окупаемость объекта. В этом случае собственнику не потребуется «класть жизнь» на развитие своего бизнеса. Более того, эффект масштаба достигается за счет унификации и стандартизации бизнес-процессов, что обеспечивает их высокую результативность».

Алексей Макаров подчеркивает, что управляющей компании лучше делегировать (в первую очередь) именно коммерческие функции: продажи и маркетинг, т.к. их реализация возможна в централизованном виде. В это время собственник может прилагать усилия в административно-хозяйственной плоскости. При этом если делегировать управляющей компании хозяйственные вопросы и заниматься продажами самостоятельно, с высокой долей вероятности добиться желаемого уровня рентабельности объекта не получится.

С учетом очевидного роста внутреннего туризма, можно с уверенностью утверждать о целесообразности инвестиций в проекты с малым номерным фондом, тем более, если речь идет о строительстве гостиниц и отелей в городах с плотной исторической застройкой и большим туристическим потенциалом. В этом смысле реальная помощь управляющих компаний может не только в самое ближайшее время оправдать вложенные деньги, но и способствовать высокой прибыльности объекта в будущем.

<https://hotelier.pro/news/item/izmeneniya-v-programme-lgotnogo-kreditovaniya-stroitelstva-gostinits-dlya-tretego-otbora-investproektov-analiz-initsiativ-mer/>

Госкорпорация может отдать гостиничные объекты семье Ткачева

Семья экс-губернатора Краснодарского края, бывшего министра сельского хозяйства Александра Ткачева может вывести олимпиадные объекты в Сочи из-под залоговых обязательств перед ВЭБ.РФ. Об этом пишет «Коммерсантъ».

Частью вывода объектов из-под залогов может быть сделка, которую недавно согласовала ФАС. Согласно сделке, АО «Сочи Парк», ООО «Сочи Парк Отель» и НАО «Красная Поляна», на балансе которых находятся олимпийские объекты семьи Ткачева, перейдут к ООО УК «Терра Эссет Менеджмент», ЗПИФН «Технологии гостеприимства». Этими юридическими лицами управляют структуры экс-губернатора.

Стоимость портфеля недвижимости составляет не менее 42 млрд руб. Компания «Сочи Парк Отель» владеет отелем на 2900 номеров, «Сочи Парк» управляет одноименным парком развлечений на 25 га с аттракционами и отелем «Богатырь» (293 номера), также «Красная Поляна» управляет курортом с трассами и отелями на 2800 номеров.

Госкорпорация профинансировала строительство 17 объектов, большинство кредитов после Олимпиады были реструктуризированы с пролонгацией сроков погашения.

<https://hoteliernews.ru/goskorporatsiya-mozhet-otdat-gostinichnye-obekty-seme-tkacheva>

2. Гостиничный рынок Москвы и Московского региона

Первое концессионное соглашение о создании гостиницы подписано в Москве

Заммэра Ефимов: в Москве подписано первое концессионное соглашение о создании гостиницы

МОСКВА, 21 фев - РИА Новости. Москва передаст инвестору пустующий объект недвижимости XIX века в Серебряническом переулке для реконструкции и открытия гостиницы в рамках концессионного соглашения, сообщил заммэра Москвы по вопросам экономической политики и имущественно-земельных отношений Владимир Ефимов.

"В 2022 году Москва объявила открытый конкурс на право заключения первого концессионного соглашения на создание гостиницы площадью около 368 квадратных метров в Серебряническом переулке. Победителем стала компания "Север", уже имеющая опыт в этом бизнесе. Для реализации проекта инвестору передадут трехэтажный капитальный объект недвижимости 1840 года постройки, при этом право собственности на здание останется у города", – приводит слова Ефимова пресс-служба комплекса экономической политики и имущественно-земельных отношений Москвы.

Он пояснил, что при помощи такого механизма государственно-частного партнерства Москва вовлекает в хозяйственный оборот неиспользуемые объекты недвижимости, которые нуждаются в реконструкции и ремонте. Заключение подобных соглашений также позволяет городу увеличивать гостиничный номерной фонд и тем самым развивать сферу туризма.

"Инвестор в течение двух лет выполнит работы по проектированию, проведет реконструкцию здания, оснастит его новым оборудованием, инвентарем и мебелью... По условиям соглашения отель, построенный по концессии, должен соответствовать международному уровню: иметь категорию не ниже трех звезд", – отметил руководитель столичного департамента инвестиционной и промышленной политики Владислав Овчинский, чьи слова приводит пресс-служба.

<https://realty.ria.ru/20230221/gostinitsa-1853388393.html>

В Подмосковье выявлено 255 незаконно работающих гостиниц и хостелов.

Это самострой, неуплата налогов, нелегальный бизнес. Выполняющие все предписания отели и хостелы проигрывают в рентабельности и стоимости размещения тем, кто не соблюдает никаких правил. В нелегальных объектах размещения постояльцы не могут рассчитывать на заявленный уровень сервиса и защиту своих прав как потребители.

Для местных властей увеличение незарегистрированных объектов приводит к неконтролируемому росту нагрузки на инфраструктуру и недополученным налогам.

Земельные инспекторы Министерства имущественных отношений Московской области при проверке четырех сотен земельных участков нашли 255 объектов размещения, занимающихся незаконной гостиничной деятельностью. Глава ведомства Наталья Адигамова сообщила, что документы по 124 объектам будут отправлены в налоговую службу.

По ее словам, предпринимателям в 5 раз увеличат ставки налога на землю – до 1,5%. Претензии по пяти участкам попадут в муниципальные комиссии по самовольному строительству. После судебного разбирательства здания таких гостиниц обычно подлежат сносу. Наталья Адигамова уточнила, что за последние два года в Подмосковье было снесено 19 незаконных объектов.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Какие наказания понесут владельцы за незаконную деятельность, не сообщается.

Между тем ежегодные проверки в той же Московской области говорят, что принимаемых мер недостаточно: нелегалов в гостиничном бизнесе меньше не становится. Проблемы с нарушениями в сфере гостеприимства возникают в разных регионах России. Среди них как самострой, так и использование личных участков и квартир в жилом секторе под создание мини-гостиниц и незаконное ведение бизнеса.

Решение многих вопросов явно требует более четкого законодательного обеспечения.

<https://www.tourdom.ru/news/v-podmoskove-vyyavleno-255-nezakonno-rabotayushchikh-gostinits-i-khostelov.html>

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

В РСТ рассказали, сколько гостиничных номеров еще необходимо стране

МОСКВА, 21 фев — РИА Новости. Российской туротрасли нужно нарастить гостиничный фонд как минимум на 50 тысяч номеров, чтобы удовлетворить спрос путешественников, заявил РИА Новости президент Российского союза туриндустрии (РСТ) Илья Уманский.

По его словам, 21 тысяча комнат, которые должны появиться к 2030 году, задачу относительно наращивания номерного фонда не решает. Но это может быть хороший промежуточный результат.

"Нужно примерно в три-четыре раза больше, но мы понимаем, что это процесс, растянутый во времени. Если удастся нарастить эту емкость до 50 тысяч, будет уже заметный результат", — сказал он.

"Туризм.РФ" разрабатывает такие предложения и обсуждает их с заинтересованными сторонами, отметил эксперт. "Корпорация сама готовит проекты и предлагает их потенциальным инвесторам, которые не являются отраслевыми, но хотят вкладываться", — добавил он.

Вице-премьер РФ Дмитрий Чернышенко ранее сообщил, что корпорация "Туризм.РФ" заключила с регионами 57 соглашений о сотрудничестве в части развития туристической инфраструктуры. Общий объем инвестиций по ним составляет 474,2 миллиарда рублей. Это 75 проектов, которые должны обеспечить к 2030 году около 21 тысячи новых гостиничных номеров в регионах России.

<https://ria.ru/20230221/oteli-1853478376.html>

Год без Booking.com: как изменился рынок гостеприимства

Самым значимым событием для отельного бизнеса в 2022 году стал уход сервиса booking.com с рынка РФ, оно запустило изменения в индустрии — каналы продаж начали активно бороться за освободившуюся долю на рынке.

Национальный туроператор Алеан совместно с компанией TravelLine оценил итоги прошедшего года, проанализировав тренды онлайн-бронирований и предпочтений туристов при выборе объектов размещения.

«В марте 2022 года началась мощная перестройка рынка онлайн-бронирований объектов размещения. Каналы, о которых гости знали, но отдавали предпочтение booking.com, заняли его место и поделили между собой освободившийся рынок», — отметил Александр Галочкин, генеральный директор TravelLine.

По оценкам TravelLine, на продажи через сайты отелей в 2021 году приходилось порядка 24%, в 2022 году доля прямых онлайн-бронирований составила 52%.

По данным Национального туроператора Алеан, количество прямых бронирований через модуль на сайте компании увеличилось примерно на 25%. При этом общая численность заявок от частных клиентов в 2022 году возросла примерно на 40%.

В Алеан наблюдают также и тенденцию повторных визитов для совершения бронирования, количество которых увеличилось в 2022 году на 47% по отношению к 2021 году.

Традиционно высок спрос на самые популярные пляжные направления. Но вместе с тем Алеан отмечает рост интереса к экскурсионным турам в регионы России.

«В целом мы видим четкий тренд на самостоятельные бронирования как объектов размещения, так и пакетных туров. Принимая во внимание тот факт, что туристы повторно возвращаются, можно сделать вывод, что такие бронирования становятся для них нормой. Речь идет не только о традиционном отдыхе на море, но и о коротких, порой спонтанных путешествиях. Когда сервис booking.com покинул российский рынок, наш клиент стал намного активнее, но при этом гораздо требовательнее к привычной интуитивной простоте, прозрачности и надежности бронирований», — рассказала Оксана Булах, коммерческий директор Алеан.

«Главная фраза 2022 года — «как на booking.com». Путешественники хотели бронировать так же удобно, как на booking.com, а ОТА автоматизировать работу с гостем. Так появилась потребность в улучшении ПО, и это привело к появлению новых ОТА-стартапов и громким релизам от известных каналов», — говорит Александр Галочкин.

Цены на проживание в объектах размещения, по данным TravelLine, увеличились. При этом, глубина бронирования значительно сократилась, и на данный момент в среднем составляет около недели. Благодаря этому тренду увеличивается количество поездок на несколько дней из соседних регионов.

Как изменились показатели года TRAVELLINE

с января по декабрь 2022 года по сравнению с 2021 годом

	Городские отели	Курортные отели	Санатории	Загородные отели
Количество номерочей	+6,5% ↑	+13,0% ↑	+37,2% ↑	+17,2% ↑
Длительность брони	+6,5% ↑	+7,6% ↑	+1,9% ↑	+7,1% ↑
Стоимость ночи	+17,7% ↑	+17,6% ↑	+12,8% ↑	+18,6% ↑
Стоимость брони	+24,4% ↑	+24,5% ↑	+13,8% ↑	+26,0% ↑



Лидерами по увеличению спроса среди туристов в структуре продаж туроператора Алеан за 2022 год стали Москва, Санкт-Петербург, Горный Алтай, Кавказские Минеральные Воды, Башкирия, Калининградская область.

Спрос на отдых в Сочи увеличился на 30%. При этом, спрос на размещение в отелях 5* увеличился в два раза, 2* - на 40%, 4* - на 36%, 3* - на 11%.

В 2022 году туристы чаще всего бронировали отели 3* (72%), реже – 4* (18%). Размещения категории 2* выбирали 7% туристов, 5* - 3%.

В 2022 году по отношению к 2021 году спрос на Кавказские Минеральные Воды вырос на 47%. Чаще всего туристы бронировали размещение в объектах категории 3* (68%). Отели 2 и 4* выбирали по 15% человек, и лишь 2% останавливались в 5-звездочных гостиницах.

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

Фокус – Москва и столичный регион

При этом, больше всего спрос увеличился на отели категории 4* (+45%), далее следуют отели 3* (+39%), 2* (+34%) и 5* (+30%).

В Санкт-Петербурге и Ленинградской области туристы чаще обычного предпочитали жить в отелях 3* (50%) и 4* (34%), реже – 2* (15%) и 5* (2%).

Спрос на посещение туристами Москвы вырос по сравнению с 2021, но пока еще не вернулся к уровню 2019 года, когда столица приняла почти 25 миллионов гостей. Большинство туристов в 2022 году останавливалось в отелях 3* (65%) и 4* (25%), в 2* проживали 9% людей, и лишь 1% выбирал бронировал отели 5*.

Стоимость размещения, по данным Алеан, увеличилась, в среднем, на 10%.

<https://welcometimes.ru/opinions/god-bez-bookingcom-kak-izmenilsya-rynok-gostepriimstva>

«Яндекс» запустил собственную систему бронирования отелей

Получится ли у него создать новый Booking?

Сервис «Яндекс Путешествия» представил новое мобильное приложение с возможностью бронирования средства размещения как в России, так и за рубежом, а также покупки авиабилетов, сообщили в пресс-службе компании.

В настоящее время листинг включает более миллиона номеров в объектах России, Испании, Франции, Италии, Туниса, Марокко, Турции, Египта, ОАЭ, Танзании, Сейшел, Маврикия, Мальдив, Шри-Ланки, Таиланда, Вьетнама, Индонезии, а также в Латинской Америки и других стран.

Основной контент для сервиса поставляют такие системы, как «Броневик» (структура МТС Travel), «ХотелСтар» (Випсервис), Ostovok.ru и другие. Кроме того, ряд российских объектов работает на прямых договорах с сервисом. Фотографии номеров в объектах размещения также загружаются из систем этих ОТА, а при бронировании объектов из листинга «островка» «Яндекс» предлагает перейти непосредственно на сайт сервиса-партнера.

Тем не менее, подписчики «Яндекс Плюс» смогут получить кешбэк до 10% от общей стоимости заказа. Эти средства можно будет потратить во всех сервисах «Яндекса».

«Яндекс всегда старался дать пользователям лучшие сервисы для жизни. Сейчас потребность в надёжном инструменте для бронирования отелей выросла как никогда: только в 2022 году число таких заказов у нас напрямую выросло в 10 раз», — говорит Евгений Абрамзон, директор по продукту «Яндекс Путешествий».

Представленное решение — еще один шаг по созданию туристической экосистемы «Яндекса». Помимо этого, сервис «Путешествия» дает возможность забронировать автобусные, авиа- и ЖД-билеты, а также приобрести туры (партнерская программа с Level.Travel). Преимуществом в данном случае является удобство бронирования всех услуг «в одном окне» и программа лояльности, которая позволяет расходовать полученные балы на сервисах и маркетплейсе «Яндекса».

С другой стороны, предложение на данный момент довольно ограничено, как и число сервисов-партнеров, большинство из которых активно развивают собственные b2c-продажи.

https://profi.travel/news/56838/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_25319_280223

Ostrovok Guests' Choice 2022: лучшие отели России по мнению путешественников

Благодаря бронированиям и отзывам гостей во второй год подряд составляется рейтинг Ostrovok Guests' Choice! По итогам 2022 года награду с таким названием получили 438 отелей — рассказываем, что в них особенного и как их найти.

Список отелей по городам можно открыть по ссылке: <https://blog.ostrovok.ru/wp-content/uploads/2023/02/Guests-Choice-22.pdf>

Как выбирали победителей

«Это в первую очередь ваша заслуга! Целый год вы бронировали отели на Ostrovok.ru, путешествовали по разным городам и делились впечатлениями. Нам осталось только изучить отзывы и другие важные параметры и составить список победителей».

Звание лучших по итогам 2022 года получили отели, у которых:

- значительное количество прожитых бронирований;
- частые и разнообразные отзывы гостей;
- высокий рейтинг;
- минимальное количество проблемных ситуаций.

<https://blog.ostrovok.ru/guests-choice-2022/>

«Туризм.РФ» разместится в санатории

Растущая загрузка санаторно-курортных объектов стала привлекать и госкорпорацию «Туризм.РФ». Совместно с соинвесторами, поиск которых еще не начался, компания рассчитывает запустить два профильных проекта в Анапе и Новгородской области. Участники рынка называют две эти локации перспективными для оздоровительного туризма, но предупреждают, что открыть санаторий сложнее, чем классический отель. Проблематичным для «Туризм.РФ» может стать и поиск соинвесторов, которые пока осторожно подходят к сотрудничеству с корпорацией.

Госкорпорация «Туризм.РФ» на прошлой неделе создала два новых ООО — «Курортно-оздоровительный комплекс "Высокий мыс"» и «Курортно-оздоровительный комплекс "Русич"», обнаружил “Ъ” в ЕГРЮЛ, свидетельствуют данные «СПАРК-Интерфакс».

В «Туризм.РФ» подтвердили “Ъ”, что рассматривают возможность реализации двух инвестпроектов по запуску санаторно-курортных объектов — «Русич» в Новгородской области и «Высокий мыс» в Анапе.

Детали проектов будут определены после проработки с региональными властями и Росимуществом, уточнили в корпорации.

Проект «Высокий мыс» может предполагать строительство пансионата в составе курорта «Новая Анапа». Прошлой осенью «Туризм.РФ» вошел в состав созданной по поручению вице-преьера Дмитрия Чернышенко рабочей группы по развитию этого проекта. Строительство курорта, где планируется создать до 15 тыс. гостиничных номеров, предполагается начать в районе станицы Благовещенская рядом с Анапой.

Гендиректор туроператора «Дельфин» Сергей Ромашкин называет Анапу в целом сейчас одной из самых быстрорастущих курортных зон. «Сейчас поток ограничивает закрытый аэропорт, но строительство объекта в любом случае завершится лишь через несколько лет», — добавляет он. Основатель Ivashkevich Hospitality Станислав Ивашкевич считает, что в рамках «Высокого мыса»

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

Фокус – Москва и столичный регион

целесообразно построить санаторий на 300 номеров, инвестиции в который составят 3–4,5 млрд руб.

Санаторий «Русич» госкорпорация может построить в Старой Руссе. Это направление, по словам господина Ромашкина, сейчас пользуется интересом у туристов. «Мы наблюдаем востребованность у туристов отдыха в средней полосе России, при этом они стараются выбирать локации, удаленные от Москвы и Санкт-Петербурга, где отдохнуть сложнее»,— поясняет он. По оценкам господина Ивашкевича, в Старой Руссе может быть востребован объект на 150–200 номеров, инвестиции в который составят 1,5–3 млрд руб.

Дмитрий Чернышенко, вице-премьер РФ, в октябре 2022 года, «Интерфакс»:

«Самое главное, что мы нарастили туристический поток с целью рекреации и отдыха».

Закрытие выездных направлений для оздоровительного туризма и отложенный из-за пандемии спрос обеспечивают рынку санаторно-курортных услуг хорошие темпы роста. В Ассоциации оздоровительного туризма и корпоративного здоровья ранее указывали (см. “Ъ” от 9 декабря 2022 года), что загрузка объектов по итогам 2022 года превысила докризисный показатель. Активный рост сегмента, по словам Станислава Ивашкевича, обеспечивает высокий интерес к нему инвесторов. Но зампред Союза туризма и гостеприимства Роман Еремян поясняет, что запуск санаторных объектов сложнее, чем классических отелей. «Такие проекты предполагают наличие медицинского персонала и профильных специалистов, и не все из них готовы работать в пансионатах»,— поясняет эксперт. К этому, по его словам, добавляются общие для рынка сложности с большими сроками окупаемости и сложностью прогнозирования.

«Туризм.РФ» для реализации своих проектов планирует найти соинвесторов. Однако сделать это будет непросто, считает член общественно-экспертного совета туристического нацпроекта Алексей Кожевников. Бизнес сейчас в целом осторожно подходит к вложениям в гостиничные проекты, поясняет он. Собеседник “Ъ” на туристическом рынке считает, что не все отельеры готовы заниматься реализацией проектов вместе с корпорацией. «Понятных примеров сотрудничества на рынке пока нет, технически не совсем ясно, как впоследствии будет осуществляться выкуп долей и выход корпорации из проектов»,— отмечает он. Источник “Ъ” говорит, что знает о нескольких региональных инвесторах, решивших отказаться от сотрудничества с «Туризм.РФ» в рамках своих проектов.

[https://kommersant-ru.turbopages.org/kommersant.ru/s/doc/5827635?fbclid=IwAR336ScMHxL4L7ggFworEAmvWOC4Z4DkWfnGB32g4ik4I-WlObXjrLIpqq8](https://kommersant.ru/turbopages.org/kommersant.ru/s/doc/5827635?fbclid=IwAR336ScMHxL4L7ggFworEAmvWOC4Z4DkWfnGB32g4ik4I-WlObXjrLIpqq8)

В РСТ сообщили о значительном сокращении спроса на отдых в Крыму

Согласно оценкам представителей туристического бизнеса спрос на летний сезон в Крыму упал на 40–70%. Об этом в минувший вторник сообщили представители Российского союза туриндустрии (РСТ). Процитируем это сообщение:

«Бронирования объектов размещения Крыма заметно снизились из-за закрытого аэропорта Симферополя и опасений туристов по поводу безопасности поездок. По оценкам туроператоров, снижение спроса достигает 40–70%. Местные предприниматели в сфере туризма пытаются выжить за счет путешествий жителей Крыма и близлежащих регионов. Множество турфирм вынуждены были закрыться,

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

Фокус – Москва и столичный регион

многие турбазы и пансионаты не готовы открываться к летнему сезону из-за недостатка средств на зарплату сотрудникам».

Напомним, что в прошлом году Крым и Севастополь получили из федерального бюджета 1.6 миллиарда рублей в качестве субсидии. Помощь получили порядка 1 500 организаций, работающих в туристической отрасли, из расчета 2 МРОТ на каждого работника. Но, из-за сложной ситуации в сфере туризма, бизнес считает эту помощь недостаточной. По информации представителей РСТ, местные туроператоры хотели бы получить целевые льготные кредиты, которые помогут сохранить численность работников.

Также в сообщении говорится о просьбах бизнеса по возобновлению программы туристического кешбэка для Крыма и Севастополя. Возврат денежных средств за покупку путевок в регион может стать стимулом для путешественников, когда они будут принимать решение о выборе места отдыха. Напомним, что аэропорт Симферополя не работает с 24 февраля 2022 года. Из-за этого туристы приезжают на отдых в Крым используя автомобильный и железнодорожный транспорт. Туристический поток в 2022 году упал на 30% по сравнению с 2021 годом и составил порядка 6.3 миллиона человек.

<https://hotelier.pro/news/item/v-rst-soobshchili-o-znachitelnom-sokrashchenii-sprosa-na-otdykh-v-krymu/>

Как южные отели пережили лето — 2022

В 2022 году отельеры, только отдышавшись от ковидных ограничений, столкнулись с новыми задачами: рынок покинули крупные ОТА, а по некоторым направлениям ввели ограничения авиаперелетов. В TravelLine рассказали, к каким проблемам это привело и как отельеры смогли их решить.

4 проблемы, которые возникли перед южными отелями

Расскажем про четыре основные проблемы на примере южных отелей в разных регионах России.

Проблема №1. Гости стали отменять брони из-за приостановки авиасообщения

Когда в Крым перестали летать самолеты, количество приезжающих сократилось моментально. Во-первых, не каждый отдыхающий может себе позволить потратить дополнительные 3 дня на дорогу, во-вторых, это не так комфортно, как на самолете, а зачастую еще и дороже.

Тем, кто был согласен на поезд, тоже не всегда везло: билеты быстро заканчивались. По этим же причинам выросло количество путешественников, которые приезжали в Крым на машине, и мест на парковках стало не хватать.

Как решали

Кейс гостевого дома «Усадьба сад», Алушта

Предлагали перенести оплату на депозит, а бронь — на другие даты. Некоторые гости приняли такую схему, особенно если цена оставалась такой же.

Возвращали деньги за бронь. В модуле бронирования TL: Booking Engine возврат производится автоматически, гость получает деньги примерно через три дня.

Обеспечивали парковочное место. Узнавали заранее, на чем едет гость, бронировали автомобилистам место на стоянке отеля или поблизости.

Помогали составить оптимальный маршрут тем, кто едет на машине.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Проблема №2. Упала загрузка

По данным «РИА Новости», в 2022 году объем броней в Сочи и Анапе снизился на 25%, в Крыму — на 40%. Отелю «Лучезарный Резорт» удалось избежать низких показателей в 2022-м. «В мае и июне была просадка, но показатели все равно были лучше, чем в 2021 году. Сезон начинали с загрузкой 20%, в июле и августе загрузка была 96%», — рассказывает Анастасия Андреева, руководитель отдела продаж и маркетинга апартаментов «Лучезарный Резорт» 4* в Сочи. Задачами на год было повысить представленность и отеля на разных площадках и его узнаваемость.

Как решали

Кейс отеля «Лучезарный Резорт», Сочи

Добавили новые каналы продаж. Это могут быть не только ОТА, но и реклама в проектах, например, Profi.Travel, «Тонкости туризма».

Начали работать с блогерами.

Стали давать рекламу у партнеров.

Стали использовать главные УТП в рекламе и привлекать новую аудиторию. УТП «Лучезарный Резорт» — это виды на море и отличные бассейны. Стало приезжать больше молодоженов, в отеле начали проводить девичники, дни рождения, годовщины.

Кейс отеля «Усадьба Сад», Алушта

Стали рекламироваться на досках объявлений: «Едем в гости», «Хочу на юга».

Подключили разные виды рекламы: офлайн — баннеры, журналы, и внутреннюю — через Яндекс Директ.

Проблема №3. Сократилось окно бронирования

В 2022 году число ранних бронирований сократилось, гости предпочитали бронировать как можно ближе к заезду, примерно за 2–3 недели.

Как решали

Кейс отеля «Лучезарный Резорт», Сочи

Повышали привлекательность раннего бронирования с помощью акционных тарифов. Это были скидки на проживание при раннем бронировании и скидка при бронировании длительного проживания.

Давали гостю возможность оплатить без лишних усилий при бронировании по телефону и в соцсетях — отправляли ссылку на оплату через TL: Order Management.

Уделяли внимание постоянным гостям: отправляли им письма со специальными ценами и выгодными предложениями. Например, гостям, которые отдыхали в номерах улучшенной категории, предлагали забронировать заранее, так как эти номера быстро разбирают.

Проблема №4. Вырос спрос на высокий уровень сервиса

Туристы, которые привыкли отдыхать в отелях за границей, стали чаще ездить на российский юг, ожидая такой же уровень сервиса. Задачей отелей было максимально его улучшить за короткий период времени.

Как решали

Кейс отеля «Усадьба Сад», Алушта

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

Фокус – Москва и столичный регион

Пересмотрели инфраструктуру: установили джакузи с подогревом и системы электронных замков.

Кейс отеля «Лучезарный Резорт», Сочи

Увеличили номерной фонд и пляж, обновили инфраструктуру пляжа и оборудование на нем.

Кейс отеля «Волна», Анапа

Учли обратную связь от гостей. По отзывам определили, что исправить в первую очередь: это оказались постельные принадлежности. Купили собственный транспорт и организовали экскурсии по городу для гостей.

<https://welcometimes.ru/opinions/kak-yuzhnye-oteli-perezhili-letu-2022>

Ночи прихватывают мобильные отельеры

На рынке организации ночевки вне дома действуют не только отельеры и «посуточники». Свою долю рынка забирают и квази-отельеры - операторы средств путешествия с условиями для ночевки. К таким мобильным операторам относятся железнодорожные компании и операторы речных круизов. Разумеется, речь сейчас идет не о доставке туристов из пункта «А» в пункт «Б», а именно о ночевках как части туристической поездки.

На сколько ночей на рынке гостеприимства России претендуют мобильные отельеры?»

В 2022 году ОАО "РЖД" перевезло порядка 400 тысяч пассажиров по специальным туристическим маршрутам - на 20% больше, чем годом ранее, приводил данные заместитель генерального директора РЖД Дмитрий Пегов.

«В свое время подобные, так называемые круизные поезда были популярны на территории Советского Союза, тогда это пользовалось большой популярностью. С учетом напряженных отношений по внешним границам мы решили эту практику восстановить, — добавил он. - Мы и дальше будем продвигать железнодорожные туристические перевозки и все больше продвигаемся в регионы».

Но не только в регионы. В 2022 году на Балтийский вокзал Санкт-Петербурга прибыл первый туристский рейс на круговом поезде «Культурный Петербург» - это железнодорожный круиз РЖД в формате путешествия-экскурсии из Москвы.

В 2022 году каждый двенадцатый тур по России, который покупали в турагентствах, был железнодорожным круизом – следует из статистики продаж федеральной сети турагентств «1001 Тур». Самые популярные маршруты поездок – на Кавказ и в Карелию.

Путешественники могут посмотреть города Золотого кольца или цветущие степи Калмыкии, съездить на Байкал или Северный Кавказ – и все это в режиме «поезд-отель», где вагон – своеобразный номер в отеле хорошего уровня. Экономия времени налицо – отдых, трапезы, сон проходят одновременно с дорогой. Романтика поезда, насыщенная экскурсионная программа и максимум локаций за короткое время – такой микс привлекает туристов – говорят турагенты.

В цену железнодорожного круиза от «РЖД Тур» уже входят, помимо проезда в поезде, все экскурсии и входные билеты в музеи по программе, мастер-классы, экскурсионные трансферы, а также, в большей части, и питание.

«До 80% туристов, которые выбирают железнодорожные путешествия в современном комфортном поезде, возвращаются к железнодорожным круизам, то есть становятся постоянными клиентами», - комментировал тренд председатель Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга Сергей Корнеев.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Очевидно, что ночи в купе железнодорожного круиза минусуют ночи в стационарных отелях.

Минус относительно небольшой - если взять среднюю продолжительность жд-круиза в 5 дней / 4 ночи, то с рынка РЖД «уводит» примерно 1,6 млн ночевок в год.

Тем временем российские операторы круизных перевозок в 2022 году зафиксировали рост пассажиропотока на 30-40% - сообщил руководитель рабочей группы по развитию речного, круизного и яхтенного туризма комитета ГосДумы по туризму Алексей Волоцков.

По рекам России в 2022 году – по оценке Российского Союза Туриндустрии (РСТ) - путешествовало примерно 600 тысяч туристов. При этом РСТ предлагает властям перенести на речные круизы опыт поддержки чартерных авиарейсов.

Туристам нравится сам принцип организации речного путешествия – комфортное размещение, качественное трехразовое питание, анимация и экскурсионные программы – фактически «все включено на воде».

Продолжительность речных круизов очень разная, но усреднить одну поездку можно на уровне 7 ночей. В таком случае круизные компании в России в 2022 году выступили операторами 4,2 млн ночевок (в 2,5 раза больше, чем РЖД).

Многие перевозчики сейчас занимаются ремонтом круизных лайнеров. В 2023 году они будут увеличивать количество рейсов, начнут раньше навигацию. Это позволит в 2023 году увеличить пассажиропоток еще на 20% - говоря участники туристического рынка.

Например, в навигацию 2023 года компания «Донинтурфлот» выводит на речные маршруты все свои круизные лайнеры. В 2022-м их выполняли пять теплоходов. В 2023-м к ним присоединятся еще пять!

Компания «ВодоходЪ» выводит в рейсы 24 круизных теплохода из 26 и одно скоростное судно на воздушной подушке в классе Wild Life для экспедиций по Байкалу. Таким образом, по сравнению с 2022 годом, компания выведет на рынок на 5 круизных теплоходов больше.

У «Мостурфлота» к 11 теплоходам в 2023 году добавятся еще три.

Таким образом, если круизные компании смогут увеличить пассажиропоток на 20% в 2023 году, то они обслужат порядка 720 тысяч человек – около 5 млн ночевок.

Совокупно РЖД и круизные компании продадут туристам в 2023 году около 7 млн (или больше) ночевок. Много это или мало?

Ясное дело, что на рынке гостеприимства Москвы или Санкт-Петербурга это практически никак не скажется. Курорты Краснодарского Края тоже вряд ли заметят особую убыль из-за этого (пусть даже кто-то из туристов предпочтет круиз по стране вместо поездки на Черное море). Хотя - курорту Сочи точно стоит уменьшить объем рекламы пляжного отдыха, но значительно увеличить информационный поток по таким направлениям, как лечение в санаториях, высказывался в интервью Hotelier.pro Дмитрий Богданов, Председатель Правления Ассоциации Отельеров АМОС (см. статью).

Скорее, круизные операции могут сказаться на гостиничном секторе малых городов России, расположенных вблизи больших рек или удобных железнодорожных линий. В таких городах отельеры, вероятно, не досчитаются части туристического контингента, «перехваченного» «мобильными отельерами».

Впрочем, еще больший перехват идет со стороны зарубежных туристических направлений. В Турцию из России за январь-ноябрь 2022 года приехало почти 5 млн человек (на 28% больше, чем за тот же период доковидного 2019 года!). Пусть не все из них собственно туристы, но туристов в этом потоке – большинство. Такими

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

Фокус – Москва и столичный регион

образом, одна только Турция в разы «съедает» больше ночей, чем все «мобильные отельеры» России вместе взятые

А есть еще ОАЭ. В Дубае количество путешественников из России в 2022 году, несмотря на ограничения авиасообщения (даже несмотря на это!), превысило уровень 2019 года и достигло 758 тысяч человек. Это на 70% больше, чем в 2021 году, и на 4% больше, чем в допандемийном 2019-м. И опять же – это миллионы ночей!

В начале 2023 года вновь открылся для зарубежных туристов Таиланд. И сразу же, уже в период с 1 по 15 января Таиланд посетили 99 593 туриста из России.

Если предположить, что бум роста внутреннего туризма в России достиг своего пика в 2022 года и далее рост, в целом, исчерпан, то на 2023 год для отельеров складывается жесткая перспектива удержания рынка, особенно что касается ADR и RevPAR.

Туристического кешбэка не будет (а по оценкам участников рынка из-за отсутствия такого стимулирования рынок не досчитается порядка 500 тысяч туристов и нескольких миллионов ночевок) - «На сегодняшний день продление программы кешбэка не предусмотрено, в том числе, ввиду того, что туротрасль демонстрирует рост», - говорят в Центре стратегических разработок (ЦСР), совет которого возглавляет министр экономического развития России Максим Решетников (именно его ведомство курирует сейчас туристические вопросы). «Кешбэк был мерой поддержки на время пика пандемии коронавируса в 2020–2021 годах, а также на первые месяцы после начала СВО в 2022 году. Перезапуск в нынешнем виде меры нерационален, поскольку в федеральном бюджете наблюдается дефицит и необходимо «жёстче расставлять приоритеты».

А что будет тогда? Рост - под вопросом. Туристов – расхватывают. Остаются ... тренды? Возможность сыграть на «горячих» трендах года. Например, на тех, что мы рассматривали недавно в публикациях –

<https://hotelier.pro/news/item/nochi-prikhvatyvayut-mobilnye-otelery/>

Есть ли зависимость от иностранных технологий? Что изменилось в гостиничной отрасли после ухода крупных гостиничных операторов: интервью с Каримом Хаддедом, менеджером ИТ проектов SMARTEQ

Уход международных гостиничных брендов навсегда изменил рынок гостеприимства в Российской Федерации. Туристы опасаются, что вместе с известными именами исчезнут стандарты качества. Отели, оказавшиеся в свободном плавании, утверждают: уровень сервиса не изменится, хотя и опасаются за критически важный софт и бизнес в целом – практически во всех отелях была высокая зависимость от иностранных технологий. Многие иностранные вендоры, которые были вовлечены в операционную деятельность в отеле ушли из России. А те, кто остался – могут изменить свое решение и в одночасье карета может превратиться в тыкву.

Оправданы ли опасения отельеров, как гостиницы в стране адаптируются к новой реальности, могут ли отечественные продукты заменить уход иностранных и сколько времени может понадобиться, чтобы перейти на отечественный софт, рассказал Карим Хаддед, менеджер ИТ-проектов SMARTEQ.

- Карим, по вашему мнению, чей уход стал критичным для гостиничного рынка?

- Очень большое влияние на рынок оказал уход гостиничных операторов. К примеру, IHG, Marriott и Hyatt, в общем почти все крупнейшие мировые гостиничные сети. Соответственно, вместе с их уходом, ушло все, что касалось международных стандартов обслуживания и оказания гостиничных услуг, рынок

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

Фокус – Москва и столичный регион

оказался в сложной ситуации. Особенно, это коснулось тех гостиниц, которые были под прямым управлением оператора и в которых оперативная деятельность велась через ресурсы управленцев. У некоторых отелей не было даже собственного названия и сайта, не говоря уже о системах, софте и т.д. Эти вопросы приходилось решать буквально в один день. Кстати, наши коллеги из TravelLine очень помогли рынку в эти сложные недели. Кроме того, помимо гостиничных операторов, ушли или остановили сотрудничество многие иностранные вендоры, например, оборудование Cisco, Avaya, HP, а их использование было прописано в стандартах операторов.

- Но ведь есть те, кто остался и продолжают свою работу.

- Конечно, есть. Но, по моему мнению, это «пороховая бочка», особенно, когда облачные сервера находятся за рубежом. Думаю, рисковать бизнесом никто не хочет. Новые системы или реализации точно недоступны. Если мы говорим о поддержке существующих, то пока это работает, но до какого момента это будет доступно – остается только гадать. Ситуация очень нестабильная. Приведу пример. Недавно мы встречались с ит-директором по центральному и восточному регионам Европы, России, Турции, одной крупной международной сети отелей. Данный оператор пока работает в нашей стране, но они все равно ищут решения, которые будут бесперебойно работать в полном соответствии с местным законодательством.

- Правильно ли я понимаю, что бизнесу, в любом случае, придется мигрировать на наши решения и использовать российский софт?

- Я, конечно, не оракул (смеется). Но, как показывает практика, новые гостиницы точно должны будут применять отечественные разработки в большем количестве, а существующие должны понимать, что ПО в любой момент может просто перестать работать или прекратить обслуживание, техническую поддержку и обновления. На такой случай важно иметь «план В» и понимать, что в нашей стране есть компании, которые готовы на той же инфраструктуре и с аналогичными решениями «подхватить» тот высокий уровень сервиса, который предоставляли знаменитые сети и сделать так, чтобы все работало, как раньше.

- Как вы считаете, важно ли, чтобы решения, которые будут применяться в дальнейшем, были внесены в реестр российского ПО, который появился в 2016 году?

- Да, обязательно! Это основной показатель, того, что софт Российский и имеет полное право беспрепятственно предоставляться и обслуживаться на территории Российской Федерации.

- Решения Hoteza включены в реестр российского ПО и как быстро отель может перейти на ваши решения?

- Все наши решения включены в реестр российских программ, имеют свидетельства Роспатента, в том числе, интерактивное телевидение Hoteza TV, система авторизации доступа в сеть Интернет Hoteza HSIA. Забегая вперед, отмечу, что система авторизации в сеть обязательно должна быть в отеле. Ведь есть еще федеральное законодательство, которое гласит, что любой бесплатный и публичный доступ в интернет может быть доступен, только при условии идентификации пользователя. Так как наши решения отечественные, мы можем довольно оперативно, используя существующую инфраструктуру любой гостиницы, предоставить этот сервис с минимальными временными и финансовыми затратами. Мы можем использовать доступное аппаратное и/или программное обеспечение в гостинице и адаптироваться под него. Отелю, чаще всего, нет необходимости приобретать новое оборудование. Что касается самого ПО, то на внедрение и запуск уходит буквально несколько дней. Важно еще отметить, что Hoteza имеет

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

Фокус – Москва и столичный регион

интеграцию практически со всеми российскими системами управления гостиничным фондом.

- Вы сделали акцент, только на двух решениях – Hoteza TV и HSIA. Есть ли еще решения, которые могут быть оперативно внедрены и входят ли они в реестр?

- Я рассказал, пожалуй, о самых популярных или, правильнее сказать, востребованных. Мало кто может представить отель без телевидения и Wi-Fi.

Как я уже сказал, почти все наши гостиничные ит-решения представлены в реестре и могут быть оперативно установлены. Например, другой наш продукт, Hoteza Web – приложение, которое не требует скачивания и установки на телефон гостя. Приложение имеет огромное количество удобных функций, таких как: заказы в номер, бронирования, чат с персоналом, управление номеров и многое другое.

О преимуществах, как для отеля, так и для гостя можно рассказывать бесконечно. На сборку приложения и внедрение уйдет пару дней, при активном участие отдела маркетинга отеля в этом процессе, конечно. Важен качественный контент для наполнения приложения и дальнейшей эффективной работы.

В этом вопросе не обойтись без участия персонала отеля, который лучше нас знает свой объект и своих гостей. Или, к примеру, система цифровых вывесок Hoteza HotSign – решение для отображения аудиовизуального контента в общественных зонах. Если уже есть готовая инфраструктура, а точнее профессиональные панели, подключенные к сети передачи данных, то запуск займет буквально один день.

Мы проведем обучение по использованию системы, подключим панели, предоставим доступ к облачному расписанию. Таким образом, сотрудник сможет самостоятельно управлять парком информационных панелей и всем контентом из любой точки, в режиме онлайн. Как видите, с нашей стороны работа происходит очень быстро.

Поэтому, если вы хотите продолжать оказывать качественный сервис, не опасаясь, что все может «накрыться» в один день, то можете смело рассматривать решения Hoteza и компанию SMARTEQ, в целом. Все сервера и данные находятся на территории России, а инфраструктура продуктов спроектирована таким образом, что недоступность иностранных подсетей никак не затронет функционирование решений. Мы являемся экспертами в ит-системах для гостиниц и надёжным поставщиком решений для сектора гостеприимства.

<https://hotelier.pro/interviews/item/vysokaya-zavisimost-ot-inostrannykh-tekhnologiy-cto-izmenilos-v-gostinichnoy-otrasli-posle-ukhoda-krupnykh-gostinichnykh-operatorov-intervyu-s-karimom-khaddedom-menedzherom-it-proektov-smarteq/>

Ассор не собирается покидать российский рынок

Французская группа Ассор, не считает правильным покидать российский рынок на фоне событий вокруг Украины. Об этом заявил генеральный директор группы Себастьян Базен в опубликованном в пятницу интервью британской газете The Telegraph.

Причина, по которой мы не выдернули вилку из розетки, заключается в том, что у нас нет для этого предпосылок. Даже если мы выдернем ее, то отель сохранит за собой марку, ведь это я не выполняю обязательства. Таким образом, им будут управлять те же люди, а владелец и я не сможем присматривать за сотрудниками. Это не вариант. Это юридический вопрос, у меня есть фидуциарные обязательства на следующие 25 лет», — сказал он.

Базен отметил, что ситуация может измениться с ужесточением санкций против РФ со стороны Еврокомиссии, Великобритании и США, однако в настоящее время никто из них «не оказывает давления» на группу. «Если вы уходите [с российского рынка], то вы отдаете все, что было построено, за один доллар и тем самым делаете россиян богаче», — добавил Себастьян Базен.

<https://hoteliernews.ru/accor-ne-sobiraetsya-pokidat-rossiyskiy-rynok>

AZIMUT Hotels: главные тренды гостиничной индустрии

Индустрия гостеприимства сильно поменялась за последние два года. О главных трендах в сфере нам рассказывают эксперты AZIMUT Hotels.

Резкое сокращение глубины бронирований: гости стали бронировать отели гораздо ближе к дате заезда. Если раньше глубина бронирования оценивалась от 3 дней и более, то сейчас мы видим тенденцию, что половина бронирований, а иногда и больше, приходится в период от 0 до 3 дней до даты заезда. На примере AZIMUT Hotels - большая гостиничная сеть, ее статистика репрезентативна.

Выросло число самостоятельных бронирований: Люди строят свои планы очень оперативно, в том числе, благодаря развитию электронных средств бронирования. За два года количество самостоятельных бронирований отелей резко возросло.

Бронь через мобильные телефоны до 80%: При этом если в 2014 году, примерно 80% людей бронировали номера через стационарный компьютер, а 20% - через мобильные телефоны, то в прошлом году мы видели обратную тенденцию: 80% бронирований приходится на мобильные телефоны. Понятно, что чем больше бронирований делается через смартфоны, тем ближе к дате заезда человек может для себя выбрать номер, - это становится проще.

Спрос на услуги в категории «восстановление и отдых»: Ковид, в первую очередь, повлиял на это. Раньше основными категориями отдыха были бизнес-путешествия и отпуска, как правило, у моря. Такие понятия, как санатории, различная восстановительная медицина занимали крайне небольшую долю в структуре спроса. Начиная с 2021 года, люди хотят не просто съездить в отпуск, но и еще восстановить здоровье. И тут основное предпочтение отдается санаторно-курортному размещению. К слову, загрузка почти всех санаториев сети AZIMUT Hotels на протяжении года составляла 100%. Ожидается, что и в 2023 году спрос на санаторно-курортные услуги продолжит расти и превысит объемы, которые были в этом году.

Прогноз структуры спроса: Для отелей становится более важным правильное ценообразование, так как борьба между отелями за клиента в плане last minute букинга — спроса, который приходит незадолго до даты заезда — становится все более серьезным. Разные типы клиентов бронируют за разный срок: понятно, что групповые запросы приходят с большей глубиной бронирования, чем индивидуальные. Поэтому для отелей в связи с уменьшением глубины бронирования индивидуального сегмента стало гораздо более важным правильно планировать свою структуру спроса: какой спрос, по каким ценам ты для себя таргетируешь, кого ты хочешь посадить к себе как так называемую базу спроса. Умение правильно структурировать спрос, каждый сегмент этого спроса продать по нужной тебе цене - это становится одной из ключевых задач управления доходами отелей.

AZIMUT Hotels — крупнейшая российская гостиничная сеть, созданная в 2006 году. На сегодняшний день в управлении AZIMUT Hotels почти 70 отелей и санаториев с общим фондом около 12 тыс. номеров в 50 городах России и Европы. AZIMUT Hotels объединяет отели, находящиеся в собственности, на основании

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

Фокус – Москва и столичный регион

контрактов на управление и франшизу, а также на правах долгосрочной аренды.
Председатель Совета директоров AZIMUT Hotels – Александр Клячин.

<https://welcometimes.ru/opinions/azimut-hotels-glavnye-trendy-gostinichnoy-industrii>

4. Юридический практикум для отельеров и вопросы гостиничной безопасности

"Долой гостиницы!". Мини-отели закрываются сотнями. Почему власти «зачищают» индустрию гостеприимства.

Развитие внутреннего туризма, о котором так любят рассуждать наши власти, отменяется — чиновники начали уничтожать индустрию гостеприимства. Идут рейды по выявлению так называемых «незаконных» гостиниц, их закрывают сотнями.

Причём только в русских регионах — национальные окраины по понятным причинам не трогают. В итоге летом 2023 года та же Москва может столкнуться с оттоком туристов.

«Земельные инспекторы Министерства имущественных отношений Московской области при проверке четырех сотен земельных участков нашли 255 объектов размещения, занимающихся незаконной гостиничной деятельностью.

Документы по 124 объектам будут отправлены в налоговую службу — предпринимателям в 5 раз увеличат ставки налога на землю. Претензии по пяти участкам попадут в муниципальные комиссии по самовольному строительству.

После судебного разбирательства здания таких гостиниц обычно подлежат сносу. За последние два года в Подмосковье было снесено 19 незаконных объектов", — рапортует глава Министерства имущественных отношений МО Наталья Адигамова.

Осталось только понять, как к подобной инициативе отнесутся власти самой столицы, которые принялись развивать туризм. Согласно статистике Ассоциации туроператоров России (АТОР), Московская область стала самым популярным туристическим направлением РФ в 2022 году.

Поток отдыхающих в МО вырос на 57%, до 22 млн. человек. Сама Первопрестольная де-юре только на втором месте — 18 млн. туристов. Для сравнения: Краснодарский край — 17 млн. человек, Питер — всего 8,1 млн, Крым — 6,5 млн.

Как несложно догадаться, данные по Москве неполные. Потому, что значительная часть туристов останавливается в Подмосковье. Там и дешевле, и комфортней, да и проблем с парковкой нет. Люди приезжают в область, оставляют машины, и на общественном транспорте едут знакомиться со столицей нашей Родины.

«Остановились в небольшом гостевом доме на юге области, менее 20 км от МКАД. В первый день мы рванули в Москву на машине, навигатор выведет.

Но быстро поняли, что это не вариант. И с парковкой проблемы, и пробки. Посему потом доезжали до электрички, бросали машину у станции, а по городу передвигались уже пешком и на метро. Так оно и интересней получилось», — рассказывает Юрий из Башкирии.

По информации сервиса онлайн-бронирования отелей Ostrovok.ru, одна ночь в российской гостинице обходилась в 2022 году в 3900 рублей. В иностранных — 7200 рублей. Вроде как намного дороже. Но тут стоит уточнить, что эти самые иностранные отели — это, в основном, Турция и ещё немного Египет. Где за эти деньги вас ещё и весь день «от пуза» кормят. Другие направления после начала СВО для россиян практически закрыты. А в отечественных гостиницах кормят не очень. Есть, конечно, гостиницы, где утром кормят отлично, но их мало...

То есть, где оно дороже — это ещё как посмотреть... Причём означенные 3900 рублей — некая «средняя температура по больнице», в столице, как несложно

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

Фокус – Москва и столичный регион

догадаться, всё намного дороже. Поэтому многие селятся в Подмоскowie, в мини-гостиницах, коих нынче развелось очень много. Точнее, было очень много.

Типичный мини-отель — 10–20 номеров, завтраками кормят, есть парковка. Нередко в наличие свой тренажёрный зал, сауна, а то и русская баня. Как правило, везде есть кухни — для тех постояльцев, которые не доверяют общепиту. Цены примерно в полтора-два раза ниже, чем в аналогичных «легальных» гостиницах.

Всё дело в налогообложении: зарегистрировать отель банально невыгодно. Чиновники тут же начинают просто роем виться, требуя мзду и иницируя бесконечные проверки. Плюс налогообложение, такое впечатление, что главная задача властей — ликвидировать любой такой хозяйствующий субъект как класс.

Какой в этом смысл — непонятно. Содержатели этих самых «нелегальных» гостиниц платят НДС, а эти самые доходы у них появляются как раз с бизнеса. Нет бизнеса — нет поступлений с НДС, человек садится на шею государству. Логика железная.

Но это — обычная логика, которая логичная. Человеческая. А есть ещё и логика чиновников, она совсем иная. Тут всё просто: человека, который хорошо зарабатывает, сложно заставить плясать под свою дудку, значит, нужно его сделать нищим — будет послушным. И делают, ситуация в Подмоскowie — как раз из этой оперы.

255 уничтоженных мини-отелей — это 2500–5000 номеров. Много или мало? Для сравнения: гостиничный фонд столицы — около 50 тысяч номеров класса 3*-5* в российской классификации. Наши местные 3* не стоит сравнивать с турецкими, как говорится, это две большие разницы. 5* - аналогично. Ниже 3* - вообще почти что ночлежки, в которых ремонт последний раз делали при Леониде Ильиче. А то и при Владимире Ильиче...

Плюс несуразные цены. По соотношению цена-качество подмоскownые «гостевые дома» выигрывают. Там и номера приличные, и цены умеренные, и не хамят. Собственно, как это и должно быть. Но уже не будет.

«Этим летом отдыхали в Дагестане, очень понравилось. И природа роскошная, и люди приятные. Жили в частном секторе, то есть в мини-гостинице, они там у них сейчас на каждом частном участке строятся. Условия хорошие, вообще туристическая инфраструктура там активно развивается», — рассказывает Николай, совершивший тур в эту республику.

Как несложно догадаться, все эти строения никто не регистрирует как отели. Было бы интересно отправить туда чиновницу из Подмоскownья с аналогичной инспекцией... Впрочем, это — ненаучная фантастика. Не поедет.

Статистика агентства «BusinesStat» свидетельствует, что за прошлый год рынок гостиничных услуг вырос на 18,2%. Если в 2021-м насчитали 52,8 млн. постояльцев, то в 2022 году — уже 62,4 млн. Если же взять ещё и «нелегальные» отели, что рост ещё больше. Прогресс, однако!

Да, туризм в РФ развивается, точнее, развивался. Что будет дальше — непонятно. Аналогичные «рейды» начали устраивать и в других регионах. Правда, уже начались проблемы. Юридические. Определение гостиничной деятельности в законодательстве РФ очень расплывчатое, и от коммерческого найма помещения её отличить практически невозможно.

С одной стороны, согласно статье 17 ЖК РФ «Назначение жилого помещения и пределы его использования. Пользование жилым помещением» не допускается «размещение в жилых помещениях промышленных производств, гостиниц, а также осуществление в жилых помещениях миссионерской деятельности. Жилое помещение в многоквартирном доме не может использоваться для предоставления гостиничных услуг».

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

Фокус – Москва и столичный регион

С другой — если у вас частный дом, да и квартира тоже — никто не запрещает сдавать свою собственность в аренду. Целиком или частично — по комнатам.

Федеральный закон № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (с изменениями и дополнениями) гласит, что средство размещения — имущественный комплекс, включающий в себя здание или часть здания, помещения, оборудование и иное имущество и используемый для временного размещения и обеспечения временного проживания физических лиц; а гостиница — средство размещения, в котором предоставляются гостиничные услуги и которое относится к одному из видов гостиниц, предусмотренных положением о классификации гостиниц, утвержденным правительством Российской Федерации. В свою очередь гостиничные услуги — комплекс услуг по предоставлению физическим лицам средства размещения и иных услуг.

Таким образом, если ваш объект не в означенной «классификации гостиниц» то это — и не гостиница. А сдавать свою собственность и платить с этого налоги можно. Правовая коллизия, однако. И юристы уже всю трудятся, отработывая свой хлеб. Посмотрим, за кем именно будет победа.

Но в целом ситуация отвратительная — «бизнес кошмарят». Власти вроде как на самом высшем уровне обещали это не делать, но, похоже, обманули. Любопытно, что откровенные ночлежки, в которых проживают гастарбайтеры, в Подмосковье не трогают. Несмотря на протесты местных жителей. Сдавать дом в аренду, дескать, не запрещено. Даже целому аулу.

https://dzen.ru/a/Y_vFEztq2H-1xBm4

Аренда апартаментов в командировке в России и за рубежом

Согласно ст. 168 ТК РФ, в командировке сотруднику должны быть предоставлены комфортные условия для жизни и работы. Работодатель, в свою очередь, обязан возместить расходы не только на питание и проезд, но и на проживание. Однако в ТК РФ не указано, где именно должен поселиться работник.

Частые или длительные командировки с проживанием в отеле обходятся работодателям слишком дорого. Поэтому нередко наиболее экономным и удобным решением становится аренда квартиры в командировке. О порядке оформления и преимуществах проживания в квартире в деловой поездке расскажем в нашей статье.

Аренда квартиры в командировке: подтверждающие документы

Аренда квартиры в командировке у юридического лица

Если квартиру сдает агентство недвижимости, то процесс оформления такой же, как и при заселении в отель. Являясь юридическим лицом, агентство недвижимости предоставит договор аренды и чек об оплате с печатью организации.

Аренда квартиры в командировке у физического лица

Если же договор аренды заключается с физическим лицом (владельцем квартиры), он не сможет предоставить чек об оплате. В таком случае официальным документом для авансового отчета может стать договор аренды, где будут прописаны даты заезда и выезда, а также стоимость аренды.

Как подтвердить оплату, если сотрудник использует наличный расчет?

Можно попросить расписку о получении денег за проживание. Если оплата осуществляется переводом средств на банковскую карту, то все еще проще. В мобильном приложении после оплаты появится цифровой чек.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Аренда апартаментов в командировке: преимущества

Сняв квартиру, вы получаете полноценное жилье со всеми удобствами и бытовой техникой: стиральная машина, кондиционер, газовая плита, посудомоечная машина и так далее. Все это экономит деньги и делает проживание во время командировки более комфортным. Так командированный может готовить себе завтраки, обеды и ужины, экономить на питании в ресторанах и питаться домашней едой.

В отличие от гостиниц, квартиру можно найти в любом понравившемся месте. Например, там, где находится офис компании. Это будет экономить время и деньги на дорогу.

В квартире могут проживать несколько человек без изменения стоимости за аренду, тогда как в номер отеля могут заселиться максимум двое.

Проживая в квартире, у командированного есть свобода в планировании дня. В отличие от гостиниц, в квартире человек сам определяет свой график: расписание приемов пищи и время возвращения в апартаменты ночью.

Проживание в квартире в командировке выгодно как работодателю, так и командированному. Выбрать и забронировать апартаменты по самым низким ценам вы можете в OneTwoTrip for Business.

<https://b2b.onetwoTrip.com/blog/trends/arenda-apartamentov-v-komandirovke-v-rossii-i-za-rubezhom/>

5. Гостиничный рынок за рубежом

Годовая чистая прибыль сети InterContinental Hotels выросла на 41%

По итогам 2022 года чистая прибыль сети отелей InterContinental Hotels Group Plc выросла на 41% — \$375 млн по сравнению с \$266 млн в 2021 году.

Как сообщается в пресс-релизе InterContinental, доналоговая прибыль составила \$540 млн против \$361 млн годом ранее.

Выручка компании увеличилась на треть и достигла \$3,89 млрд. REVPAR компании в расчете на доступный номер подскочила на 26% в 4-м квартале и на 37% — за весь 2022 год.

Совет директоров InterContinental объявил о выплате промежуточных дивидендов в размере 94,5 цента на акцию против 85,9 цента в прошлом году. Совокупный размер дивидендных выплат за 2022 год составит таким образом 138,4 цента на акцию. Также руководство компании анонсировало программу выкупа акций на сумму до \$750 млн.

Акции InterContinental сегодня дешевлеют. Капитализация компании выросла на 15,2% с начала года, до 9,81 млрд фунтов стерлингов (\$11,8 млрд).

В группу InterContinental входят примерно 6 тыс. отелей в более чем 100 странах мира. Компании, в частности, принадлежат бренды сетей отелей Holiday Inn и Crowne Plaza.

<https://hoteliernews.ru/godovaya-chistaya-pribyl-seti-intercontinental-hotels-vyroslo-na-41>

Перечень государств, граждане которых могут получить визу на основании подтверждения брони в отеле,

МОСКВА, 21 фев — РИА Новости. Правительство утвердило перечень из 19 государств, граждане которых могут получить визу на основании подтверждения брони в отеле, сообщается в распоряжении на официальном интернет-портале правовой информации.

"Утвердить прилагаемый перечень государств, гражданам которых выдается обыкновенная туристическая виза на срок до шести месяцев на основании подтверждения о бронировании места в гостинице или ином средстве размещения, сведения о которых содержатся в едином перечне классифицированных гостиниц, горнолыжных трасс, пляжей", — говорится в документе.

В списке — Бахрейн, Бруней, Индия, Индонезия, Иран, Камбоджа, Китай, КНДР, Кувейт, Лаос, Малайзия, Мексика, Мьянма, Оман, Саудовская Аравия, Сербия, Таиланд, Турция и Филиппины.

<https://ria.ru/20230221/vizy-1853322839.html>

6. Полезное и интересное для отеля

Что должен уметь модуль бронирования и как его выбрать

Модуль бронирования на сайте — это компас, который ведет гостя, направляет в отель. Если стрелка компаса работает четко, то гость не собьется с пути. Но когда в модуле чего-то не хватает, есть риск, что гость уйдет бронировать в каналы продаж или вовсе выберет конкурентов. В первом случае это комиссия, во втором — минус бронь.

Собрали шесть важных функций модуля бронирования, которые делают его идеальным и повышают продажи:

- Встроенная программа лояльности.
- Продажа допуслуг и сертификатов.
- Настройка цен для маленьких гостей.
- Обширная база знаний.
- Куча дополнительных материалов.
- Техподдержка.

Программа лояльности

До пандемии наличие программы лояльности в отеле было скорее необязательным. После стало понятно, что гость изменился: ему проще вернуться туда, где он уже был, чтобы долгожданный отпуск не разочаровал. Подход к планированию путешествия стал более основательным. Экономия тоже стала решающим фактором.

Появился новый шаблон поведения: не только отель хочет получить больше постоянных гостей — сами гости хотят быть постоянными, а еще туристам интересно копить баллы за проживание. Это работает как геймификация и вызывает азарт к повторным бронированиям. По этой причине программа лояльности в отеле — теперь мастхэв. И важно, чтобы стать участником программы лояльности можно было на этапе бронирования, а не после заселения.

Встроенная программа лояльности в модуле бронирования TL как раз работает на привлечение гостя. На этапе выбора проживания он регистрируется в программе, получает бонусы или скидку на первое бронирование и становится участником. За каждое следующее бронирование гость повышает уровень своей карты лояльности и получает еще больше привилегий от отеля.

Для отеля привлечение нового гостя стоит дороже, чем удержание постоянного. А еще, по данным TravelLine, объекты, которые работают с постоянными гостями, получают в 1,5–2 раза больше броней с сайта.

Кейсы реальных отелей, которые используют программу лояльности:

- Кейс отелей Norke: как вывести программу лояльности гостей на новый уровень.
- Кейс: как привлечь гостей в отель и сделать их постоянными клиентами.

Продажа допуслуг и сертификатов

Еще одно изменение в покупательских привычках, которое влияет на позиционирование отеля, — это желание гостей получить не просто проживание, а еще и впечатление. Подарить впечатление помогают допуслуги, а отелю от этого сплошные плюсы. Например, в городских отелях средний чек с допуслугами выше на 10–11%, в загородных — на 9–11%, а в санаториях — на 9–10%. Это данные TravelLine по продажам допуслуг через модуль бронирования TL: Booking Engine.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Предлагать услуги через модуль удобнее, чем по телефону или при заезде, потому что гость может посмотреть все, что у вас есть, добавить услуги к проживанию и сразу оплатить на сайте.

Что можно предлагать:

- услуги с проживанием или отдельно,
 - сертификаты,
 - питание,
 - трансфер,
 - аренду оборудования,
 - бассейн или спа,
 - экскурсии,
- и еще много всего.

Дополнительные материалы про сертификаты и услуги:

- Кейсы: как отели продают подарочные сертификаты.
- Продажа дополнительных услуг в отеле: примеры и каналы продаж.
- Дополнительные услуги в гостинице: как организовать продажи.

Настройка цен для детского размещения

По данным ВЦИОМ за 2022 год, каждый пятый россиянин планирует поездку в отпуск с семьей. Гости с детьми хотят уже при бронировании знать, какие условия размещения вы можете предоставить, поэтому особое внимание уделяют тарифам для проживания с детьми. По семейным тарифам дети размещаются по сниженной цене или бесплатно, а еще модуль предлагает номера, которые оснащены для проживания с ребенком.

Чтобы привлекать гостей с детьми, нужно создать семейный тариф, настроить в модуле бронирования возрастные диапазоны, и создать виджеты, по которым гости получают детские услуги в подарок. Когда предложение готово, и тариф полностью заполнен, можно таргетировать рекламу на пользователей с детьми.

Через модуль бронирования TravelLine можно предлагать проживание и допуслуги по разным ценам для детей и взрослых. Например, завтрак для взрослого — 700 рублей, а для ребенка — 300 рублей. Проживание для ребенка до 6 лет бесплатно на дополнительном месте или по сниженной цене.

Больше про разные цены для детей и взрослых:

Как добавить цены для детского размещения.

- Как настроить детские размещения для модуля бронирования в новом интерфейсе.

- Обширная база знаний

Кроме функциональности и бесперебойной работы, в коробке с модулем бронирования должна быть инструкция. :) Так вы сможете самостоятельно настроить его под себя — без технических специалистов и сторонних сотрудников. В нашем случае инструкция — это база знаний TravelLine. В ней — 800+ статей и 150+ видеоинструкций о том, как настроить инструменты. Вы всегда сможете обратиться к ним и найти ответы на ваши вопросы.

- База знаний TravelLine.

- Обучающие видео на YouTube.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Куча дополнительных материалов

Чтобы эффективно использовать ПО для работы, выбирайте компанию, которая дает дополнительную информацию о сфере гостеприимства — в блоге и соцсетях. Так вы сможете всегда оставаться в курсе последних трендов индустрии, изучать кейсы конкурентов и общаться в чате и комментариях с экспертами отрасли. Все эти материалы мы выпускаем для наших клиентов целой редакцией.

У нас ооочень много всего:

- блог,
- соцсети,
- чат для отельеров,
- YouTube-канал,
- подкасты.

Техподдержка

Последний важный критерий в выборе модуля бронирования — это техподдержка. Чтобы быстро решать вопросы по настройкам, нужна команда, которая стоит за инструментом. Главное, чтобы запросы обрабатывались в короткие сроки, и вы не теряли бронирования.

Техподдержка TravelLine отвечает на 95% запросов в течение трех часов. К решению более сложных проблем подключается команда технических специалистов и разработчиков. Это высокий показатель среди крупных компаний.

<https://hotelier.pro/management/item/chto-dolzhen-umet-modul-bronirovaniya-i-kak-ego-vybrat/>