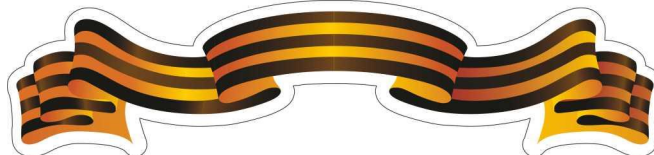


«СТРОИМ ОТЕЛЬ»



Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 0501-2019

С 01 по 08 мая 2019 года

1. Безопасность средств размещения

Миграционный учёт по-американски. Знакомимся с практикой США

Более 51 тыс. человек были эвакуированы в Москве, в том числе из гостиницы, в ходе очередной волны лжеминирований

Происшествия в гостиницах, связанные с безопасностью

Ночью 90 человек тушили пожар в сауне гостиницы в центре Самары

В столице Словакии загорелась гостиница Park Inn

В гостинице в центре Парижа произошел пожар, пострадали двое

Израиль: Пожар в эйлатской гостинице Caesar Premier

2. Государственное регулирование и поддержка развития туризма и гостиничной отрасли

С. Петербург: Город поможет сохранить hostels добросовестным предпринимателям

Гостиничный сбор выписывают из закона

Правительство утвердило правила предоставления субсидий туроператорам

3. Анализ и события российского и московского туристско-гостиничного рынка

«Место hostels на гостиничном рынке займут апарт-отели»

AZIMUT Hotels выступает партнером номинации «Моя гостеприимная Россия»

4. Практика, новинки и события туристско-гостиничного дела за рубежом и в странах СНГ

Чей Крым: россияне в чешском отеле признают полуостров украинским?

Marriott представила сервис по аренде домов

Гостиницы Грузии получают "ценные" звезды

Израиль предложит гранты на строительство гостиниц в поселениях для Туристов

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

Фокус – Москва и столичный регион

В Греции доходы от туризма достигли рекордного уровня
Отели Турции подорожают на 15% к высокому сезону
Гостей турецких отелей «попросят» не брать лишнюю еду
Ночь в картофелине: в Айдахо создали необычную гостиницу

5. Интересное для отельеров

Как бороться с негативом от клиентов

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

1. Безопасность средств размещения

Миграционный учёт по-американски. Знакомимся с практикой США

Ассоциация «Безопасность туризма» принимает участие в 26-ой конференции по безопасности туризма (Лас-Вегас, Невада), которая стартовала 30 апреля.

Сообщения о ключевых событиях конференции вы сможете читать в аккаунте Ассоциации в Instagram.

Перед этим знакомимся с практикой миграционного учета в отелях США. Отель имеет зону самостоятельной регистрации и, кстати, также самостоятельно можно оформить выезд из отеля.

Как это работает

Отель заранее присылает письмо с подтверждением бронирования.

Для начала регистрации необходимо отсканировать QR код на регистрационном устройстве в лобби гостиницы. После этого на экран выводится информация о бронировании, требуется введение данных: почтовый индекс, адрес места проживания. Затем предлагается ознакомиться с условиями проживания в отеле. Прочитав, необходимо расписаться на экране.

Затем сканируется первая главная страница паспорта и предлагается проведение оплаты проживания с помощью банковской карты. Собственно, на этом все.

Но система не сработала – как всегда, дьявол в мелочах

Система не приняла регистрацию представителя Ассоциации, поскольку написание фамилии латиницей в паспорте и на банковской карте отличались на одну букву! Пришлось обратиться на стойку регистрации, где сотрудник мгновенно завершил процедуру и выдал ключ-карту.

Резюме:

1. В системе регистрации в отелях внедрена биометрия.
2. Передаются данные с первой страницы паспорта.
3. При нюансах написания фамилии латиницей в документе и на банковской карте система предлагает «ручной» режим на стойке регистрации.

Подробнее о практике миграционного учёта в США расскажем по итогам двухдневной конференции. А как «лечат» боль российских отельеров, возникающую от национальных особенностей миграционного учета, эксперты Ассоциации расскажут 16 мая на Форуме «Безопасность туризма».

https://www.tourismsafety.ru/news_one_1871.html?spush=c3Ryb2ltLWwhvdGVsMjAwOUB5YW5kZXgucnU=

Более 51 тыс. человек были эвакуированы в Москве, в том числе из гостиницы, в ходе очередной волны лжеминирований

МОСКВА, 7 мая. /ТАСС/. Более 51 тыс. человек из 54 объектов в Москве были эвакуированы в минувший понедельник из-за очередной волны лжеминирований. Об этом ТАСС сообщил во вторник источник в правоохранительных органах.

"Всего анонимные сообщения о минировании поступили в 54 объекта, из-за это эвакуировали 51 тыс. человек. Для проверки анонимных сообщений было задействовано порядка 460 полицейских и более 140 единиц техники", - сказал собеседник агентства.

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

Фокус – Москва и столичный регион

По словам источника, среди "заминированных" зданий были торговые центры, гостиница "Новитель", а также банк ВТБ. Все организации были проверены, взрывные устройства нигде не были обнаружены.

<https://tass.ru/moskva/6407724>

Происшествия в гостиницах, связанные с безопасностью

Ночью 90 человек тушили пожар в сауне гостиницы в центре Самары

В среду, 8 мая, в 4:06 в центр управления в кризисных ситуациях поступила информация о пожаре в гостинице на ул. Ново-Садовая, 3, в Октябрьском районе, об этом сообщили в ГУ МЧС России по Самарской области.

На месте происшествия **горела сауна в гостинице на площади 30 кв. метров.** Пожару был присвоен повышенный ранг сложности "Пожар № 2. В его тушении участвовали 90 человек, использовалось 25 единиц техники.

В целях безопасности пожарно-спасательными подразделениями из гостиницы было эвакуировано 42 человека, в том числе 32 проживающих.

Для оценки обстановки на место пожара выезжал начальник Главного управления МЧС России по Самарской области генерал-майор внутренней службы Олег Бойко.

В 5:00 пожар в районе первого этажа гостиницы был ликвидирован. Погибших и пострадавших нет. Причина загорания устанавливается.

"В результате правильного и своевременного срабатывания пожарной сигнализации и систем пожаротушения гостиницы, пострадавших на пожаре не было", — отметил начальник Главного управления.

<https://volga.news/article/504366.html>

В столице Словакии загорелась гостиница Park Inn

В Братиславе на главной городской площади загорелась гостиница Park Inn. На борьбу с огнем брошено семь пожарных расчетов.

Пламя вспыхнуло 29 апреля на Рыбной площади. Известно, что горит фасад здания и теплоизоляция на высоте десяти метров. Это серьезно осложняет тушение огня. Не исключено, что внутри есть скрытые очаги возгорания.

В борьбе с огнем задействованы 24 человека. Пока информация о пострадавших не поступала, причины возгорания тоже не называются, сообщает Пятый канал.

<https://www.kp.ru/online/news/3463173/>

В гостинице в центре Парижа произошел пожар, пострадали двое

В центре Парижа загорелся отель Pullman, постояльцев и сотрудников эвакуировали, сообщает телеканал BFMTV.

В результате пожара пострадали два человека. Пожар произошел в XII районе французской столицы, пожарным потребовалось около двух часов, чтобы ликвидировать возгорание.

Ожидается, что вечером постояльцы смогут вернуться в отель.

Причины пожара выясняются.

<https://ren.tv/novosti/2019-04-29/v-gostinice-v-centre-parizha-proizoshel-pozhar-postradali-dvoe>

Израиль: Пожар в эйлатской гостинице Caesar Premier

Вечером 30 апреля в эйлатской гостинице Caesar Premier произошел пожар. Очаг возгорания **находился в сауне**. Сотрудники отеля справились с огнем до приезда пожарных.

Прибывшие в отель сотрудники пожарной службы осматривают задымленные помещения рядом с сауной, чтобы убедиться, что нет угрозы повторного возгорания, а также, что никто из постояльцев отеля не пострадал.

По информации сайта 0404.co.il, во время пожара остановился один из лифтов, в котором находился постоялец. Пожарные помогли выволить мужчину из заставшей кабины.

http://www.newsru.co.il/israel/30apr2019/eilat_0012.html

2. Государственное регулирование и поддержка развития туризма и гостиничного дела

С. Петербург: Город поможет сохранить хостелы добросовестным предпринимателям

В Комитете по развитию туризма Петербурга рассказали, как повышают уровень туристической привлекательности города. За последние месяцы было принято два закона, которые повлияют на туризм в Северной столице. Еще над одним активно работают.

Речь идет о законе о хостелах, введении туристического сбора и введении электронных виз. Последнее, впрочем, пока еще обсуждают.

Принятие закона о хостелах прошло очень болезненно. Владельцам таких мини-гостиниц с 1 октября 2019 года запретят вести бизнес в привычном для них формате. В жилых домах хостелы будут запрещены. При этом из 1415 хостелов в Петербурге более четверти расположены именно в многоквартирных домах.

«С одной стороны, закон может оказать негативное влияние на малый бизнес, но с другой стороны, инициатива защищает права жителей. Ведь малые средства размещения могут беспокоить жителей дома», – рассказала председатель Комитета по развитию туризма Петербурга Нана Гвичия.

Она отметила, что унывать не стоит, ведь добросовестные предприниматели смогут сохранить свой бизнес. «Сейчас город совместно с общественными организациями, в частности, с ассоциацией малых отелей, помогает представителям бизнеса перевести малые средства размещения из жилого фонда в нежилой», – объяснила Нана Гвичия.

Туристический сбор в размере 100 рублей в сутки, который недавно утвердили в Петербурге, никак не сможет негативно повлиять на поток туристов. Во-первых, плата невысока, во-вторых, европейцы к таким сборам привыкли.

«Турсбор – это общемировая практика, и вводимый платёж для иностранных путешественников не окажется сложностью. Его размер – 100 рублей – невысокий и не отличается от размера турсбора, существующего в разных городах Европы. В некоторых частях света он неизмеримо больше. Например, в Нью-Йорке существует целых три турсбора от разных уровней власти, а на Мальдивах размер турсбора достигает 70 процентов от цены номера», – отметила Нана Гвичия.

Введение электронных виз, которое в настоящее время активно поддерживают власти, обеспечит поток туристов, прибывающих в Северную столицу на самолете и желающих провести в Петербурге не более 72 часов. В 2021 году туристы смогут сделать электронные визы.

«Задачи Комитета – не только увеличение туристского потока, но и повышение уровня безопасности гостей города и улучшение качества туристских услуг. При этом очень важно, чтобы при увеличении турпотока, Петербург оставался комфортным и для жителей, и гостей», – добавила председатель Комитета по развитию туризма Петербурга Нана Гвичия.

<https://spbdnevnik.ru/news/2019-04-30/gorod-pomozhet-sohranit-hostely-dobrosovestnym-predprinimateljam>

Гостиничный сбор выписывают из закона

В «Опоре России» сочли введение нового платежа преждевременным

Газета "Коммерсантъ" №78 от 07.05.2019, стр. 7

Общественная организация «Опора России» хочет отсрочить включение в Налоговый кодекс курортного (гостиничного) сбора в качестве неналогового платежа.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Как стало известно “Ъ”, такое предложение уже направлено в Минфин. До появления в России закона о туристическом жилье мера может стать дополнительным обременением для отельеров, которым приходится конкурировать с рынком краткосрочной аренды, предупреждают в «Опоре России».

Просьбу отложить включение в Налоговый кодекс курортного сбора до появления в России закона о туристическом жилье «Опора России» направила в Минфин на прошлой неделе. Копия письма есть у “Ъ”. Обращение организации — реакция на опубликованный Минфином в начале апреля 2019 года проект поправок к Налоговому кодексу. Документ предполагает внесение в кодекс гостиничного сбора, который, по сути, заменит существующий в нескольких регионах курортный сбор. Этот платеж в рамках эксперимента был введен в 2018 году в Ставропольском, Краснодарском и Алтайском краях. Размер взноса регионы определяют самостоятельно с условием, что он не превышает 100 руб. с человека в сутки. Эксперимент должен продлиться до 1 января 2022 года. Гостиничный сбор, согласно законопроекту Минфина, имеет те же параметры, его внедрение запланировано на 2023 год. Вице-президент «Опоры России» Алексей Кожевников указывает, что фактически речь идет о распространении практики курортного сбора на все регионы, хотя эксперимент еще не завершен.

Под сдачу квартир в краткосрочную аренду подводят закон

Как отмечается в письме «Опоры России», внедрение гостиничного сбора — преждевременная мера, которая станет дополнительным обременением для отельеров. Дополнительные сборы снижают конкурентоспособность российских гостиниц перед частным жильем, которое сдается в посуточную аренду через онлайн-сервисы (Airbnb и т. п.), поясняют в организации. По мнению «Опоры России», внедрение гостиничного сбора может быть целесообразно только после принятия закона о туристическом жилье, который должен определить статус сдаваемых для туристов квартир. С подобной инициативой организация выступила в конце марта (см. “Ъ” от 22 марта 2019 года). Из письма «Опоры России» следует, что такой законопроект сейчас разрабатывает Минэкономики. Там на запрос “Ъ” не ответили. В Минфине сообщили “Ъ”, что письмо «Опоры России» пока не получили. Вопрос систематизации неналоговых платежей и их регулирования прорабатывается, а новация не предполагает ни введения принципиально новых сборов, ни увеличения размера налоговой нагрузки на бизнес, добавили там.

Партнер Cushman & Wakefield Марина Смирнова подтверждает, что сегмент качественных гостиниц все больше конкурирует с рынком краткосрочной аренды жилья. «Квартиры выигрывают за счет стоимости: за 3–4 тыс. руб. в сутки в Москве можно снять небольшое жилье в пределах ТТК. Аналогичные цены предлагают гостиницы экономсегмента, но в отелях более высокого класса средний тариф будет на уровне 6 тыс. руб. без учета НДС и стоимости завтрака», — рассуждает она.

Как неналоговым платежам повышают статус

Растущая конкуренция со стороны жилого фонда не единственная проблема, которая беспокоит отельеров на фоне внедрения курортного сбора. В конце апреля «Опора России» сообщила вице-премьеру Дмитрию Козаку, что мера уже привела к дополнительным расходам бизнеса (копия этого письма также есть у “Ъ”). Отели должны выдать каждому туристу документ, отдельно подтверждающий факт оплаты сбора, что увеличивает время обслуживания и грозит конфликтами при заселении большого количества гостей, поясняет Алексей Кожевников. Для решения проблемы, по его словам, гостиницы вынуждены увеличивать штат кассиров. Кроме того, говорится в письме «Опоры России» господину Козаку, если путешественники оплачивают курортный сбор банковской картой, затраты на выплату 1,5% комиссии за

эквайринг покрываются из прибыли отелей. Представитель вице-преьера Илья Джус указал, что Дмитрий Козак не курирует вопросы туризма.

<https://www.kommersant.ru/doc/3962444>

Правительство утвердило правила предоставления субсидий туроператорам

Правительство РФ утвердило правила предоставления субсидий из федерального бюджета туроператорам за привлечение иностранных туристов в страну. Данное постановление было опубликовано на официальном портале правовой информации.

«Правительство Российской Федерации постановляет: утвердить прилагаемые Правила предоставления субсидий из федерального бюджета на государственную поддержку организаций, обеспечивающих прирост количества посетивших Российскую Федерацию иностранных туристов», — говорится в постановлении.

Из текста постановления также следует, что «субсидии предоставляются юридическим лицам, осуществляющим деятельность в сфере выездного (! государственный документ) туризма, сведения о которых содержатся в едином федеральном реестре туроператоров, которые подали заявку на предоставление субсидии и которые привлекли в Российскую Федерацию иностранных туристов из Германии, Израиля, США, Франции, Италии, Великобритании и Северной Ирландии, Кореи, Испании, Японии и Индии».

При этом, стоит отметить, что в данном абзаце документа указаны ТО в сфере "выездного туризма", хотя речь идет о внутреннем сегменте. Такая формулировка успела вызвать много вопросов со стороны представителей бизнеса. Впрочем, далее в тексте значатся туроператоры, работающие на въездных направлениях. По словам экспертов, в данном случае речь идет об опечатке.

В постановлении также отмечается, что субсидии предоставляются в пределах бюджетных ассигнований, предусмотренных федеральным законом о федеральном бюджете на соответствующий финансовый год и плановый период, и лимитов бюджетных обязательств, доведенных до Федерального агентства по туризму как получателя средств федерального бюджета. Субсидии предоставляются на возмещение части затрат туроператоров, связанных с предоставлением туристских услуг иностранным туристам: при размещении иностранного туриста в транспортном специализированном средстве размещения; при размещении иностранного туриста в гостинице.

Ко всему прочему, размер субсидии определяется исходя из количества иностранных туристов из целевых стран, посетивших Россию в течение отчетного периода, базового размера субсидии за одного иностранного туриста. При этом предельный размер субсидии за прирост иностранных туристов из одной целевой страны на одного туроператора не может превышать 5 млн. рублей.

«Базовый размер субсидии за одного иностранного туриста, посетившего Российскую Федерацию, устанавливается в размере 1200 рублей и подлежит увеличению при условии применения уточняющих коэффициентов по следующим критериям: продолжительность пребывания иностранного туриста на территории Российской Федерации, исчисляемая в ночах, проведенных в гостиницах и(или) транспортных специализированных средствах размещения; категория, присвоенная гостинице в соответствии с Положением о классификации гостиниц, утвержденным постановлением Правительства», — отмечается в постановлении, подписанном премьером Дмитрием Медведевым.

В постановлении также указаны требования к туроператору, который может получить субсидию из федерального бюджета.

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

Фокус – Москва и столичный регион

«Получателем субсидии может быть туроператор, который на 1-е число месяца, предшествующего месяцу, в котором планируется подача заявки, соответствует следующим требованиям: сведения о туроператоре содержатся в едином федеральном реестре туроператоров; туроператор осуществляет деятельность в сфере въездного туризма не менее 2 лет; туроператор не находится в процессе ликвидации, реорганизации, банкротства; у туроператора отсутствует неисполненная обязанность по уплате налогов, сборов, страховых взносов, пеней, штрафов, процентов, подлежащих уплате в соответствии с законодательством Российской Федерации о налогах и сборах; у туроператора отсутствует просроченная задолженность по возврату в федеральный бюджет субсидий, бюджетных инвестиций, предоставленных в том числе в соответствии с иными правовыми актами, и иная просроченная задолженность перед федеральным бюджетом; туроператор не является иностранным юридическим лицом; туроператор не получает средства из федерального бюджета в соответствии с иными нормативными правовыми актами на возмещение части затрат», — указано в правилах.

<https://forpost-sz.ru/a/2019-05-07/rossijskim-turoperatoram-zaplatyat-za-privlechenie-puteshestvennikov-iz-10-stran>

3 Анализ и события московского и региональных рынков туристско-гостиничных услуг

«Место хостелов на гостиничном рынке займут апарт-отели»

Наложив «вето» на размещение хостелов и мини-отелей в жилых домах, законодатели запретили не только маргинальные места размещения, но и вполне приличные мини-отели, которые работали честно, отвечали запросам рынка и обеспечивали его наполнение. Мини-отели и хостелы закрывали нишу гостиниц уровня «2-3 звезды», в которой ощущался дефицит предложения. Сейчас в этом сегменте стало значительно свободнее, а значит, не за горами выход на рынок новых игроков.

Место хостелов на гостиничном рынке в первую очередь займут апарт-отели. Сейчас в Петербурге в шести сданных объектах прошли классификацию и могут сдаваться в аренду около 1500 номеров. В этом году в апарт-отелях и комплексах апартаментов прибавится еще 1250 юнитов. (Сколько из них пройдут классификацию – другой вопрос). В 2020 году номерной фонд за счет апартаментов вырастет еще на 6625 номеров. А к концу 2022 года общее количество номеров-апартаментов вырастет на порядок – до 19 500 юнитов.

Успешность новых проектов будет зависеть не только от состояния туристического рынка, но и от развития различных форматов внутри сегмента.

Сегодня практически никто из отельеров последовательно не работает над укреплением формата long stay. Однако именно он может обеспечить стабильность проекта и сократить затраты: чем дольше человек живёт в месте размещения, будь то апартамент или гостиница, тем меньше затраты управляющей компании на обслуживание его номера. «Длительное пребывание» – это не обязательно полгода. Средний срок размещения в гостинице – 2–3 дня, в апартаментах – 4–6 дней, следовательно, пребывание от двух недель уже можно рассматривать как полноценный long stay.

Кто же выбирает долгосрочное размещение? Те, кто сейчас будет вынужден искать для себя новые варианты проживания: абитуриенты, командированные, соискатели вакансий, приезжающие в город в поисках работы, и многие другие. Борьба с рынком «серой» аренды, падение интереса к арендному жилью «с рук», запрет хостелов – всё это осложняет задачу. Апартаменты вполне могут удовлетворить этот спрос! Если направление long stay будет развиваться, это может в корне изменить весь рынок.

Основной плюс апартаментов, который может обеспечить устойчивость проекта даже в условиях стагнации туристического рынка, – комбинирование форматов. Если часть номерного фонда занята под долгосрочное пребывание, а часть ориентирована на краткосрочную аренду, проект будет востребован всегда.

Что же касается хостелов и мини-отелей: увы, новое законодательство заставит часть добропорядочных объектов уйти в тень. А вот по-настоящему маргинальные «ночлежки», которые и так работали нелегально, вряд ли исчезнут в одночасье. У таких «объектов» всегда будет свой невзыскательный клиент. Но большую часть действительно адекватного и легального спроса апарт-отели уже сегодня готовы взять на себя.

Об этом рассуждал Константин СТОРОЖЕВ, генеральный директор компании VALO Service.

<https://nsp.ru/news/20938-mesto-hostelov-na-gostinichnom-rynke-zaimut-apart-oteli>

AZIMUT Hotels выступает партнером номинации «Моя гостеприимная Россия»

AZIMUT Hotels выступает партнером номинации «Моя гостеприимная Россия» в XVI Всероссийском конкурсе «Моя страна – моя Россия». 7-8 мая в Москве в отеле AZIMUT Олимпик состоится очный этап номинации.

Среди работ, поданных на конкурс в номинации «Моя гостеприимная Россия», очень много оригинальных идей. Особенно впечатляет и радует растущее количество потенциальных решений, связанных с цифровизацией сферы туризма. Многие работы могли бы быть успешны в проектах, связанных с развитием внутреннего туризма.

Конкурс молодежных проектов «Моя страна – моя Россия» проходит при поддержке Министерства науки и высшего образования РФ, Министерства просвещения, Фонда Росконгресс, Фонда Президентских грантов и Федеральной службы по интеллектуальной собственности. Главная цель конкурса – привлечь молодежь к решению острых вопросов социально-экономического развития регионов.

За 16 лет реализации проекта он стал золотым стандартом в подготовке кадрового резерва для органов власти, реального сектора экономики и научно-педагогической сферы.

Проект «Моя страна – моя Россия» в этом году вошел в платформу «Россия – страна возможностей». Среди конкурсантов – учащиеся, молодые педагоги, лидеры местных сообществ и молодежных проектных групп. Возраст участников – от 14 до 30 лет. В этом году было подано рекордное количество заявок – более 34 тысяч.

Номинация «Моя гостеприимная Россия» присуждается в третий раз. Партнером номинации выступает компания AZIMUT Hotels. Задача AZIMUT Hotels – поддержка общественно значимых проектов, укрепляющих развитие регионов страны, а также максимальное привлечение внимания молодежи к возможностям, которые открывает перед ними Всероссийский конкурс «Моя страна – моя Россия».

В номинации «Моя гостеприимная Россия» эксперты конкурса рассмотрели более 300 молодежных проектов, связанных с развитием въездного и внутреннего туризма в России. Индустрия гостеприимства, как одна из самых перспективных, становится точкой роста региональных экономик и страны в целом. А участие в номинации «Моя гостеприимная Россия» является стартовой ступенью в построении профессиональной карьеры и личностном развитии.

В этом году участников конкурсной номинации «Моя гостеприимная Россия» тематически не ограничивали, в результате среди них оказались представители 52 регионов. В финал конкурса вышло 36 участников. 7-8 мая в Москве в отеле AZIMUT Олимпик состоится очный этап номинации.

<https://welcometimes.ru/news/azimut-hotels-vystupaet-partnerom-vserossiyskogo-konkursa-moya-strana-moya-rossiya>

4. Практика, новинки и события туристско-гостиничного дела за рубежом и в странах СНГ

Чей Крым: россияне в чешском отеле признают полуостров украинским?

Конституционный суд Чехии признал легальным решение владельца отеля Brioni Boutique Hotel требовать от российских постояльцев признания Крыма украинским. Об этом сообщает РИА «Новости» со ссылкой на портал Aktuálně.cz.

Даже в бизнесе должна быть гарантирована «свобода выражения мнений», отмечается в решении суда, опубликованном на официальном сайте КС во вторник, 30 апреля.

Таким образом история, начавшаяся еще пять лет назад, получила продолжение. В марте 2014 года владелец Brioni Boutique Hotel с украинскими корнями Томаш Крчмарж отказался от обслуживания 49 российских спортсменов. Свои действия он объяснил выражением протеста против присоединения Крыма к России.

При входе в отель и на ее сайте появилось объявление: «С 24 марта 2014 года не размещаем граждан РФ. Причиной является аннексия Крыма». Однако после потока резкой критики в свой адрес Крчмарж все же дал разрешение российским гражданам останавливаться в своем отеле. Единственным условием для них было письменное заявление о том, что они не согласны с «оккупацией Крыма, противоречащей всем нормам, которые должны применяться в 21 веке».

Крчмарж грубо нарушил принцип недопущения дискриминации людей на основе их принадлежности к тому или иному государству. Это, в свою очередь, противоречит чешскому законодательству. Так прокомментировал действия владельца отеля представитель Чешской торговой инспекции Иржи Фролиг.

В результате Чешская торговая инспекция наложила на Крчмаржа максимально возможный штраф в 50 тыс. крон (около 140 тыс. рублей.) «за дискриминацию потребителей по национальному признаку», а его протест против этой меры был отклонен. Затем это решение отменил Высший административный суд, передавший дело обратно на рассмотрение областного суда. Тот снизил размер штрафа до 5 тыс. крон (примерно 14 тыс. рублей), а Конституционный суд потребовал полностью его аннулировать.

Включение Крымского полуострова в состав России — грубое нарушение международного права, при этом «непосредственная и эмоциональная» позиция владельца Brioni Boutique Hotel совпадает с официальной позицией Евросоюза и Чехии в частности, согласно которой Крым не признается частью Российского государства. Об этом заявил судья-докладчик по делу отеля Войтех Шимичек.

Кроме того подчеркивается, что предприниматель имеет право не быть политически нейтральным.

Как считает суд, причины, по которым арендодатель в праве ограничивать свою потенциальную клиентуру, могут быть разными и варьироваться от рациональных до эксцентричных.

«Дискриминация имела бы место, если бы причина отказа в предоставлении услуг была основана на ненависти, явно выдумана, ущемляла достоинство потребителя или подозрительно отличалась (от иных причин – «Газета.Ру»)», — гласит заключение КС.

К тому же, по заявлению чешского КС, Томаш Крчмарж выразил свои политические взгляды в корректной форме. Разместив в интернете объявление об

отказе размещения российских граждан, он якобы не ограничил их в правах, так как они были заранее уведомлены об условиях заселения.

Как отмечает суд, в центре Остравы можно легко найти «десятки других объектов размещения», поэтому у потенциальных постояльцев не должно возникнуть проблем с поиском альтернативных вариантов жилья.

https://www.gazeta.ru/politics/2019/05/01_a_12332677.shtml?utm_source=yxnew&utm_medium=desktop

Marriott представила сервис по аренде домов

НЬЮ-ЙОРК, 30 апреля. /ТАСС/. Компания Marriott International, являющаяся оператором ряда гостиничных сетей, представила в понедельник собственный онлайн-сервис, позволяющий снять на непродолжительное время жилье. Об этом говорится в заявлении, опубликованном в понедельник на ее официальном сайте.

Как уточнили в Marriott, в компании готовы оказать содействие в аренде примерно 2 тыс. роскошных домов в США, а также в европейских и латиноамериканских странах. Как следует из заявления, речь идет по большей части об элитном жилье. В нем предлагается остановиться во время туристических поездок.

Сервис начнет работать на следующей неделе. С 2018 года он функционировал в тестовом режиме в европейских странах. Специалисты Marriott отметили, что будет введена система бонусов, распространяющихся как на гостиничные сети, находящиеся под управлением компании, так и на жилье, которое будут сдавать с помощью сервиса.

О планах компании представить в официальном порядке данный сервис сообщила в понедельник газета The Wall Street Journal. Издание констатировало, что Marriott будет первой крупной компанией, специализирующейся в сфере гостиничного бизнеса, которая в США будет оказывать услуги по поиску и аренде частного жилья.

В публикации отмечалось, что новый сервис от Marriott напоминает тот, оператором которого является другая американская компания - Airbnb. Он позволяет арендовать частное жилье на непродолжительный срок почти в 200 странах. В числе предложений Airbnb не только дома, но и квартиры.

Издание отмечает, что многие другие компании, являющиеся операторами гостиничных сетей, стали воспринимать Airbnb в качестве соперника. Возможность создания своих сервисов по аренде жилья, по сведениям издания, рассматривают также компании Hilton Worldwide и Hyatt Hotels.

<https://tass.ru/nedvizhimost/6391154>

Гостиницы Грузии получают "ценные" звезды

1 мая /GEORGIAinform/. Гостиницам Грузии уже этой осенью будет дана возможность получить престижный европейский сертификат организации HotelstarsUnion, сообщила основатель Федерации гостиниц, ресторанов и кафе Грузии Кети Меладзе.

HotelstarsUnion - это единая система стандартов звездности для отелей в 29 странах. С 2016 года ее членом стала и Грузия. Получить соответствующую оценку могут все гостиницы в стране, начиная от пятизвездочных, заканчивая хостелами. И это повышает фактор доверия туристов к гостиницам.

По ее словам, гостиницы Грузии заслуживают признания благодаря своей уникальности.

Гостиничный бизнес – довольно сложное дело. Чтобы избежать сложностей, с которыми может столкнуться стартап, грузинские предприниматели предпочитают покупать франшизу сети популярных отелей.

Такая франшиза обходится в несколько тысяч долларов и евро. А вот присвоение "европейских звезд" стоит в разы дешевле, менее тысячи долларов.

Сколько звезд полагается гостинице зависит от того, как она выглядит, как оформлены номера, как готовится питание, какое обслуживание и от ряда других факторов. И оценка HotelstarsUnion является гарантом качества.

Развитие туризма – одно из приоритетных направлений правительства Грузии. Страну за три месяца 2019 года посетили более 1,6 миллиона международных путешественников, что на 2,2% больше, чем за аналогичный период прошлого года.

<https://georgiainform.com/ru/news/20190501/20167.html>

Израиль предложит гранты на строительство гостиниц в поселениях для Туристов

Впервые в истории движения поселенцев Министерство туризма предоставило денежные субсидии на строительство гостиниц в зоне «С» Западного берега. Сообщает Jpost.

В прошлом такие субсидии могли быть получены только с одобрения правительства. Но гранты в размере 20-33% от стоимости проекта были доступны для строительства гостиниц в суверенном Израиле.

Гостиничные проекты в Иудее и Самарии не могут получать субсидии, поскольку закон, предусматривающий их распределение, не распространяется на Западный берег.

Министерство туризма не создало никакого другого механизма исключительно для Иудеи и Самарии, который позволил бы автоматически обращаться за грантами без специального разрешения правительства, сообщил в понедельник корреспонденту The Jerusalem Post пресс-секретарь министерства туризма Ярив Левин.

Туристы, желающие остаться на ночь в поселениях Западного берега, полагаются на владельцев частной собственности, арендующих номера через Интернет, такие как AirBnb, или на небольшие гостиничные номера и столовые.

Строительство гостиниц необходимо для того, чтобы увеличить количество туристов в этом районе.

Глава Совета Ефрат Оед Ревив, который также является иностранным посланником Совета YESHA, приветствовал этот шаг, который, по его словам, увеличит туризм в центре библейского Израиля.

Туристы являются лучшими в мире послами Израиля в продвижении сионизма и анти-бойкота, лишений активов и санкционного движения, заявил Ревиви.

Глава регионального совета Южного Хевронского холма Йохай Дамри заявил, что туризм в его регионе уже развивается, и поблагодарил Левина за поддержку в этом направлении.

<https://merkava.co.il/izrail-predlozhit-granty-na-stroitelstvo-gostinic-v-poseleniyah-dlya-turistov.html>

В Греции доходы от туризма достигли рекордного уровня

АФИНЫ, 6 мая - РИА Новости. Въездной туризм в Грецию за четыре года вырос более чем на 35%, а доходы от отрасли в прошлом году достигли рекордного уровня в

18,5 миллиардов евро, сообщила бывшая министр туризма Греции Елена Кундура на церемонии передачи дел новому министру Фанасису Теохаропулосу.

"С января 2015 года наше правительство вывело Грецию из кризиса, и туризм сыграл ключевую роль в достижении этой цели и в национальных усилиях по возвращению к росту", - заявила она.

За последние четыре года въездной туризм вырос более чем на треть. В 2018 году в Грецию прибыли более 33 миллионов иностранных гостей, включая круизные лайнеры.

"Греческий туризм вырос на 6,9%, в 3,5 раза превысив темпы роста греческой экономики, которые составили 2%, и европейские темпы роста в 2,4%. Общий вклад туризма в экономику составил 37,5 миллиарда евро. Это 20% ВВП Греции, вдвое больше, чем в среднем в мире", - привела данные экс-министр.

Кундура сообщила также, что министерство привлекло ряд новых инвестиций: более 400 инвестиционных проектов в отелях и 55 тысяч новых мест в четырех- и пятизвездочных гостиницах по всей стране. Еще она считает, что удалось изменить образ Греции на мировой туристической арене.

<https://ria.ru/20190506/1553304200.html>

Отели Турции подорожают на 15% к высокому сезону

МОСКВА. 7 МАЯ. ИНТЕРФАКС-ТУРИЗМ – Цены на турецкие отели в этом году начали расти уже в низком сезоне, к высокому сезону они увеличатся минимум на 10-15%, сообщили порталу "Интерфакс-Туризм" в Ассоциации туроператоров России (АТОР) во вторник.

"Средняя цена номера в отеле в Турции в марте 2019 года составила 63,3 евро, что на 4,6% больше, чем в марте прошлого года. В Стамбуле средняя цена за номер — 73,9 евро. В то же время, в Анталье размещение чуть подешевело — до 47,8 евро (-3%)", — рассказали в АТОР.

В ассоциации ожидают, что с наступлением высокого сезона цены в турецких отелях вырастут за счет более активного притока иностранных туристов — как минимум на 10-15%. "О повышении цен на этапе раннего бронирования сообщали и российские туроператоры. По их расчетам, летом-2019 проживание в турецком отеле обойдется на 25-30% дороже, чем годом ранее", — отметили в АТОР.

В АТОР считают, что турецкие отельеры будут повышать цены, особенно для зарубежных рынков, поскольку хотят компенсировать потери в кризисные годы. На данный момент цены в турецких гостиницах все еще отстают от цен 2014-2015 годов.

"Повышение стоимости размещения в отелях Анталии на лето 2019 года уже составило как минимум 10%. Высокий спрос отмечен не только из России, Германии и Великобритании, но и из Польши, Австрии, Нидерландов и ряда стран Восточной Европы", — рассказали в ассоциации.

В апреле турпоток в Анталию побил все рекорды предыдущих лет — курорт посетили около 1 млн иностранных туристов, что на 38% больше, чем в апреле 2018 года. Больше всего гостей приехало из России — 304,5 тыс. человек.

По данным министерства туризма и культуры Турции, с января по март страну посетили рекордные 319 тысяч российских туристов, это на 37% больше по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. В общей сложности с января по март в Турцию приехало почти 5,5 млн иностранных туристов, турпоток по сравнению с прошлым годом вырос на 4,3%.

<https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/58845>

Гостей турецких отелей «попросят» не брать лишнюю еду

Представители турецких отелей, которые работают по популярной среди туристов системе «всё включено» (all inclusive), попросят отдыхающих брать лишь то количество еды, которое они могут действительно съесть. Об этом сообщает РИА Новости.

Как отмечается, гостиницы Турции намерены поддержать проект «Оранжевый флаг», который ставит своей целью сокращение количества пищевых отходов на нашей планете, в том числе в туристических регионах. В рамках проекта ведется работа как с владельцами туристического бизнеса, так и с самими отдыхающими.

Как замечает руководитель проекта «Оранжевый флаг» Али Акгуна, для Турции вопрос утилизации пищевых отходов стоит очень остро. Рациональное использование продуктов может позволить серьезно снизить количество мусора, а значит сохранить природу. Участие в проекте добровольное, однако уже сейчас известно, что «Оранжевый флаг» поддержат 250 крупных и средних отелей.

<https://slovodel.com/526892-gostei-tureckikh-otelei-poprosyat-ne-brat-lishnyuyu-edu>

Ночь в картофелине: в Айдахо создали необычную гостиницу

В США появился необычный отель. В одном из городков штата Айдахо можно остановиться в гигантской картофелине, заплатив всего 200 долларов за ночь. Об этом пишет газета USA Today.

Как отмечается, речь идет об арт-объекте, сделанном из стали и бетона. Картофелину еще в 2012 году использовали как рекламный реквизит. Клубень объездил все уголки Америки, рекламируя картошку из Айдахо – «официальный овощ» штата.

Когда картошка выполнила свое предназначение и вместо нее решили построить вторую версию, владельцам объекта пришла мысль сделать из нее отель. В результате и появилась гостиница Big Idaho Potato Hotel.

Бетонный клубень установлен в городе Бойсе. Высота необычного отеля 3,5 метра, длина – 8,5 метра, а ширина – 3,6 метра. Жилище рассчитано на двух гостей. Гостиница оснащена спальней, ванной комнатой, туалетом, а также отоплением и кондиционером.

Ранее сообщалось, что в Новом Орлеане отель The Roosevelt на свое 125-летие устроил необычную пиар-акцию, предложив гостям вернуть украденные вещи, не опасаясь осуждения или наказания.

<https://mir24.tv/news/16358940/noch-v-kartofeline-v-aidaho-sozdali-neobychnuyu-gostinicu>

5. Интересное для отельеров

Как бороться с негативом от клиентов

Гендиректор агентства ISEE Marketing Алексей Иванов рассказывает, как собственники рискуют деньгами из-за медленного сервиса, почему негатив обесценивает рекламу и как повлиять на впечатления клиентов.

Клиентские впечатления — это совокупность «болей» и «удовольствий» клиента. К сожалению, во многих видах бизнеса сегодня «болей» оказывается больше. По моему опыту могу сказать, что говорить о любви к клиентам недостаточно. Компаниям нужно понять, как формируются проблемы клиентов и как их можно исправить.

Четыре проблемы клиентов

Первый момент, на который стоит обратить внимание — приходится ли вашим клиентам выполнять *лишние действия*. Например, сайты региональных авиаоператоров могут быть настолько запутаны, что человек с первого раза не поймет, как найти подходящий рейс. Еще хуже, если за багаж ему придется дополнительно платить уже в аэропорту — просто потому, что он не увидел галочки «билет с багажом». В итоге клиент теряет деньги, время и нервы.

Другой пример из офлайна — при смене сотового оператора или восстановлении SIM-карты менеджеры заставляют заполнять кипу бумаг. Причем паспортные данные приходится полностью прописывать три раза. Зачем — непонятно, ведь вся эта информация есть у оператора в базе.

Вторая проблема — *ожидания*. В некоторых гостиницах туристам предлагают бесплатно погладить одежду. При этом горничные могут делать это полчаса — во всяком случае так они сами говорят. На деле же они гладят быстрее, а время закладывают с запасом, чтобы не расстраивать клиента. Однако в конечном итоге гость остается недоволен — ведь ему пришлось перенести встречу или опоздать, чтобы дожидаться свою одежду.

Иногда банки не рассказывают, что ждет клиентов, когда они придут оформлять ипотеку. Вместо того, чтобы рассказать о всех этапах регистрации, менеджеры отвечают: «...а дальше вам позвонят и расскажут». Клиент остается в неведении и может вовсе отказаться от кредита — вдруг это слишком сложно и дорого. В этом заключается третья проблема — *процессы, которые напрямую касаются клиентов, непрозрачны и вводят их в заблуждение*.

Есть и хорошие примеры. 20 лет назад вызвать такси было куда сложнее — приходилось тратить по 10 минут, чтобы узнать точный адрес кафе, где вы ужинаете. Еще сложнее приходилось людям в аэропортах. Теперь достаточно открыть приложение и вызвать водителя — благодаря GPS он точно узнает, где вы находитесь. Сейчас на лицензированных машинах стали клеить сбоку госномер авто — это позволяет клиенту сразу узнать машину, которую он вызвал.

Медленная реакция на запросы — четвертая проблема, которая может стать роковой для клиента. Представьте — вы ждете курьера, но он приехал не по адресу. Вы пишете или звоните в техподдержку и говорите, что водитель ждет не в том месте. В ответ оператор заявляет: «Ок, мы передадим ваши жалобы разработчикам». Но вы точно не будете ждать неделю, пока проблему устранят — вам нужно продать товар сегодня, поэтому курьер должен приехать как можно скорее.

Как негатив влияет на доходы компании

Отрицательные впечатления, которые остаются у покупателей, бьют по бюджету фирмы сразу по нескольким фронтам. Компании приходится вкладываться в рекламу — снимать видео, обращаться к SMM-щикам. Пользователи увидят рекламу,

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

Фокус – Москва и столичный регион

однако не дойдут до покупки — ведь у них сложилось плохое впечатление о продавце. Точно также клиенты не станут покупать дополнительные товары или услуги. И самое страшное — негативные отзывы начинают распространяться быстрее и активнее от знакомых к знакомым и в соцсетях. В результате компании приходится тратить еще больше времени и ресурсов на борьбу с негативом.

Как управлять клиентскими впечатлениями

Лучший способ бороться с негативными отзывами — предотвратить их появление. Для этого нужно встать на место клиентов и понять, как они взаимодействуют с персоналом компании, сайтом, с самим товаром или услугой. Все возможные варианты прописываются как сценарии в виде блок-схемы — например, что покажет сайт, если пользователь кликнет на кнопку «Заполнить анкету».

После создания схемы определите, как вы будете оценивать клиентские впечатления. На выбор может быть несколько метрик: как быстро компания выполняет запросы пользователя, может ли клиент сразу закрыть свою потребность, нужно ли ему обращаться за помощью в техподдержку. Далее сотрудники компании должны пройти по одному из заготовленных сценариев и проверить, как по ним пройдут первые клиенты. Важно оценить их впечатления — узнать, что они пишут и говорят менеджерам по телефону.

| Название этапа | шаг/действие | Название шага | Метрики | | | | | | Степень удовлетворенности клиента, % | Уровень клиентских впечатлений от продукта |
|---|--------------|---|----------|--------------|-------------|-------------|-----------|-----------|--------------------------------------|--|
| | | | Удаленно | Омниканально | Рационально | Персонально | Прозрачно | Мгновенно | | |
| Кредитный калькулятор | 1 | Наличие всех необходимых фильтров | 100 | - | 100 | - | 50 | 100 | 88 | 63% |
| | 2 | Требования ежемесячному к доходу | 100 | - | 50 | - | 50 | - | 67 | |
| | 3 | Сохранение/выгрузка результатов расчета | - | - | 50 | - | 0 | 50 | 33 | |
| Условия кредитования | 1 | Величина процентной ставки, что на неё влияет | 100 | 100 | 0 | 100 | 0 | 0 | 50 | 70% |
| | 2 | Требования к заемщику | 100 | 100 | 50 | 100 | 75 | 100 | 88 | |
| | 3 | Требования к недвижимости | 100 | 100 | 50 | - | 50 | 100 | 80 | |
| | 4 | Необходимый пакет документов | 100 | 100 | 50 | - | 75 | 50 | 75 | |
| | 5 | Условия частичного/досрочного погашения | 100 | 100 | 50 | 0 | 50 | 50 | 58 | |
| | 6 | Информация и порядке оформления кредита | 100 | 100 | 75 | - | 75 | 100 | 90 | |
| | 7 | Оформление страховки | 100 | 100 | 50 | - | 50 | 100 | 80 | |
| | 8 | Информация о налоговых вычетах | 0 | 100 | 50 | - | 25 | 100 | 55 | |
| | 9 | Возможность использования материнского капитала | 0 | 100 | 50 | - | 25 | 100 | 55 | |
| Отправка заявки | 1 | Отправка заявки/заполнение анкеты | 100 | - | 100 | - | 50 | 50 | 75 | 39% |
| | 2 | Предоставление пакета документов | 100 | - | 0 | 0 | 50 | 0 | 30 | |
| | 3 | Обработка заявления | 0 | 0 | 25 | 0 | 0 | 50 | 13 | |
| Оформление кредита | 1 | Получение СМС | 100 | 0 | 100 | 100 | 100 | 100 | 83 | 51% |
| | 2 | Звонок менеджера | 100 | 0 | 25 | 75 | 25 | - | 45 | |
| | 3 | Оформление сделки | 100 | 0 | 50 | 75 | 25 | - | 50 | |
| | 4 | Подписание документов | 100 | 0 | 50 | 0 | 0 | 0 | 25 | |
| Уровень клиентских впечатлений по метрике | | | 83% | 64% | 51% | 50% | 41% | 66% | 67% | |

Все оценки нужно расписать в виде матрицы — слева будут названия этапа покупки или услуги и шаги, которые клиент должен сделать, чтобы получить конечный результат. Сверху будут находиться метрики, которые компания выбрала для оценки сервиса. Каждый пункт можно оценить по 100 или пятибалльной шкале.

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

Фокус – Москва и столичный регион

После оценки результаты следует проанализировать всей команде и исправить этапы, которые набрали меньше всего баллов.

Зачем оценивать клиентские впечатления

Составлять схемы или проходить путь покупателя может показаться очередной рутинной — однако она может принести пользу компании. Благодаря плану сотрудники смогут понять, какой из этапов или шагов лишний, а какой из этапов сильнее всего портит настроение клиентам. Руководители также смогут проанализировать, какой из этапов важнее других, выстроить KPI и оценить работу персонала.

Алексей Иванов, Генеральный директор агентства ISEE Marketing, партнер по обучению Яндекс

<http://tatcenter.ru/rubrics/razbor/kak-borotsya-s-negativom-ot-klientov-obyasnyayet-marketolog-aleksej-ivanov/>