



Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 0602-2023

С 17 июня по 01 июля 2023 года

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

Корпорация «Туризм.РФ» готова бросать якорь

2. Гостиничный рынок Москвы и региона

В 2022 году в столице действовали 1,3 тыс. коллективных средств размещения

Загрузка столичных отелей превысила 80%

Отель на Большой Никитской откроется осенью

Гостиницу возле Павелецкого вокзала построят до конца года

Как дела в Москве? Интервью с Ольгой Бураковой, генеральным менеджером бутик-отеля «Дюжина»

Гостиничный комплекс на 75 номеров построят в Подмосковье

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Минэкономразвития предложило передать санатории частным инвесторам

Проживание в гостиницах Татарстана за год подорожало на 15%

Реализация проекта каспийского прибрежного кластера значительно увеличит число отелей в Дагестане

В России развивается тренд на создание исторических гостиниц

Объем инвестиций в проект AZIMUT Парк Отель Анапа 4* составит 5,7 млрд рублей

Azimut Hotels получила землю под строительство отеля в Карелии

Cosmos Hotel Group откроет отель на курорте «Мацеста»

Cosmos Omsk Hotel прошел проверку Госэкспертизы

Санаторий Долина Нарзанов г. Нальчик победил в номинации «Отпуск для здоровья» премии «Маршрут построен»

В подмосковном санатории «Бурани» появились лесные бунгалы

Zont Hotel Group заменит Assog в проекте на острове Русский

4. Юридический практикум и вопросы безопасности отелей

ВТБ: мошенники используют бренд Booking для кражи денежных средств

Собственник Azimut Hotels обжаловал в суде изъятие акций сети

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

Фокус – Москва и столичный регион

Туристы засудили оператора за неравнозначную замену отеля по «ковидному» туру

В МЧС сообщили о тушении пожара в гостевом доме в центре Иркутска

5. Гостиничный рынок за рубежом

В Беларуси подготовили план обязательной сертификации отелей

Бронирование отелей за рубежом подорожало за год на 16%

6. Полезное и интересное для отельера

Ревеню и продажи до открытия отеля

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

Корпорация «Туризм.РФ» готова бросать якорь

Прежде об этом речь не шла, но теперь организация готова становиться якорным инвестором в туристическую инфраструктуру России.

Постоянный автор Hotelier.pro Павел Баскаков побывал на Российском Туристическом Форуме «Путешествуй!», проведенном Росконгрессом на ВДНХ в Москве с 8 по 11 июня, и собрал для портала важную информацию.

«Вместе с некоторыми регионами мы столкнулись с серьезным вызовом, когда в субъекте имеются предпосылки для создания новой туристической инфраструктуры, но нет инвестора, — рассказал Сергей Красноперов, исполнительный директор «Туризм.РФ». — Земельный участок целевой категории есть, туристический магнит есть, турпоток сформирован, предпосылки для всесезонной эксплуатации имеются, но инвестор пока не определился. В таких случаях «Туризм.РФ» готова выступать якорным инвестором и пройти прединвестиционную стадию вместе с регионом. Создать при активной поддержке региона концепцию проекта. Если потребуется, и проектно-изыскательские работы мы готовы выполнить, пока не будет найден частный инвестор».

При этом исполнительный директор «Туризм.РФ» особо подчеркнул, что успех любого инвестиционного проекта возможен только в том случае, когда регион в нем заинтересован. Тогда корпорация готова оказать всеобъемлющую поддержку инвестору и совместно решать все вопросы.

«Мы в два-три раза быстрее доходим до инвестиционной фазы в проекте, если регион активен, осуществляет все меры поддержки, связанные с предоставлением земельных участков и т.д.», - добавил он.

О базовых условиях работы с корпорацией «Туризм.РФ» Сергей Красноперов рассказывал в конце прошлого года в Санкт-Петербурге во время Петербургского Travel HUB'a. (См. КАК ПРИХОДИТЬ В СЕРЬЕЗНЫЕ ИНВЕСТОРЫ).

Теперь на форуме «Путешествуй!» исполнительный директор корпорации также сообщил, что для развития больших перспективных туристических территорий площадью в сотни гектаров, предполагающих создание комплексных курортов, «Туризм.РФ» будет сам разрабатывать мастер-планы. В 2023 году планируется завершить разработку мастер-планов по четырем туристическим территориям.

Модификация *modus operandi* корпорации «Туризм.РФ», видимо, понадобилась в силу того, что инвесторы не выстроились в очередь, чтобы активно вложиться в большие туристические проекты.

«Ценность таких мастер-планов в том, что по итогам их разработки мы сформируем инвестиционные лоты, которые позволят будущим инвесторам получить готовые проекты», - прокомментировал Сергей Красноперов новый подход корпорации.

Т.е. бизнес будут привлекать в новые проекты на групповое соинвестирование, нарезав для инвесторов в проекте лоты.

«Прокачанные» проекты будут содержать все права на землю, сбалансированную финансовую модель, архитектурную концепцию и гарантии создания обеспечивающей инфраструктуры. Таким образом, инвесторам преподнесут привлекательную «конфетку».

Предполагается сформировать лоты для создания проектов с общим фондом около 8 тысяч номеров. Впрочем, с учетом реализации проекта «Новой Анапы» эта

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

Фокус – Москва и столичный регион

цифра может достичь и 30 тыс. номеров – добавил исполнительный директор «Туризм.РФ».

«Уже скоро мы представим такие инвестиционные продукты для частных инвесторов для привлечения инвестиций в Тульскую, Сахалинскую, Якутскую области, Алтайский, Краснодарский края и Республику Татарстан. Первые лоты начнем реализовывать уже в этом году», — сообщил Сергей Красноперов.

Два месяца назад Hotelier.pro писал, что участники стратегической сессии в координационном центре при правительстве РФ, проведенной 22 марта 2023 и посвященной первоочередным задачам в перспективе 2025-2030 годов по развитию внутреннего туризма, решили, что стратегию развития туризма в России необходимо скорректировать. (см. публикацию СТРАТЕГИИ ПОНАДОБИЛОСЬ СВЕЖЕЕ ДЫХАНИЕ).

«Падение» Ростуризма стало началом решительной перегруппировки сил, управляющих развитием туризма в России. И вот ... процесс идет.

<https://hotelier.pro/news/item/korporatsiya-turizm-rf-gotova-brosat-yakor/>

2. Гостиничный рынок Москвы и региона

В 2022 году в столице действовали 1,3 тыс. коллективных средств размещения

Это 4,6% коллективных средств размещения всей России. К коллективным средствам размещения относят гостиницы, хостелы, мотели, санатории, пансионаты. В Московской области действовали 1 тыс. средств размещения – 3,4% от общероссийского количества, об этом сообщает Мосстат.

Численность постояльцев коллективных средств размещения Москвы и Московской области растет. В 2022 году, по сравнению с 2012 годом, число лиц, размещенных в московских коллективных средствах размещения, выросло на 81,9%, в подмосковных – в 2 раза.

В московских коллективных средствах размещения в 2022 году было 87,1 тыс. номеров (8,2% общероссийского номерного фонда), в подмосковных – 58,1 тыс. номеров (5,5%).

В столице в 2022 году действовали 746 гостиниц с 58,4 тыс. номеров и 123,8 тыс. мест, в Подмоскovie – 484 гостиницы с 24,0 тыс. номеров и 51,5 тыс. мест.

В минувшем году численность персонала коллективных средств размещения (без внешних совместителей и работников несписочного состава) в столице составила 23,3 тыс. человек (5,3% от общероссийской численности), в области – 28,8 тыс. человек (6,5%).

Между тем, доходы от услуг коллективных средств размещения в столице составили 10,8% от общероссийского уровня или 77,1 млрд рублей, в области – 6,3% или 44,8 млрд рублей.

<https://hoteliernews.ru/v-2022-godu-v-stolitse-deystvovali-1-3-tys-kollektivnyh-sredstv-razmescheniya>

Загрузка столичных отелей превысила 80%

Загрузка столичных отелей в первые дни лета, с 1 по 12 июня, составила 82,3%, что на 12,5% больше, чем за аналогичный период минувшего года, сообщила Наталья Сергунина, заместитель Мэра Москвы. По сравнению с майскими праздниками показатель заполняемости московских гостиниц вырос на 17%.

«Больше всего постояльцев московские отели приняли в День защиты детей и 6–8 июня. Загрузка в эти дни превысила 83% и 92%. Самые популярные категории гостиниц – три и четыре звезды», – рассказала Наталья Сергунина.

В городе работает 1,9 тысячи гостиниц. Правительство Москвы стимулирует развитие отрасли: создает благоприятные условия для роста турпотока и работы потенциальных инвесторов, которые готовы инвестировать в инфраструктуру, а также выделяет субсидии и гранты.

<https://hoteliernews.ru/zagruzka-stolichnyh-oteley-prevysila-80>

Отель на Большой Никитской откроется осенью

Отель распахнет свои двери уже 23 ноября под вывеской Stella di Mosca. Само здание ввели в эксплуатацию после реконструкции буквально в конце апреля.

Изначально предполагалось, что здесь расположится восьмой отель международной сети Bulgari Hotels & Resorts для самых состоятельных клиентов.

По задумке проект должен был стать образцом мировых стандартов роскоши: тут и удачное расположение всего в 300 метрах от Красной площади, и достойное внутреннее наполнение – 65 номеров, включая люкс площадью 300 кв. м с

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

Фокус – Москва и столичный регион

просторной террасой на крыше с видом на исторический центр. А еще 14 резиденций со статусом квартир, включая три таунхауса и один пентхаус.

<https://hoteliernews.ru/otel-na-bolshoy-nikitskoy-otkroetsya-osenyu>

Гостиницу возле Павелецкого вокзала построят до конца года

Гостиничный комплекс на Кожевнической улице, в непосредственной близости от Павелецкого вокзала, планируется достроить к концу этого года, сообщил заместитель мэра Москвы по вопросам градостроительной политики и строительства Андрей Бочкарёв.

«С начала года в столице введены в эксплуатацию четыре гостиничных комплекса на 358 номеров. Однако работа по развитию индустрии гостеприимства продолжается. Так, около Павелецкого вокзала появится до конца года гостиничный комплекс на 234 номера», – сказал Андрей Бочкарёв.

Как пояснил руководитель Департамента градостроительной политики Москвы Сергей Лёвкин, на первых двух этажах гостиницы запланированы входные вестибюли, рестораны, несколько многофункциональных конференц-залов, а также административно-технические помещения.

«Гостиничные номера расположены с третьего по 11 этажи. В подземной части предусмотрена парковка на 49 машин», – уточнил Сергей Лёвкин.

<https://hoteliernews.ru/gostinitsu-vozle-paveletskogo-vokzala-postroyat-do-kontsa-goda>

Как дела в Москве? Интервью с Ольгой Бураковой, генеральным менеджером бутик-отеля «Дюжина»

Сейчас в Москве творится что-то оглушительное – на улицах, площадях, в музеях города огромное количество туристов. Да, лето, да, сезон. Но от такого столпотворения за последние годы мы несколько отвыкли. В отелях города трудно найти номера.

Постоянный автор Hotelier.pro в волнении от такого явления, посетив Москву, призвал на интервью Ольгу Буракову, генерального менеджера бутик-отеля «Дюжина» и CEO УК Kinetic Hotel Group, чтобы из первых уст узнать, что «творится» в городе и как бурная ситуация отражается на отеле без девушек в униформе на ресепшене и «фонтана в лобби».

Hotelier.pro: Ольга, такое впечатление, что сейчас наступил год Москвы, год «паломничества» в Москву. После трёхлетней паузы город заполнен, если не переполнен туристами. Что у вас происходит? Наблюдаем ли мы сейчас мощный отложенный спрос на Москву или что-то еще?*

Ольга Буракова: Вы совершенно правы - за последние два года четко прослеживается тенденция роста загрузки отелей и хостелов в Москве, причём даже сезонность перестала быть ярко выраженной. Я бы даже сказала, что сейчас спрос намного больше, чем предложение - в «плохие месяцы» отели теперь заполнены так, как раньше только в самый разгар сезона!

Мне кажется, что длительное время запретов, нестабильной политической ситуации и многих других неблагоприятных для туризма факторов сослужили теперь хорошую службу для Москвы - люди просто соскучились по нашему городу, который позволяет не только решать вопросы по бизнесу, но и открывает перспективы воспользоваться услугами культурно-просветительского туризма!

Существуют общепризнанные факты, способствующие поездкам в Москву, а именно: поездки за границу стали для российских граждан значительно менее

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

Фокус – Москва и столичный регион

доступными в силу политической ситуации, доходы по-прежнему позволяют нашим гражданам путешествовать и отдыхать, наши транспортные сети прекрасно работают внутри страны.

В целом, в Москве интересно находиться. Вспомним слоган одной из самых известных мировых сетей: «Приезжай не пожить - приезжай посмотреть!». Это в полной мере можно отнести к Москве!

Hotelier.pro: Как в такой ситуации обстоит дело у вас в отеле? Загрузка зашкаливает? Нужно повышать тарифы? Или расценки сейчас находятся на оптимальном уровне?

Ольга Буракова: Я очень рада, что наш «отельчик» шагает в ногу с общей загрузкой по Москве, даже опережает ее на маленький шагок!

Апрель и май текущего года превзошли все мои ожидания по загрузке, да и не только мои - я стараюсь общаться со всеми отельерами, управляющими отелями в ЦАО, и у всех загрузка «зашкал»!

Естественно, я применяю динамическое ценообразование, но - в разумных пределах. Если идёт повышение цены в связи с резким ростом загрузки, стараюсь обязательно дать гостю какой-либо бонус или комплимент от отеля, чтобы дело не выглядело так, что «я просто повысила цены, потому что Москва битком», а гость от этого ничего не приобрёл. Вот и креативим всем коллективом - авторские пирожки предлагаем, кофе по-турецки, бесплатные билеты на мероприятия от партнеров и многое другое, чтобы подорожание номера не выглядело «шок-ценой».

Но таких высоких цен, как этой весной, в отеле действительно не было со дня его открытия! Компенсируем возросшие тарифы улучшением сервиса и ещё более персонализированным подходом к каждому гостю!

Hotelier.pro: Ольга, о каких трендах в спросе или поведении туристов можно, на ваш взгляд, сейчас говорить?

Ольга Буракова: С уходом с рынка мировых сетей, которые, конечно, были «амбассадорами» и диктовали свои тренды, сейчас в Москве наблюдается огромный спрос на авторские и независимые отели, так называемые «бутики», куда гости приезжают, прежде всего, за неповторимым пользовательским опытом, эмоциями, ощущениями и атмосферностью.

Впрочем, не надо при этом забывать, что «гости Мариотта» хотят по-прежнему использовать бизнес-холлы, посещать фитнес-клубы и спа-салоны, кушать в хороших ресторанах.

Однако любой небольшой отель может предоставить гостям подобные услуги даже при отсутствии собственной инфраструктуры! Просто надо вести с гостем персональную работу - составлять «карту гостя» ещё до заезда, чтобы удовлетворить его потребности и найти решения по всем его запросам.

Мы, например, так и делаем в нашем отеле. У нас всего 14 номеров и небольшой бар. Но, если гостю нужны переговорные комнаты или конференц-зал или он хочет поплавать в бассейне во время проживания в нашем отеле, мы ему все это предоставим, договорившись с нашими партнёрами заранее.

Hotelier.pro: Какова у вас сейчас глубина бронирования на летние даты?

Ольга Буракова: Сейчас все стало очень индивидуально. Например, в нашем отеле имеются номера люксы - бизнес-люкс и семейный люкс (чего в центре города практически нет и людям приходится снимать два номера, если заезжает семья с детьми, а это уже дороговато). Поэтому наши люксы практически все распроданы до

конца августа! Тем более, что у нас 60% постоянные гости и гостей по сарафану. В силу чего люди не боятся бронировать у нас проживание заранее.

Остальные 40% гостей бронируются в равных долях в течение трёх дней до заезда и от 10 дней и более! Даже онлайн-оплаты с сайта на полную стоимость уже сейчас приходят на конец июля и август. Это даёт мне возможность ещё лучше управлять ценой и планировать спрос!

Но про подарочки гостям при повышении цен ни в коем случае не забываем!

Hotelier.pro: Применяете ли вы методы управляемого овербукинга?

Ольга Буракова: Управляемый овербукинг - моя любимая тема! Это как игра на бирже.

Мы даже создали второй сайт - не люблю виртуальные номера - для того, чтобы не только прогнозировать незаезды и отмены и своевременно их заполнять, но и продавать номера между ранним выездом и поздним заездом! У меня разработан небольшой тренинг по этой теме - осенью думаю выступить на ПИРе с этим вопросом, раскрыв подробно все свои секреты, что нарабатывались годами эмпирическим путём!

Hotelier.pro: О, пошел анонс осенних событий!

Ольга Буракова: Да, осень для отельеров жаркое время и богатое на события**. При всем при том, говоря про управление ценами и загрузкой, не надо забывать про интеграцию с АСУ и ПМС – тогда эффект от техники овербукинга в управлении доходами вырастает в разы!

Hotelier.pro: Ольга, скажите, кто ваши гости?

Ольга Буракова: Приведу цитату: «В гостиницах не бывает скучно. Люди приходят и уходят. Здороваются и прощаются. Это и есть лучшие минуты в жизни. Наименее скучные, во всяком случае. А все, что между ними Правда, большие гостиницы безлики. Там человек слишком тщательно скрывает свои эмоции. Тете кажется, что в воздухе пахнет приключениями, но приобщиться к ним невозможно ...» Это Эрих Мария Ремарк, «Тени в раю».

Я думаю, что уже почти ответила на ваш вопрос по поводу гостей - я хочу, чтобы мои гости все были такими!

А если серьезно, то сейчас появляется новый тренд при рассмотрении ЦА: что важнее - кто эти люди или все-таки какие у них задачи? Давно надо уже перестать делить ЦА на командировочных, бизнес-туристов и путешественников и потом их сегментировать на более мелкие подгруппы. Пора начать писать увлекательное чтиво с названием, например, «Записки одного сумасшедшего отельера», в котором описывать и анализировать все доступные данные о гостях - маркетинговые, операционные, репутационные, данные о гостях конкурентов, рынке, его трендах.... Все это связано в одну цепочку, ни одного звена нельзя выкинуть, иначе все перестанет иметь смысл!

Я именно так и поступаю со своими гостями - они ОЧЕНЬ разные, но все равно портрет один и тот же: это гости, которые любят живое и человеческое общение, ценят профессиональное отношение и полностью доверяют нашей команде, зная, что никакой вопрос мы не оставим без внимания!

Hotelier.pro: Хорошо, а как бронируют вас гости, «любящие живое и человеческое общение»?

Ольга Буракова: Настоящему профессионалу не надо сидеть «на игле Букинга» или подобного ему аккумулятора - надо больше заниматься бизнес-

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

Фокус – Москва и столичный регион

проектированием, собственным маркетингом, продажами, персоналом, сервисом. Только это и есть путь к успеху!

Хотя я тоже пользуюсь услугами популярных ОТА - это не лишнее, ОТА прекрасно дополняют общую картину загрузки! Опять же интересно - какие гости приедут от ОТА. Это и аналитика, и ещё более чёткое понимание твоей ЦА, ее болей и задач. Поэтому отмахиваться от ОТА нельзя, особенно для тех отелей, которые находятся в периоде стартапа - здесь выхода нет, пока ты не наработаешь хоть какую-то базу гостей.

Маркетинг - песня долгая, на всю жизнь отеля....

Сейчас у нас 70% гостей дают сайт, продления, «сарафан», возвраты, постоянные гости и только 30% - это гости от ОТА. Я стараюсь подключить всех партнеров - мне интересны даже те, кто только выходит на рынок: кто они, как будут работать, какие гости от них приедут.

На месте стоять нельзя – это скучно и однообразно!

И ещё к вопросу о контрагентах и сайтах партнеров - здесь даже не вопрос минимизации расходов за счёт уменьшения суммы комиссии, а важно другое: сумеешь ли ты «безликого» гостя, который приехал только на локацию, сделать своим единомышленником, посадить его на «иглу» твоего отеля и не выслушивать от него «а почему так дорого?». Вот что важно!

Важно рассказать новому гостю не про Цену, а про Ценности - ведь именно за них-то он и платит: не за номер, подушки и одеяла...

Hotelier.pro: Очень проникновенно сказано! А вот еще интересно - вы называете себя «бутик-отелем ручной работы». Что это значит?

Ольга Буракова: Дизайн отель «Дюжина» во дворике на Трифоновской улице не похож на большинство центральных отелей: у нас нет привычного ресепшна с девочками в униформе, внушительного лобби с фонтаном, ресторана с авторской кухней...

Вместо этого - номера с авторской мебелью и подлинниками живописи на стенах, неповторимый дизайн от лучших экспертов дизайнерского бюро Наташи Барбье, концепция отеля с преданиями рассказов Гиляровского о старой Москве и огромным желанием собственников и топ-менеджмента отеля «изобрести отель заново», превратить старые офисы IT-компании в современную гостиницу с модным интерьером, отучить гостей от стиля «дорого-богато» и обеспечить почти полную загрузку на момент текущего времени.

Наш отель находится на постоянном «ручном управлении», это только кажется, что 14 номеров - ерунда, что там делать, чем управлять ...Не имеет значения, сколько номеров -14 или 50 - «ручная» работа с каждым гостем требует ежедневных огромных усилий, надо постоянно держать высокую планку!

Если вы начали строить прекрасный Дом, то на уровне ремонта, дизайна или оснащения дело не заканчивается - наоборот, после запуска Дома все только начинается!

Hotelier.pro: Почему на ваш взгляд практически все эксперты говорят о большом будущем бутик-отелей?

Ольга Буракова: Еще лет пять тому назад, когда я окончательно освоилась и укрепились в гостиничном бизнесе, прочитала много разных профессиональных и умных книг, поняла, что такое бутик-отели, сама открыла парочку, посмотрела, какие там гости и как все это работает, возьму на себя смелость заявить: да, будущее за бутик-отелями!

А сейчас подкреплю это утверждение фактами:

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

Фокус – Москва и столичный регион

С 2020 года жизнь и общество чудовищно изменились и продолжают меняться, порой далеко не в лучшую сторону. Люди напуганы, разобщены, где-то даже озлоблены, сбиваться вместе боятся, да и не хотят - слишком у всех разные интересы! Но при этом возрос спрос на особую персонализацию и конфиденциальность, высокий уровень сервиса и предупреждение желаний, объединение в «клубы по интересам».

Я бы ещё к слову «бутик» стала добавлять «клуб»: «клуб-бутик-отель». Наверное, к этому мы скоро придём - я четко это вижу по гостям нашего отеля. Поэтому эксперты правы на сто процентов: гостям останется лишь выбирать - большие сетевые гостиницы или бутики - третьего не дано.

Hotelier.pro: Для примечательного, интересного отеля – такой как ваш - локация, на ваш взгляд, не очень важна? Или все-таки важна?

Ольга Буракова: Ох уж эта локация! Перед открытием отеля ты должна четко понимать: если локация не очень, для КОГО ты открываешь этот отель?

Если это понимание есть, бояться нечего - твой гость мимо тебя не проедет!

Просто немного больше сил, мозгов и денег надо будет потратить на маркетинг. Но если условия приобретения помещения оказались «шоколадными» и ремонт получилось сделать хотя бы со второго раза, то удача в кармане - можно смело открываться и не переживать о загрузке и сроках окупаемости!

*Популярности Москвы во многом способствовали правильная стратегия продвижения города и активные действия Комитета по туризму Москвы.

<https://hotelier.pro/interviews/item/kak-dela-u-otelya-bez-devushek-v-uniforme-na-resephene-intervyu-s-olgoy-burakovoy-generalnym-menedzherom-butik-otelya-dyuzhina-i-ceo-uk-kinetic-hotel-group/>

Гостиничный комплекс на 75 номеров построят в Подмосковье

Комплекс построят в Сергиево-Посадском округе, инвестиции составят 450 млн рублей, сообщили в пресс-службе министерства инвестиций, промышленности и науки Московской области во вторник.

«Компания «Стрелецкая слобода» получила в аренду участок в Сергиево-Посадском городском округе Подмосковья по упрощенной процедуре — без проведения торгов. На участке инвестор построит гостиничный комплекс с номерным фондом порядка 75 номеров. Инвестиции составят 450 млн рублей», — привели в пресс-службе слова зампреда регионального правительства — министра инвестиций, промышленности и науки Екатерины Зиновьевой.

Площадь гостиничного комплекса, который предполагается построить, — 3,8 тыс. кв. м.

<https://hoteliernews.ru/gostinichnyy-kompleks-na-75-nomerov-postroyat-v-podmoskove>

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Минэкономразвития предложило передать санатории частным инвесторам

Министерство выступило с инициативой продажи нуждающихся в реконструкции санаториев, находящихся в федеральной собственности, через открытый конкурс. Такая мера позволит вернуть объекты санаторно-курортного комплекса на рынок и создаст дополнительный драйвер для развития курортов.

На сегодняшний момент в Кавминводах находится 124 санатория, 40% из которых нуждаются в реконструкции.

По данным администрации Ставропольского края, для приведения этих санаториев в порядок, потребуется порядка 50 млрд рублей из бюджета. При этом, по оценкам Минэкономразвития, реальная потребность гораздо выше.

На курортах Ставрополя – Кавказских Минеральных Водах – есть примеры успешной реализации предложенной Минэкономразвития схемы обновления объектов через передачу в собственность региона с дальнейшим привлечением инвесторов. Это здравницы «Академический» и «Главные нарзанные ванны» в Кисловодске, «Источник» в Ессентуках. Сегодня реконструкции ждут «Ленинские скалы» в Пятигорске, имени Димитрова и имени Орджоникидзе в Кисловодске и многие другие.

<https://hoteliernews.ru/minekonomrazvitiya-predlozhilo-peredat-sanatorii-chastnym-investoram>

Проживание в гостиницах Татарстана за год подорожало на 15%

За январь – апрель 2023 года услугами гостиниц и других коллективных средств размещения Татарстана воспользовались 739 660 человек. Это на 5% больше, чем за аналогичный период прошлого года.

В мае 2023 года зафиксировали рост цен на услуги гостиниц и других средств размещения. В годовом выражении он составил 12,29%.

По отношению к декабрю 2022 года стоимость проживания в татарстанских гостиницах вырос на 16%. По сравнению с апрелем этого года, он почти не изменился – уменьшился на 0,34%, следует из отчета Министерства экономики республики, составленного по данным Татарстанстата.

<https://hoteliernews.ru/prozhivanie-v-gostinitsah-tatarstana-za-god-podorozhalo-na-15>

Реализация проекта каспийского прибрежного кластера значительно увеличит число отелей в Дагестане

Более 100 гостиниц с общим номерным фондом почти на 5 000 номеров планируют построить во время реализации проекта кластера. Об этом сообщил министр экономического развития РФ Максим Решетников на совещании по развитию туризма в России. Прочитируем министра:

«Вместе с Дагестаном разработали концепцию Каспийского прибрежного кластера. Предлагается создавать его этапами, начать с северной части Дербентского района. Есть земельные участки на единой территории в 200 гектаров, делаем мастер-план будущего морского курорта. Он будет включать размещение более 100 объектов: гостиниц почти на 5 тысяч номеров (10% от действующего номерного фонда всего СКФО), спортивных, развлекательных объектов, гавани».

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

Дополнительно сообщается о планах корпорации «Кавказ.РФ» инвестировать 10 миллиардов рублей в развитие инженерной инфраструктуры. Средства будут направлены на подведение к курорту электричества и газа. Также будут проведены работы по улучшению транспортной доступности кластера. Работы по проектированию инженерной инфраструктуры стартуют осень текущего года. Строительство объектов запланировано на 2024 год.

<https://hotelier.pro/news/item/realizatsiya-proekta-kaspiyskogo-pribrezhnogo-klastera-znachitelno-uvlichit-chislo-oteley-v-dagestane/>

В России развивается тренд на создание исторических гостиниц

На фоне развития внутреннего туризма в России туристический рынок испытывает большой интерес к знаковым историческим объектам с богатым прошлым. Поэтому сейчас актуально создание отелей в соответствующих локациях, рассказала «Известиям» глава архитектурного бюро Mad Architects Мария Николаева.

«Люди всё чаще нацелены на отдых, который не привязан к широкой культурной программе, а связан с определенным местом с уникальным колоритом», — сказала она.

По словам руководителя архитектурного бюро T+T Architects Сергея Труханова, для архитектора работа с историческими зданиями — интересное направление на российском гостиничном рынке.

В РФ таких проектов, реализованных на профессиональном уровне, пока мало, поскольку обычно инвестиции в них окупаются слишком долго, сказал он. Кроме того, инвесторов, готовых довести до финала концептуально интересный проект, но по цене в три, а то и четыре новых обычных отеля, крайне мало, добавил эксперт.

<https://hoteliernews.ru/v-rossii-razvivaetsya-trend-na-sozdanie-istoricheskikh-gostinits>

Объем инвестиций в проект AZIMUT Парк Отель Анапа 4* составит 5,7 млрд рублей

Крупнейшая российская гостиничная сеть AZIMUT Hotels откроет новый объект в Анапе. На сегодняшний день подписано соглашение о сотрудничестве между AZIMUT Hotels и ADM group по развитию гостиницы AZIMUT Парк Отель Анапа 4* в составе курортного комплекса «Лучи» в центре города на улице Дружбы.

Номерной фонд отеля под управлением AZIMUT Hotels составит около 900 номеров. Объем инвестиций составляет в общей сложности 5,7 млрд рублей.

Срок реализации проекта — 2023-2026 гг. Объем инвестиций составляет в общей сложности 5,7 млрд рублей и с появлением гостиницы будет создано несколько сотен рабочих мест. В состав многофункционального курортного комплекса войдут гостиница и апартаменты, а сам комплекс будет оснащен всей необходимой инфраструктурой: точками питания различного уровня и формата, развлекательными и торговыми объектами. Также на территории запланировано строительство большого всесезонного аквапарка площадью 25 тыс. кв.

В непосредственной близости от гостиничного кластера планируется строительство мультимодального транспортного пересадочного узла, совмещающего в себе ж/д вокзал, автовокзал, аэроэкспресс и перехватывающий паркинг. В самой гостинице будут расположены рестораны и конференц-центр с залами вместимостью до 500 человек.

«Несмотря на существующие сложности с логистикой, турпоток в Анапу ощутимо растет и мы очень позитивно оцениваем перспективы развития курорта.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Появление многофункционального комплекса с богатой инфраструктурой и гостиницы, отвечающей высоким стандартам AZIMUT Hotels, позволит предоставить нашим дорогим гостям качественное и комфортное размещение, отвечающее всем требованиям современных путешественников», — отметил генеральный директор сети AZIMUT Hotels Максим Бродовский.

«Присутствие ключевого российского гостиничного оператора AZIMUT Hotels задаст высокую планку управления для всего гостиничного кластера и станет драйвером для развития нового всесезонного курорта в Анапе», - отметил управляющий партнер ADM group Георгий Бердичевский.

<https://welcometimes.ru/news/obem-investiciy-v-proekt-azimut-park-otel-anapa-4-sostavit-57-mlrd-rublej>

Azimut Hotels получила землю под строительство отеля в Карелии

Республиканские власти передадут компании три земельных участка общей площадью около 118 тысяч квадратных метров в районе приладожского поселка Хелюля. Как говорится в распоряжении главы Карелии Артура Парфенчикова, компания получит землю без торгов для строительства трехзвездочного отеля на 120 номеров, который будет управляться гостиничной сетью «Azimut Hotels».

Соглашение о строительстве гостиничного комплекса было подписано между Правительством Республики Карелия и компанией «Азимут Девелопмент» в рамках ПМЭФ-2023.

Стоимость строительства отеля в Сортавале может составить 2,5-3 миллиарда рублей.

<https://hoteliernews.ru/azimut-hotels-poluchila-zemlyu-pod-stroitelstvo-otelya-v-karelii>

Cosmos Hotel Group откроет отель на курорте «Мацеста»

Cosmos Hotel Group, входящая в группу АФК «Система», взяла в управление отель на крупнейшем в России бальнеологическом курорте «Мацеста», он откроется в середине 2024 года, сообщает компания.

«Гостиничный портфель Cosmos Hotel Group пополнится новым объектом, взятым в управление, — на крупнейшем в России бальнеологическом курорте «Мацеста» откроется Cosmos Macesta Park Hotel. В настоящее время проект находится на этапе строительства и планируется к открытию в середине 2024 года. Здание спроектировано согласно международным требованиям и стандартам, отвечает критериям 4-звездочного отеля», — говорится в сообщении.

Отель будет рассчитан на 120 номеров и расположен в 600 метрах от оборудованного пляжа. «Порядка 30% площади комплекса будет отдано инфраструктуре, которая включает в себя открытый подогреваемый и крытый бассейны, спа-зону, тренажерный зал, конференц-зал на 50 человек, а также видовой панорамный ресторан a la carte на 10 этаже отеля. Ресторан будет доступен не только для гостей отеля, но и для всех желающих», — добавили в Cosmos Hotel Group.

<https://hoteliernews.ru/cosmos-hotel-group-otkroet-otel-na-kurorte-matsesta>

Cosmos Omsk Hotel прошел проверку Госэкспертизы

Четырехзвездный отель «Cosmos Omsk Hotel», который расположен на набережной Тухачевского успешно прошел проверку Госэкспертизы. Федеральное автономное учреждение «Главное управление государственной экспертизы» выдало

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

Фокус – Москва и столичный регион

положительное заключение проектной документации и результатам инженерных изысканий.

Проектную документацию подготовило ООО «Мост», застройщиком гостиницы выступает ООО «Космос Отель Омск». Открытие отеля на 190 номеров, намечалось на июнь 2023 года. Заявленный объем инвестиций на начало строительства достигал суммы порядка 750 млн рублей.

<https://hoteliernews.ru/cosmos-omsk-hotel-proshel-proverku-gosekspertizy>

Санаторий Долина Нарзанов г. Нальчик победил в номинации «Отпуск для здоровья» премии «Маршрут построен»

Санаторий избран лучшим направлением для оздоровительного и медицинского туризма. Об этом сообщает пресс-служба компании. «Мы рады сообщить, что санаторий сети AZIMUT Hotels Долина Нарзанов г. Нальчик выиграл в номинации “Отпуск для здоровья” в рамках премии “Маршрут построен” 2022-2023, организованной Издательским домом “Комсомольская правда”, – говорится в сообщении.

Номинация «Отпуск для здоровья» была призвана определить лучшее направление для оздоровительного и медицинского туризма на основе таких критериев, как: лечебная база высокого уровня, уникальные предложения для оздоровления организма, профессиональные награды, наличие дополнительных туристических и развлекательных возможностей, а также специальные условия для детей и семейного отдыха. В компании отмечают, что небольшой санаторий Долина Нарзанов г. Нальчик и его команда впервые вышли в финал такого значимого для туристической отрасли конкурса.

“Команда санатория работает над постоянным повышением уровня сервиса, что высоко оценивается гостями. Объект расположен в колоритном регионе, где царят кавказское гостеприимство и радушие, а наши сотрудники вовлечены в общее дело сети AZIMUT Hotels – улучшать качество жизни и отдыха и расширять горизонты путешественникам и гостям России. Спасибо за оказанную поддержку и каждый голос!” – добавляют в AZIMUT Hotels.

<https://welcometimes.ru/news/sanatoriy-dolina-narzanov-g-nalchik-pobedil-v-nominacii-otpusk-dlya-zdorovya-premii-marshrut>

В подмосковном санатории «Буря» появились лесные бунгало

На территории санатория «Буря» (г. Сергиев Посад), входящего в крупнейшую российскую гостиничную сеть AZIMUT Hotels, появился новый вариант размещения – комфортабельные бунгало в лесном массиве. Это уникальная возможность совместить оздоровительный туризм с отдыхом на природе всего в 80 км от столицы. Гостям доступны бунгало в категориях «Стандарт», «Комфорт» и «Семейный» (до 4-х человек), проживая в которых они имеют возможность воспользоваться инфраструктурой санатория.

«Сегодня всё большей популярностью среди путешественников пользуются всевозможные варианты размещения на природе. Видя это, сеть AZIMUT Hotels решила расширить этот тренд и предоставить не просто возможность отдыха на природе, но совместить отдых с возможностью восстановить силы, воспользовавшись спортивной и медицинской инфраструктурой санатория «Буря». Теперь, остановившись в уютном бунгало в сосновом лесу, можно сходить в бассейн, сыграть в большой теннис, посетить массаж и другие медицинские процедуры. Уверены, что бунгало будут пользоваться большим спросом у москвичей и гостей региона», – отметил генеральный директор сети Максим Бродовский.

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

Фокус – Москва и столичный регион

В каждом бунгало есть Wi-Fi, душ и небольшая оборудованная кухня с раковиной, электрокомфоркой и мини-холодильником, а также собственная терраса и прилегающая мангальная зона, а на стойке приема и размещения есть возможность взять в аренду набор для барбекю. Удобный подъезд к бунгало позволяет без проблем добраться до места размещения и припарковать автомобиль.

Санаторий «Буран» расположен в густом смешанном лесу недалеко от православной жемчужины Золотого кольца города Сергиев Посад и Троице-Сергиевой лавры, входящей в список Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО. От Москвы до санатория можно доехать всего за полтора часа.

<https://hoteliernews.ru/v-podmoskovnom-sanatorii-buran-poyavilis-lesnye-bungalo>

Zont Hotel Group заменит Accor в проекте на острове Русский

Компания Zont Hotel Group возьмет на себя управление четырехзвездным отелем, который строится в рамках нового инвестиционного проекта «Аква Парадайз» на острове Русский во Владивостоке. Российская управляющая компания уже подписала арендный договор, заняв место французского бренда Accor, приостановившего деятельность в стране. Название отеля будет утверждено позднее.

Финансирование проекта будет осуществляться с участием государственных корпораций Туризм.РФ и ВЭБ.РФ при содействии Министерства РФ по развитию Дальнего Востока и Арктики и Минстроя РФ. Помимо отеля при аквапарке, призванном стать главной точкой притяжения, в состав масштабного развлекательно-туристического комплекса войдут IT-парк, спортивно-оздоровительный центр, торговые галереи и многое другое. Общие инвестиции в создание комплекса составят около 15 млрд рублей.

Отель позволит гостям Приморского края с комфортом разместиться в шаговой доступности от всех объектов комплекса. Его вместимость составит более 300 номеров, рассчитанных как на бизнес-путешественников, так и на семейный отдых. Общая площадь отеля – 31 000 кв. м, он будет оснащен парковкой на 96 парковочных мест. Компания Zont Hotel Group в настоящее время успешно управляет почти двумя десятками отелей в разных городах России – этот опыт позволит ей управлять построенным инвесторами на острове Русский отелем по мировым стандартам. ZONT Hotel Group сможет предоставить высокий уровень гостиничных услуг без участия иностранных игроков.

В настоящее время проект находится на стадии финализации концепции и подготовки проектной документации. Его развитие будет проходить в два этапа: на первой стадии планируется возвести аквапарк с гостиницей, торгово-развлекательным комплексом и фудкортами, а также спортивно-оздоровительным центром, главной площадью и парково-прогулочной зоной. Второй этап включает создание благоустроенной прибрежной полосы, видовых площадок.

Предполагается, что отель начнет принимать гостей в 2026 году.

<https://hoteliernews.ru/zont-hotel-group-zamenit-accor-v-proekte-na-ostrove-russkiy>

4. Юридический практикум и вопросы гостиничной безопасности

ВТБ: мошенники используют бренд Booking для кражи денежных средств

Сервис ушел из России, но это не смущает ни злоумышленников, ни их жертв.

Персональные данные и денежные средства россиян попадают в руки мошенников, которые рассылают фишинговые ссылки для оценки услуг сервиса Booking. Такую активность зафиксировал ВТБ. Об этом сообщает РБК 20 июня.

«Злоумышленники используют сервис бронирования отелей как приманку в своем новом гибридном сценарии. Они создают группу в мессенджерах или отправляют СМС, в котором предлагают оценивать сервис бронирования и фотографии отелей на сайте Booking», — рассказали представители банка.

В сообщениях мошенников есть ссылки на телеграм-каналы: пользователям обещают, что перейдя по ним, можно будет обсудить условия этой работы со своим «персональным менеджером». Однако при переходе по ссылке они обнаруживают уже другое предложение: помощь в продажах онлайн-магазинам. В день сулят до десятков тысяч рублей дохода.

Потом пользователю присылают ссылку на фишинговый сайт, где необходимо пройти регистрацию — а для этого просят ввести личные данные: ФИО, номер телефона и email. А после регистрации предлагают «внести определенную сумму на указанный счет, чтобы начать выполнять задания по оценке различных товаров онлайн-магазинов». Мошенники обещают, что к концу дня сумма внесенных денег вырастет в 2-3 раза. Однако вывести свои средства уже не удастся.

Вероятнее всего, на такую удочку попадаются в основном те пользователи, которые мало путешествуют и до сих пор не в курсе, что международный сервис Booking.com ушел из России, говорят представители туротрасли. Ну, и конечно в любом случае не стоит переводить свои денежные средства ни по одной ссылке, в которой вы не уверены, добавляют юристы.

https://profi.travel/news/57522/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_26782_210623

Собственник Azimut Hotels обжаловал в суде изъятие акций сети

Владелец гостиничной компании Azimut Hotels Александр Клячин подал апелляцию на решение Замоскворецкого районного суда об изъятии акций гостиничной сети Azimut Hotels по делу нефтяной компании «Русь-ойл». Это следует из материалов суда.

Клячин был привлечен в качестве соответчика по делу о неуплате налогов «Русь-ойл» в апреле 2023 года.

«Александр Клячин не имеет никакого отношения к событиям, являющиеся предметом разбирательства в указанном деле, что, кроме прочего, подтверждено самим обжалуемым решением Замоскворецкого районного суда. Ввиду отсутствия каких-либо фактических и юридических оснований для привлечения его к ответственности по недоимке третьих лиц, апелляционная жалоба направлена на отмену решения суда в части, касающейся Александра Клячина», — подтвердил подачу апелляции представитель бизнесмена.

<https://hoteliernews.ru/sobstvennik-azimut-hotels-obzhaloval-v-sude-izyatie-aktsiy-seti>

Туристы засудили оператора за неравнозначную замену отеля по «ковидному» туру

Клиентам пришлось доплатить за новый отель, но он оказался значительно хуже первоначального.

Гагаринский районный суд города Москвы 16 июня вынес решение в пользу туристов, которые остались недовольны заменой отеля по «ковидному» туру. Рассмотрение растянулось на шесть заседаний, в ходе которых истцам пришлось доказывать неравнозначность турпродукта, рассказали в компании «Юристы для турбизнеса Байбородин и партнеры», которая и вела дело.

Согласно исковому заявлению, туристы с детьми забронировали тур в Турцию, в отель 5 звезд напрямую у туроператора (в компании не стали называть компанию). Поездка была запланирована на лето 2020 года, но из-за начала пандемии коронавируса, закрытых границ и запретов на вылеты из РФ тур пришлось перенести на 2021 год. Средства были сохранены на депозите у туроператора.

Туристы согласовали перенос тура, но туроператор в одностороннем порядке заменил отель. Туристов замена не устроила, и в результате переговоров они выбрали отель с доплатой. По информации и заверению сотрудника туроператора, отель являлся равнозначной заменой выбранному ранее.

Однако после приезда в отель у туристов возникло к нему много нареканий. В частности, отель явно не соответствовал предоставленной туроператором информации. Объект не предназначался для семейного отдыха, а концепция была спортивная. Кроме того, он не соответствовал уровню 5*.

«Сотрудники на ресепшн также были удивлены выбору отеля. По их словам, отель популярен у клиентов из России и Германии, но они в основном занимаются теннисом (тут много теннисных кортов) и им не так важны условия проживания. Дети тут тоже, в основном, из спорт секций», — рассказал представитель «Байбородин и партнеры».

Все время проживания в отеле туристы предпринимали попытки переехать в более подходящий, но из-за высокого спроса это не представлялось возможным. Отпуск пришлось завершить досрочно из-за отравления детей в отеле. Туристы за свой счет приобрели обратные билеты, так как туроператор отказался сокращать отпуск.

После возвращения туристы отправили туроператору претензию. Она осталась без ответа и тогда они приняли решение идти в суд.

«Важно отметить, что Роспотребнадзор по РФ, по ЮВАО г. Москвы отказался защищать интересы туриста со ссылкой на большое количество документов и мораторий. Тогда турист решил обратиться к Уполномоченному по правам человека в Москве и Уполномоченному по правам ребенка, добиваясь через них иска в суд от Роспотребнадзора, но и там ему отказали. „Байбородин и партнеры“ не была первой юридической фирмой, куда обратились клиенты. До этого они были на консультациях у наших коллег, которые убеждали их, что дело проигрышное», — рассказали юристы.

В качестве компенсации туристы требовали от оператора возврата 50% стоимости тура, возмещение убытков за покупку новых обратных билетов, а также моральный вред, неустойку за отказ в досудебном удовлетворении, а также юридические услуги.

«Компания составила две претензии к Туроператору, с жалобами в госорганы, двум Уполномоченным по правам человека и ребенка, подготовила иск в суд, а также организовала переговоры с Туроператором, предполагая мировую. К сожалению, Ответчик игнорировал наши предложения, а мировое соглашение принес уже на судебное заседание. Но его условия не устроили туристов, —

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

Фокус – Москва и столичный регион

рассказали в „Байбородин и партнеры“. — Кроме того, нам пришлось собрать информацию об отелях, чтобы подтвердить их неравнозначность».

Итогом шести судебных заседаний стало решение суда уменьшить цену тура на 50%, взыскать с туроператора неустойку, штраф, моральный вред, убытки за покупку авиабилетов, госпошлины, иные расходы, плюс юридические услуги. Туристов решение устроило. О планах туроператора — исполнять решение или обжаловать его — пока ничего не известно.

https://profi.travel/news/57529/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_26805_220623

В МЧС сообщили о тушении пожара в гостевом доме в центре Иркутска

Короткая ссылка 21 июня 2023, 08:07

Пожар в гостевом доме в Иркутске ликвидировали, сообщили в региональном управлении МЧС России.

В результате пожара никто не пострадал. Причины происшествия выясняются.

https://russian.rt.com/russia/news/1164625-mchs-irkutsk-pozhar?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop

5. Гостиничный рынок за рубежом

В Беларуси подготовили план обязательной сертификации отелей

Проект постановления правительства, предусматривающий поэтапное введение обязательной сертификации, начиная с гостиниц и аналогичных средств размещения с большим номерным фондом.

Предлагаемый график сертификации выглядит так:

— в 2024 году должны быть сертифицированы средства размещения с количеством номеров от 71 и выше.

— В 2025 году предстоит сертификация средств размещения с количеством номеров от 31 до 70.

— В 2026 году должны определиться со своим статусом и категорией средства размещения с количеством номеров от 11 до 30.

— На 2027 год отложена сертификация отелей с количеством номеров до 10.

Такая градация обусловлена необходимостью в первую очередь сертифицировать гостиницы, которые могут осуществлять прием автобусных туров (как правило, в одном автобусе туристического класса находится группа 45–50 человек)», — говорится в обосновании.

Проект предусматривает корректировку Правил гостиничного обслуживания в Беларуси, утвержденных постановлением Совмина № 471, и постановления № 849 «О некоторых вопросах подтверждения соответствия в Национальной системе подтверждения соответствия Республики Беларусь».

В эти документы вносятся такие изменения:

- ведение деятельности гостиниц при наличии сертификата соответствия Национальной системы подтверждения соответствия Республики Беларусь;

- дополнения соответствующим видом услуг перечня объектов обязательного подтверждения соответствия Национальной системы подтверждения соответствия.

Одновременно проект вносит изменения в Правила гостиничного обслуживания с учетом практики возникновения правоотношений по оказанию гостиничных услуг.

С 1 октября 2020 года в Беларуси действует национальный стандарт на услуги гостиниц СТБ 2577-2020 «Услуги гостиниц и аналогичных средств размещения. Общие требования и классификация», который устанавливает общие требования к гостиницам и аналогичным средствам размещения различных организационно-правовых форм собственности и к оказываемым в них услугам, требования к классификации, порядок классификации. Стандарт может быть применен при классификации гостиниц для целей их сертификации.

<https://hoteliernews.ru/v-belarusi-podgotovili-plan-obyazatelnoy-sertifikatsii-oteley>

Бронирование отелей за рубежом подорожало за год на 16%

Забронировать ночь в зарубежном отеле летом 2023 года стало дороже в сравнении с прошлым годом на 16%. Средняя цена такой услуги увеличилась до 8100 рублей, при этом самые доступные номера туристам предлагают в Таиланде и Киргизии, а самые дорогие — во Франции, к таким выводам пришли специалисты сервиса онлайн-бронирования отелей.

В частности, отели в Таиланде в среднем стоят 4 200 рублей за ночь, в Киргизии — 4400 рублей, в Белоруссии — 4900 рублей, в Грузии — 5300 рублей, в Узбекистане и Абхазии — по 5500 рублей.

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

Фокус – Москва и столичный регион

В диапазоне от 6000 до 8000 рублей можно снять номер в отелях Казахстана, Армении, Азербайджана, Египта и Венгрии. При этом Венгрия остается самым доступным для россиян местом отдыха в Евросоюзе.

За размещение на Кипре и в Греции туристам придется отдать около 9000 рублей за ночь, в Турции — до 9500 рублей, Китае и ОАЭ — почти 11000 рублей. Дороже всего жить в отелях Западной и Южной Европы. Ночь в Испании бронируют в среднем за 11600 рублей, в Италии — 12200 рублей, во Франции — 18000 рублей.

Россияне чаще всего выбирают отели категории три звезды (доля таких средств размещения — 25%), четыре звезды (18%), отели без звезд (18%) и апартаменты (16%). Бронирования в пятизвездочных гостиницах занимают 6% от общего числа броней, в гостевых домах — 5%, в двухзвездочных отелях — 4%.

<https://hoteliernews.ru/bronirovanie-oteley-za-rubezhom-podorozhalo-za-god-na-16>

6. Полезное и интересное для отеля

Ревеню и продажи до открытия отеля

Когда говорят о ревеню-менеджменте в гостеприимстве, чаще всего представляют уже работающий отель, где идет текущая работа по улучшению показателей отеля либо внедряются новые принципы управления доходом.

Работа ревеню-менеджера не ограничивается только функционирующими объектами, она может и должна начинаться гораздо раньше. К сожалению, очень немногие отели привлекают менеджера по управлению доходом до открытия отеля, хотя это может помочь избежать неверных решений и упущенной выгоды на самом старте.

Но давайте для начала кратко перечислим основные функции, которые входят в зону ответственности ревеню-менеджера в уже работающем объекте:

Статистика и аналитика. Обычно ее ставят в конец списка, но на самом деле это одна из самых важных составляющих работы менеджера по управлению доходом. Только на основе точных и верно интерпретированных данных и анализа можно принять правильные и обоснованные решения по политике продаж отеля

Стратегия и политика продаж. Исходя из бизнес-целей отеля, реализуемых пожеланий собственника и целевой аудитории, ревеню-менеджер определяет плановые показатели по среднему тарифу, загрузке, выручке на доступный номер, а также формирует бизнес-микс и правила, по которым будут осуществляться продажи отеля как в онлайн-каналах продаж, так и в офлайн-сегментах

Тарифная политика. Менеджер по управлению доходом формирует тарифную сетку и правила применения тарифов.

Тарифная сетка включает в себя:

- уровни цен,
- разницу и зависимости между категориями номеров, одноместным и двухместным размещением, включенными в тариф дополнительными услугами
- пакеты и специальные тарифы

Прогнозирование и бюджетирование. Ревеню-менеджер прогнозирует доходную часть бюджета отеля в краткосрочном и среднесрочном периоде и строит модель на долгосрочную перспективу, а также формирует бюджет по своим статьям расходов

Ежедневное управление доходом. Сюда входят:

- динамическое ценообразование
- оценка эффективности работы ОТА, прямых продаж
- работа с групповыми и корпоративными запросами
- контроль доступности номеров
- отслеживание конкурентов
- отслеживание спроса и событий, влияющих на него

Взаимодействие с маркетингом и продажами. Только при совместной и слаженной работе возможно достижение максимальной эффективности продаж. В малых объектах при достаточной квалификации ревеню-менеджер может покрывать большую часть функционала маркетолога и менеджера по продажам

Отчетность. Ревеню-менеджер на регулярной основе визуализирует данные статистики и анализа и рассказывает о достигнутых результатах собственнику или GM, а также смежным отделам.

Но работа ревеню-менеджера может и должна начинаться гораздо раньше.

Давайте разберем, что нужно учесть с точки зрения управления доходами до открытия отеля:

Уже на этапе выбора локации можно обратиться к ревеню-менеджеру для дополнительного анализа. С чем может помочь специалист:

1. Оценить динамику спроса в этом месте

Нужно изучить, наблюдается ли сезонность в данной локации, различается ли спрос в зависимости от дней недели, событий и других факторов. Это поможет сформировать верные ожидания по загрузке объекта и верно спланировать доходную часть, а также сформировать стратегию продаж – в какие даты работать со средним тарифом, а в какие – стимулировать загрузку.

Также нужно посмотреть тренды по популярности направления в последние годы – здесь могут помочь открытые данные по статистике от Ростуризма. Так можно понять потенциал этой локации: есть ли возможности для роста или нужно сосредоточиться на выигрывании доли рынка у конкурентов

2. Изучить точки притяжения поблизости

Это могут быть достопримечательности, деловые или культурные площадки, транспортные узлы. Это поможет определиться с целевой аудиторией, датами повышенного спроса, потенциальными корпоративными клиентами, местами и формулировками размещения рекламы

3. Оценить количество конкурентов

Чем больше отелей в этом месте, тем больше там спрос, но и тем сложнее будет конкурировать и привлекать гостей в провальные даты

Следующим шагом обычно следует выбор концепции объекта. На данном этапе основной задачей для менеджера по управлению доходом будет более детальный анализ рынка и конкурентов. Что в него входит:

1. определение основных сегментов рынка в заданной локации.

Здесь нужно изучить, какие типы объектов представлены на рынке: отели – с каким номерным фондом и какой звездности, гостевые дома, апартаменты, для загородных объектов – базы отдыха, коттеджные поселки, глэмпинги, кемпинги, курортные комплексы, санатории. Также нужно оценить объем каждого из сегментов. По этим данным можно понять, все ли возможные типы объектов представлены, возможно, есть ниша для какого-то формата. Либо какой-то из форматов особенно востребован и стоит добавить предложение по нему.

Конечно, выбор формата должен согласовываться с желаниями собственника и возможностями бюджета, но вместе с тем, ревеню-менеджер может объективно показать, что какой-то формат не востребован потребителем, и может оказаться unsuccessful и вовремя переориентировать собственника на другой формат.

2. выбор ключевых игроков и их анализ

После выбора формата размещения нужно определить основных игроков этого же формата на рынке и провести их анализ. Лучше всего в этом случае подойдет SWOT-анализ, где исследуются сильные и слабые стороны вас и

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

Фокус – Москва и столичный регион

предполагаемых конкурентов, и ваши возможности для отстройки. В идеальном варианте при таком анализе исследовать не только онлайн-пространство (сайты объектов, странички в каналах продаж, картах, соцсетях, репутацию), но и побывать в этих объектах в качестве гостя – так можно будет пройти весь путь потенциальных клиентов и выявить какие-то узкие места или вопросы, которые можно сразу учесть и решить до открытия своего объекта.

3. изучить потенциальных гостей

В широком смысле это больше задача маркетолога, но в наше время и ревеню-менеджер должен обладать такими навыками. Важной информацией для маркетолога будет понимание, каковы основные сегменты аудитории, оценка платежеспособности гостей, демографические данные, основные интересы аудитории в локации, примерная длительность поездок. Где взять эту информацию? Тут опять поможет анализ конкурентов, их сайтов и соцсетей, изучение поисковых запросов по локации, бизнес-активностей и туристических продуктов рядом.

4. выбрать сегмент будущего отеля, его позиционирование и глобальную стратегию продаж

на основе полученных в предыдущих пунктах данных.

На этапе финансового планирования ревеню-менеджер детально оценивает и прогнозирует потенциальный доход отеля.

Что стоит сделать на этом этапе:

- *изучить статистику по загрузке и средним тарифам по региону за прошлые периоды*

Официальную статистику можно посмотреть на сайте Росстата. Тут нужно отметить, что Росстат дает информацию только по коллективным средствам размещения и без разбивки по звездности и объему номерного фонда.

Более узкой информацией будут открытые отраслевые каналы и сообщества. Это могут быть: онлайн-каналы продаж (но каждый из них дает информацию только по своим данным, конечно); системы управления отелем (опять же, каждая система дает информацию по объему бронирований, проходящих через нее), компании-эксперты по управлению доходом и бенчмаркингу.

Действующий ревеню-менеджер, скорее всего, следит за новостями в индустрии, посещает отраслевые мероприятия и имеет контакты в этой среде, поэтому может обладать совокупной и актуальной информацией по рынку.

- *проанализировать цены конкурентов на будущие периоды*

Это можно сделать с помощью специального инструмента – Rate Shopper или собрать вручную на нескольких открытых источниках: официальный сайт, OTA, карты. Второй вариант занимает гораздо больше времени и сил, но при этом он бесплатен. В качестве бонуса можно оценить, как представлены конкуренты на каждом канале, какова их политика продаж, какие предложения и пакеты представлены для гостей.

- *разработать тарифную сетку и политику продаж для своего объекта.*

Здесь можно будет учесть данные, полученные на предыдущих этапах и выделиться среди конкурентов.

- *сделать прогноз по доходной части на год, по возможности представить модель на более долгий период*

На этапе предоткрытия начинается техническая подготовка к продажам. Очень важно тут настроить все правильно и четко, чтобы избежать ошибок на запуске продаж.

Какие задачи закрывает здесь менеджер по управлению доходом:

- *выбор PMS (системы управления отелем) для объекта*

Опытный ревеню-менеджер поможет выбрать систему, подходящую под задачи конкретного объекта без ненужных вложений. Помимо вопросов безопасности и общго удобства использования, важными критериями выбора для эффективного управления доходом будут возможности гибкой настройки тарифов и предложений, база или конструктор отчетов и возможности интеграции с внешними системами, в идеале открытый API.

- *настройка онлайн-каналов продаж*

Здесь нужно выбрать и подключить ченнел-менеджер, в котором есть нужные каналы продаж, заключить контракты с последними и настроить каждый из каналов. Важно помнить, что качества заполнения профиля отеля и правильности настройки будет во многом зависеть эффективность онлайн-продаж.

- *настройка прямых и корпоративных продаж*

Основным пунктом здесь будет запуск собственного сайта с хорошим конверсионным модулем бронирования и возможностью оплаты онлайн – сейчас большинство гостей выбирают именно этот способ бронирования. Далее необходимо разработать предложения и акции для гостей и сформировать план по ним.

Еще одним важным этапом настройки продаж будет разработка правил работы с бронированиями по звонку, корпоративными и групповыми гостями.

- *подготовить контент*

Ревеню-менеджер может совместно с маркетологом давать технические задания по фотографиям, видео и описаниям для каналов продаж, сайта и соцсетей, а также вовремя обновлять эту информацию в каналах продаж.

- *написать стандарты для персонала*

Об этом пункте часто забывают, но без него любая политика или правила будут бессмысленны. Менеджер по управлению доходом не должен держать эту информацию в своей голове и системе управления доходам. Все правила и политики должны быть описаны и переданы персоналу, который взаимодействует с гостями.

- *настроить внешние системы*

Внешние системы нужны для более качественной аналитики и упрощения работы с продажами. К ним относятся:

Я.Метрика и/или Гугл-аналитика с подключенной электронной коммерцией – они помогут оценить, из каких источников в отель приходят гости, сколько денег приносит каждый из источников, на каком шаге воронки продаж есть проблемы

пиксели ВК, Мейл.ру – помогут собрать аудиторию для дальнейшей рекламы и взаимодействия с потенциальными гостями

Rate Shopper – об этом инструменте мы уже говорили, он поможет быстро собрать цены конкурентов в открытых источниках на будущие периоды

система бенчмаркинга (обмен основными операционными показателями за прошедшие периоды с другими отелями) – этим инструментом пока пользуется небольшое количество отелей, но он очень важен для оценки своих результатов и сравнения себя с конкурентами и в целом с рынком

в отдельных случаях RMS (система управления доходом) – это автоматизированная система, которая помогает ревенью-менеджеру быстро реагировать на изменения спроса и предлагает рекомендации по ценам.

В заключение хочется отметить, что в каждом объекте все индивидуально, и какие-то пункты могут закрываться другими специалистами. В небольшом отеле все это может сделать менеджер по управлению доходами, если он достаточно квалифицирован. Более того, в наше время не обязательно брать такого специалиста в штат – на рынке есть компании, которые предлагают управление доходом на аутсорс или проект. Это прекрасная возможность получить квалифицированную помощь в настройке продаж без лишних затрат.

<https://hotelier.pro/revenue/item/revenyu-i-prodazhi-do-otkrytiya-otelya/>