



Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 0801-2021

С 01 по 11 августа 2021 года

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

Реестр инвестиционных проектов для получения льготных кредитов появится до 25 октября

В Ставропольском крае рассчитывают построить и реконструировать ряд гостиниц и санаториев

2. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Реанимация туризма.

Ростуризм оценил темпы восстановления внутреннего туризма

Расчет властей Краснодарского края не оправдался

В 2021 году в Москве планируют открыть 14 отелей

К 2024 году в России может появиться национальный сервис бронирования туристских услуг

3. Юридический практикум и происшествия, связанные с безопасностью гостиниц

Гостиницы и хостелы: проверки пожарной безопасности даже в Москве не внушают оптимизма

День безопасности гостиниц и иных средств размещения

Потребительский экстремизм в отелях: помогают ли "черные списки"?

Что туристы чаще всего крадут в отелях Европы? Как с этим бороться?

4. Новости зарубежного и международного гостинично-туристского рынка

Вакцинация и мировой туризм: утрата путеводной звезды?

5. Интересное и полезное для отельера

Работа с отзывами гостей

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

Реестр инвестиционных проектов для получения льготных кредитов появится до 25 октября

Соответствующее поручение Дмитрий Чернышенко дал Ростуризму. Ведомство в срок до 25 октября должно сформировать список проектов, которые получают льготные кредиты в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». Об этом в минувшую пятницу сообщила пресс-служба вице-преьера. Процитируем Дмитрия Чернышенко:

«Обращаю внимание регионов и инвесторов, что порядка 20 млрд рублей выделено из федерального бюджета на субсидирование процентной ставки до 2024 года. Около 1 млрд руб. будут доступны до конца этого года. Со своей стороны, мы окажем всю необходимую помощь, консультации и административное сопровождение. Реестр проектов Ростуризму необходимо сформировать и утвердить до 25 октября, чтобы уже в ноябре и декабре инвесторы могли получить средства и приступить к реализации».

Отметим, что до 9 августа Ростуризм принимает заявки от банков, которые планируют участвовать в программе льготного кредитования. С середины августа начнется прием непосредственно инвестиционных проектов. Льготный кредит будет выдавать по ставке от 3% до 5% годовых на срок до 15 лет. Размер кредита будет варьироваться от 100 миллионов до 70 миллиардов рублей.

Эти средства можно будет в том числе потратить на строительство новых или реконструкцию уже имеющихся отелей. При этом объект должен соответствовать ряду условий:

- категория больше «3 звезд»;
- площадь более 5 000 квадратных метров или номерной фонд более 120 единиц.

<https://hotelier.pro/news/item/reestr-investitsionnykh-proektov-dlya-polucheniya-lgotnykh-kreditov-poyavitsya-do-25-oktyabrya/>

В Ставропольском крае рассчитывают построить и реконструировать ряд гостиниц и санаториев

Это планируется сделать в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». Власти региона предлагают внести в проект реконструкцию и строительство 13 крупных отелей и санаториев, расположенных на территории городов-курортов Кавказских Минеральных Вод. Об этом в минувшую пятницу сообщили в пресс-службе губернатора Ставропольского края.

Сумма, которая потребуется на реализацию всех указанных проектов, составит порядка 24 миллиардов рублей. Совокупный номерной фонд этих средств размещения будет насчитывать около 3 000 единиц.

Также губернатор Ставропольского края рассказал о наличии 43 заявок на получение грантов на реализацию ряда проектов в туристической сфере на территории Кавказских Минеральных Вод. Сообщается, что региональные власти совместно с Ростуризмом и Министерством экономического развития прорабатывают возможность включения этих проектов в общероссийский список.

Ранее сообщалось, что в первом полугодии 2021 года Ставропольский край посетили более 550 000 туристов. По сравнению с аналогичным периодом 2019 года туристический поток вырос на 11.1%. Заполняемость предприятий санаторно-курортного комплекса находится на уровне 98%.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Напомним, что национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» включает в себя три раздела. Среди них «Развитие туристской инфраструктуры», «Повышение доступности туристских услуг», «Совершенствование управления в сфере туризма». Реализация национального проекта позволит осуществить комплексное развитие туристической индустрии России. Отметим, что до 2030 года планируется выделить 529 миллиардов рублей из федерального бюджета и 72 миллиарда рублей из региональных бюджетов.

<https://hotelier.pro/news/item/v-stavropolskom-krae-rasschityvayut-postroit-i-rekonstruirovat-ryad-gostinits-i-sanatoriev/>

2. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Реанимация туризма.

Ростуризм оценил темпы восстановления внутреннего туризма

За первые шесть месяцев 2021 года в путешествия по стране отправились порядка 49 миллионов человек. Эта цифра свидетельствует о практически полном восстановлении внутреннего туризма до уровня 2019 года. Об этом представителям СМИ рассказала руководитель Ростуризма. Процитируем Зарину Догузову:

«Темпы восстановления туризма в первом полугодии 2021 года ускорились несмотря на то, что ограничения сохраняются. Якорем остается внутренний туризм, но также постепенно восстанавливаются зарубежные поездки и, пока в меньшей степени, въездной рынок. По нашим данным, за первое полугодие в стране отдохнуло 24,6 миллионов человек, что на 85% больше аналогичного периода прошлого года, и всего на 5% меньше доковидного 2019 года».

Зарина Догузова отметила, что 24.6 миллиона человек — это те туристы, которые проживали в гостиницах как минимум одну ночь. Примерно такое же количество путешественников отправились в однодневные поездки, проживали в гостевых домах или в частном секторе. Исходя из этого, общая цифра туристического потока за первое полугодие 2021 года составляет около 49 миллионов человек.

Также руководитель Ростуризма сообщила, что Россия показывает одни из лучших темпов восстановления туристической индустрии по сравнению с другими странами. Есть основания полагать, что внутренний туризм восстановится к концу текущего года. Ранее в СМИ публиковались прогнозы, согласно которым туристическая отрасль восстановится до уровня 80% от 2019 года.

<https://hotelier.pro/tourizm/item/rosturizm-otsenil-tempy-vosstanovleniya-vnutrennego-turizma/>

Расчет властей Краснодарского края не оправдался

Они верили, что ради отдыха в Крае в самом популярном месяце летнего сезона – августе - туристы бросятся вакцинироваться. Статистика туроператорских компаний, впрочем, говорит о том, что так не случилось.

Аналитическая служба АТОР (Ассоциация Туроператоров России) изучила данные о бронированиях трех крупных туроператоров по внутреннему туризму в России - «Дельфин», АЛЕАН, «Мультитур» - за период с июня по сентябрь 2019 года и за тот же период в 2020 и 2021 годах.

Июнь 2021 превзошел допандемийные показатели благодаря кешбэку и отсутствию ограничений – резюмирует результаты сравнения «Вестник АТОР». Допандемийные показатели бронирований были превышены в среднем на 85%. У «Дельфина» количество бронирований туров на курорты Краснодарского края в июне 2021 года оказалось на 57% больше, чем в июне 2019 года. У «АЛЕАНА» прирост составил 110%, у «Мультитур» он выразился в 93%. «Допингом» рекордного роста организованного турпотока на курорты Черного моря стала акция Ростуризма с кешбэком за туры по России, но, в первую очередь - закрытые массовые зарубежные направления, конечно.

Рекорд июня в июле туроператорам повторить не удалось, хотя обычно спрос в июле на Черное море выше. В снижении темпов роста турпотока повинны два

фактора. Первое и основное – введение властями региона требования о заселении в отели края с 1 июля только с ПЦР-тестами Второе – отсутствие кешбэка.

Однако, так как многие бронирования были сделаны заранее, весной, а туристы в целом привыкли к ПЦР-тестам, то допандемийные показатели все еще перекрывались. Действительно массовых аннуляций на июль игроки не наблюдали, хотя они были – и преимущественно в бюджетном сегменте, где стоимость ПЦР-тестов на семью могла приближаться к стоимости дешевого тура в отель 2-3*.

В итоге в июле 2021 года количество бронирований курортов Краснодарского края все-таки приросло у ведущих игроков рынка внутреннего туризма – но в среднем только на 15-20%.

Максимальные (и беспрецедентные в истории российских курортов!) ограничения, введенные для невакцинированных туристов в Краснодарском крае с 1 августа, привели к резкому падению объемов бронирований отелей курортов Кубани организованными туристами.

Расчеты властей Краснодарского края на то, что туристы будут приезжать на курорты края, специально для этого привившись оказались мифическими. Части премиальных отелей удалось в основном сохранить старые бронирования, но средний и бюджетный сегмент, в котором глубина продаж существенно меньше, серьезно просели.

Многие туристы предпочитали снять бронь без штрафов и либо забронировать проживание в частном секторе курортов Краснодарского края, где сертификаты вакцинации не проверяют, либо поменять регион отдыха (например, на Крым, где ограничения не вводились).

В итоге у туроператора «Дельфин» по состоянию на 27 июля бронирований туров в Краснодарский край по сравнению с августом 2019 года оказалось меньше на 34%, у «Мультитур» – на 28%, у АЛЕАН – на 15%. «Характерно, что если на август в 2020 году у нас пришлось 43% всех броней летнего сезона, то в 2021 году – только 19,8%», – говорит Сергей Ромашкин, генеральный директор «Дельфина». Да, есть новые заявки на туры от вакцинировавшихся туристов, но они тут же «съедаются» постоянным потоком аннуляций от тех, кто не желает ехать на Кубань с таким условием.

Тренд в полной мере сохраняется и на бархатный сезон. Объемы бронирований у трех ведущих игроков не дотягивают до показателей сентября 2019 года на 46%, 31% и 27%. При этом более всего падение продаж характерно для отелей бюджетного и среднего сегмента. Новых продаж здесь крайне мало.

В целом, исходя из статистики туроператоров, можно считать, что в августе и сентябре Краснодарский край не досчитается как минимум 30% бронирований, которые могли бы случиться, если бы ограничения в виде указания «селить только с прививкой» не вводились. Это не менее 1,6 млн туристов. Они подарены частному сектору, Крыму и Турции (сохраняющей лояльный режим въезда и не требующей обязательной вакцинации от туристов). Вероятное открытие чартерных рейсов в Египет только усилит отток туристов с Черного моря.

Глава Ростуризма Зарина Догузова неоднократно призывала губернатора Краснодарского края смягчить ограничительные меры и дать невакцинированным туристам альтернативу для заселения в отели региона в виде справки с отрицательным ПЦР-тестом.

Ранее с таким же предложением к губернатору обращалась и Ассоциация туроператоров. Никакой публичной реакции краевых властей на эти обращения не последовало.

<https://hotelier.pro/news/item/raschet-vlastey-krasnodarskogo-kraya-ne-opravdalsya/>

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

Фокус – Москва и столичный регион

В 2021 году в Москве планируют открыть 14 отелей

Об этом рассказала журналистам Наталья Сергунина, которая занимает пост заместителя мэра Москвы. В начале 2021 года начали работать 3 гостиничных комплексах. Объекты расположены на Космодамианской набережной, Рогожском Валу и в 1-м Земельном переулке. Открытие новых гостиничных комплексов в такое сложное для индустрии время говорит об определенном оптимизме инвесторов. Наталья Сергунина привела следующие цифры. Так в 2011 году в российской столице открылось 2 новых отеля. В 2015 году начали работать уже 9 новых гостиничных комплексов.

Заместитель мэра напомнила, что в Москве в настоящее время работает 1 700 коллективных средств размещения. Эта цифра соответствует уровню 2019 года. Во время кризиса, вызванного распространением коронавирусной инфекции, часть отелей закрылась. Отмечается, что при помощи мер поддержки отрасли большая часть средств размещения продолжила свою работу.

Также Наталья Сергунина сообщила, что за первые три месяца 2021 года Москву посетили 3.6 миллиона российских туристов. Этот результат составляет 90% от туристического потока в первом квартале 2019 года. Заместитель мэра напомнила, что по итогам 2020 года российскую столицу посетили порядка 13.6 миллиона туристов. Из них 12.8 миллиона – российские путешественники.

<https://hotelier.pro/news/item/v-2021-godu-v-moskve-sobirayutsya-otkryt-14-oteley/>

К 2024 году в России может появиться национальный сервис бронирования туристских услуг

Создание такого цифрового сервиса является частью плана мероприятий первого этапа стратегии развития индустрии туризма до 2035 года. Вот выдержки из этого документа:

«Обеспечение повышения защиты интересов туристов и защиты российского рынка онлайн-бронирования, приобретения гостиничных услуг путем создания и запуска в эксплуатацию национального программного обеспечения для бронирования туристских услуг».

В Ростуризме отметили, что в настоящее время план до конца не сформирован, над ним продолжают активные работы. Окончательный вариант документа планируют подготовить к концу лета.

Идея создания национального сервиса бронирования туристских услуг обсуждается достаточно давно. Есть те, кто приветствуют эту идею. Например, в СМИ цитируют председателя комитета Госдумы по физической культуре, спорту, туризму и делам молодежи Бориса Пайкина:

«Отечественный аналог Booking может быть вполне конкурентоспособен, если будет содержать большой объем информации и учитывать российскую специфику. Зарубежный сервис взимает с отельеров достаточно высокий комиссионный сбор – от 12 до 17%. Для владельцев мини-гостиниц, гостевых домов и мини-отелей – это очень серьезные суммы. Отечественная платформа могла бы учитывать специфику и масштаб бизнеса в сфере гостеприимства именно в России и предложить предпринимателям более выгодные условия сотрудничества. В свою очередь это способствовало бы снижению стоимости туристского продукта».

Некоторые эксперты предполагают, что проекту будет непросто заключить договоры со средствами размещения. Само по себе создание информационной платформы недостаточно для успешного функционирования всего проекта. Также

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

Фокус – Москва и столичный регион

отмечается, что в России работает значительное число гостиниц, управляемых ведущими международными операторами, которым удобнее работать с глобальными системами типа Booking.

<https://hotelier.pro/news/item/k-2024-godu-v-rossii-mozhet-poyavitsya-natsionalnyy-servis-bronirovaniya-turistskikh-uslug/>

3. Юридический практикум и происшествия, связанные с безопасностью гостиниц

Гостиницы и хостелы: проверки пожарной безопасности даже в Москве не внушают оптимизма

В столице еще в мае текущего года прошли тотальные проверки гостиниц и иных средств размещения после пожара в хостеле "Вечный зов" на юго-востоке Москвы. Инспекция показала, что подобное может произойти в любой другой гостинице. Если штрафы не убедят владельцев, что пожар проще предупредить, чем потушить, то отели будут закрывать, не дожидаясь, пока случится трагедия.

Так, проверка одного из популярных хостелов, показала, что за пожарной безопасностью здесь вообще не следят. Нарушений столько, что непонятно, как заведение до сих пор не сгорело.

Делать замечания некому – администратор сбежал при виде полицейских и сотрудников прокуратуры. Постояльцы всерьез ситуацию не воспринимают – улыбаются и шутят.

Зато инспекторам не смешно: они знают, как часто горят хостелы, как сложно их тушить и спасти постояльцев. Недавно полыхала мини-гостиница на Мясницкой улице. А когда возник пожар на улице Декабристов, спасатели пытались пробиться к жилым комнатам через огненный и задымленный коридор. И в обоих случаях причиной возгорания становилась старая проводка, неисправные розетки и электрощитки.

Как комментируют инспекторы - нарушений много. И еще полбеда, если заведение располагается в отдельном здании. Хуже, когда в жилом доме – огонь грозит сотням жильцов. Огнетушители – только для вида, не работают. На улице под окнами газовые баллоны, которые могут взорваться. А все пожарные щитки закрыты, ключей не найти.

В Роспотребнадзоре не смогли подтвердить, что классификация на "звездность" гостиницы является подтверждением ее безопасности

Все эти печальные нюансы при проверках являются очередным подтверждением, что представители гостиничного бизнеса ежедневно сталкиваются с огромным количеством вопросов в сфере обеспечения не только пожарной безопасности, но и противокриминальной, антитеррористической защиты, иных происшествий, профилактики распространения Covid-19 и других инфекций среди персонала и постояльцев.

Как это максимально эффективно выполнить?

С этой целью Ассоциация «Безопасность туризма» 27 сентября 2021 года проводит «День безопасности гостиниц и иных средств размещения» в г. Москве.

Деловой программой мероприятия предусмотрен семинар-практикум по безопасности гостиниц и иных средств размещения, а также практические мастер-классы в сфере комплексной (пожарной) безопасности и антитеррористической защищенности.

Ключевые рассматриваемые вопросы:

внутренние и внешние угрозы гостиничного бизнеса, перспективы развития индустрии гостеприимства;

охрана и противокриминальная защита;

антитеррористическая защищенность;

пожарная безопасность и защита от ЧС;

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

Фокус – Москва и столичный регион

особенности обеспечения безопасности проектируемых и строящихся глэмпингов, кемпингов и других КСР некапитального характера;

гостевые дома- перспективы и пути легализации и обеспечения безопасности.

Информация о мероприятии: +7 (495) 151 8253

Обязательно смотреть видео по ссылке:

https://www.tourismsafety.ru/news_one_5608.html

День безопасности гостиниц и иных средств размещения

Одно из центральных мест в Стратегии Развития туризма в Российской Федерации и в Национальном проекте «Туризм и индустрия гостеприимства» принадлежит индустрии гостеприимства (на сегодня в России свыше 31 000 гостиниц и 1800 санаториев).

В России намечены и реализуются меры по резкому увеличению объемов капитального строительства новых гостиниц и иных коллективных средств размещения (далее-КСР), реконструкции и реставрации существующего номерного фонда гостиниц и санаториев.

В развитие туристической инфраструктуры до 2030 года планируется привлечь свыше 1,7 трлн. рублей бюджетных средств и частных инвестиций. Это требует особых мер развития государственного-частного партнёрства, создания благоприятного экономического климата, внедрения эффективных механизмов и мотиваций для инвесторов, обеспечения гарантий сохранности и возвратности их средств и расширения бизнеса.

Специфика гостиничного бизнеса, предполагающая сосредоточение большого количества персонала и постояльцев, в том числе иностранных и иногородних граждан, оказание им широкого комплекса гостиничных, оздоровительных, лечебно-профилактических и иных услуг обуславливают актуальность вопросов экономической и физической безопасности людей и имущества, ответственности и страхования различного рода рисков и ответственности третьих лиц.

Безопасность туризма - мощный инструмент конкурентной борьбы (в том числе и недобросовестной) на туристических рынках. По международным рейтингам Россия по уровню туристской привлекательности входит в ТОП-10 стран мира, а по уровню безопасности туризма в четвёртую (низшую) категорию безопасности, что оказывает сдерживающее воздействие на развитие въездного туризма. В гостиницах и иных средствах размещения имеют место многочисленные происшествия и инциденты локального характера. Однако, как показывает практика, теракты, противоправные посягательства и насилие, пожары, аварии и иные техногенные явления в гостиницах и коллективных средствах размещения весьма часто сопровождаются человеческими жертвами и причинением значительного ущерба, репутационными издержками и надолго ставит под сомнение доверие к такому КСР, и даже перспективы сохранения гостиничного бизнеса. Владельцы, руководители КСР и ответственные должностные лица управляющих компаний подвергаются лично не только административному, но и уголовному преследованию.

Владельцы и руководители гостиничного бизнеса, управляющие компании ежедневно сталкиваются с огромным количеством вопросов в сфере обеспечения охраны и безопасности постояльцев и персонала, их противокриминальной и антитеррористической защиты. Они вынуждены решать многочисленные задачи обеспечения сохранности от пожаров, чрезвычайных ситуаций и иных происшествий, профилактики распространения Covid-19 и иных инфекций. Развивая, сохраняя и совершенствуя при этом свой гостиничный и санаторно-курортный бизнес посредством внедрения современных стандартов и новейших технологий, делая его инвестиционно-привлекательным, искать и находить баланс

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

Фокус – Москва и столичный регион

достаточности и разумности мер и затрат на эти цели, понимать свою ответственность и ответственность туроператоров, страховщиков, контрольно-надзорных органов и иных представителей третьей стороны.

27 Сентября – Всемирный день туризма, установленный Всемирной туристической организацией ООН - ЮНВТО.

В этот день Ассоциация «Безопасность туризма» с участием членов Правительственной комиссии по развитию туризма в Российской Федерации проводит «День безопасности гостиниц и иных средств размещения». Место проведения: Москва, Дом Правительства Москвы (ул. Новый Арбат 36). Мероприятие проводится в поддержку Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства».

Его конечной целью является повышение туристической и инвестиционной привлекательности сферы оказания гостиничных услуг посредством совершенствования мер и деятельности по обеспечению безопасности, защите интересов инвесторов и возвратности вложенных ими средств в Российской Федерации.

https://www.tourismsafety.ru/news_one_5564.html

Потребительский экстремизм в отелях: помогают ли "черные списки"?

Потребительский экстремизм в России давно уже «поселился» в отельном бизнесе. Гостиницы пытаются формировать «черные списки» проблемных туристов и обмениваться ими. Однако, в отличие от авиаотрасли, в которой этот вопрос решен (с 4 июня 2018 года российские авиакомпании получили возможность составлять черные списки дебоширов. По закону пассажиру, чье имя будет включено в данный список, отказывалось в перевозке на один год, но есть нюанс - см. ниже по тексту), отельерам официально применять «чёрные списки» запрещает законодательство и следит за этим Роспотребнадзор.

Обычно, с началом активных продаж, фиксируются случаи, когда граждане, попавшие в черный список, но подавшие заявки на размещение обращаются в это ведомство. Складывается конфликт. Менеджмент гостиницы думает, что внутренними правилами может быть установлено ограничение на продажу конкретным лицам, но по юридическим канонам, отказ в размещении - правонарушение.

Как обстоят дела на сегодняшний день?

1. Черные списки составляют администраторы гостиниц. Они наблюдают за поведением гостей и собирают сведения от своих сотрудников, систем видеонаблюдения и т.п. Например, если клиент замахивается на бармена после каждого глотка или настойчиво пытается курить в номере - на него персонал пожалуется, а это уже повод.

2. Многие отели объединены в сети, и список становится общим достоянием. Кроме того, появляются различные единые базы отельеров (профессионалов гостиничного бизнеса), куда менеджеры заносят неугодных посетителей. Тут как с кредитной историей: оплошал клиент в одном банке — получает вежливый отказ в другом.

3. Но списки есть не у всех отелей. Разница не в том, зарубежная гостиница или российская, — все зависит от политики конкретного места. Чаще всего черные списки заводят крупные гостиницы и сети, потому что они могут позволить себе отказ от клиента. В небольших отелях и гостиничных домах ничего подобного, скорее всего, не встретишь.

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

Фокус – Москва и столичный регион

4. «Черный список» — это закрытая информация. Ситуация выглядит так: клиент, например, звонит забронировать номер (или заполняет онлайн-заявку на сайте), а ему перезванивают и говорят, что свободных комнат нет. Этот вариант, на сегодняшний день, по мнению отельеров, самый нейтральный и приемлимый.

А как же онлайн-сервисы бронирования?

Как комментируют некоторые представители таких платформ, отели не делятся с ними своими черными списками. А онлайн-сервисы бронирования, в свою очередь, не проверяют клиента, а просто передают бронь в отель. Если человек оказывается в черном списке, то агрегаторам конечно сообщают, но те пытаются уговорить отель заселить гостя. Если же договоренности не достигнуты – клиента переселяют в другой отель аналогичного или лучшего класса, по той же стоимости.

Где выход?

Несмотря на все эти нюансы, остается неизменным то, что представители гостиничного бизнеса на сегодняшний день остались один на один с этой проблемой, которую, безусловно, нужно решать! В качестве выхода, некоторые эксперты отрасли предлагают двухэтапный подход.

Первое - использовать опыт авиаотрасли и законодательно закрепить право отельеров вести "черные списки". Но нужно учесть нюанс - сегодня российские перевозчики могут совершенно легально вести реестры дебоширов, но они не могут делиться списками друг с другом из-за требований закона о персональных данных. Таким образом, у хулигана остается возможность летать, но только самолетами другой авиакомпании. В этой связи необходимо предусмотреть этот проблемный вопрос, чтобы отельный дебошир не попал легко в другую гостиницу.

Второе, после законодательного закрепления права вести "черные списки", разработать единую отраслевую систему автоматического формирования данных списков и интеграции их, как в систему сервисов онлайн бронирования, так и в систему туроператоров и турагентов.

Насколько данный подход реален для внедрения в жизнь? Какие еще существуют предложения для решения проблемы "черных списков"? Существует ли конфликт такой практики с публичной афертой? Можно ли уже сейчас с применением существующих систем безопасности в отеле реализовать задачу по распознаванию лиц, включенных в эти списки? Как это максимально эффективно выполнить?

https://www.tourismsafety.ru/news_one_5599.html

Что туристы чаще всего крадут в отелях Европы? Как с этим бороться?

Эксперты путеводителя по отелям Wellness Heaven опросили почти 1160 европейских отельеров и выяснили, какие вещи постояльцы гостиниц чаще всего забирают с собой. Оказалось, что самые дорогие вещи крадут гости наиболее фешенебельных отелей.

"Подавляющее большинство гостей забирают с собой полотенца и халаты – 77,5 и 65,1% соответственно", — пишет издание.

Как сообщает Wellness Heaven, нередко туристы забирают с собой вешалки (49,3%), ручки (39,1%), столовые приборы (33,6%) и косметику (32,8%). Отельеры отметили интерес путешественников к батарейкам (22%), произведениям искусства (20,2%), одеялам и подушкам –15,6 и 14,3% соответственно. Одиннадцатое место заняла посуда (12,7%). Кроме того, 12% респондентов отметили, что гости в отелях воруют планшеты, еще 9,1% заметили пропажу пультов от телевизоров. Фены

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

Фокус – Москва и столичный регион

исчезали из номеров у 8,4% опрошенных, а лампочки – у 7,3%. Также постояльцы ухитрились выносить из отелей кофемашины (6,9%), телевизоры (6,1%), телефоны (4,8%), а также настольные или напольные лампы (4,3%).

"Помимо таких, казалось бы, обычных краж, есть ряд впечатляющих, когда гости выносили из гостиниц самые неочевидные для воровства вещи", – пишет путеводитель.

Согласно опросу, среди самых странных краж в гостиницах респонденты назвали смесители для ванной, рояль, стереосистему, номер с двери комнаты, чучело кабана, столовый сервиз и цветы.

Как утверждает Wellness Heaven, если разделять нарушителей по национальностям, то получается, что немцы чаще всего воруют халаты, полотенца и косметику. Австрийцы в этом плане более искусны: в ход идут посуда и кофемашины. "Итальянцы предпочитают забирать с собой бокалы, а швейцарцы – фен. Французы стали лидерами по кражам пультов от телевизоров, а голландцы воруют лампочки и туалетную бумагу".

Аналитики путеводителя отметили, что в пятизвездочных отелях гости крадут более дорогие вещи, чем в гостиницах других категорий. В рамках исследования было опрошено 634 владельца отелей 4* и 523 владельца пятизвездочных гостиниц.

"Например, вероятность того, что телевизор будут украден из номера отеля 5* в 9 раз выше, чем в четырехзвездочном. Также в 5,5 раз выше вероятность кражи произведений искусства и планшетов, а кофеварок – в 5,3 раза. Постояльцы гостиниц категории 4* куда скромнее: они довольствуются полотенцами, вешалками, пультами и батарейками", – заключили в Wellness Heaven.

Опрос проводился в допандемийный 2019-й год.

Владельцы и руководители гостиничного хозяйства, санаториев, хостелов и иных средств размещения, крупные и небольшие управляющие компании ежедневно сталкиваются с огромным количеством вопросов в сфере обеспечения не только противокриминальной, но и антитеррористической защиты. Они вынуждены также решать многочисленные задачи обеспечения сохранности отелей от пожаров, чрезвычайных ситуаций и иных происшествий, профилактики распространения Covid-19 и иных инфекций среди персонала и постояльцев.

Как это максимально эффективно выполнить?

С целью содействия успешной реализации практических задач в сфере обеспечения безопасности, в поддержку национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» Ассоциация «Безопасность туризма» с участием членов Правительственной комиссии по развитию туризма в Российской Федерации от федеральных и региональных органов власти 29-30 сентября 2021 года проводит «Дни безопасности гостиниц и иных средств размещения» в г. Москве.

https://www.tourismsafety.ru/news_one_5575.html

4. Новости зарубежного и международного гостинично-туристского рынка

Вакцинация и мировой туризм: утрата путеводной звезды?

Всемирная туристская организация ООН (ЮНВТО) неустанно призывает правительства всех стран мира возобновить международный туризм - на основании глобального развертывания вакцинации и более широкого внедрения цифровых решений для безопасных путешествий.

Действительно, именно вакцинации прочили роль спасителя мирового туризма. Но ...Вот уже несколько месяцев как вакцинация практически ударными темпами внедряется по всей планете, а мирового туризма ... все толком нет да нет.

Согласно свежему Отчету ЮНВТО об ограничениях на поездки, по состоянию на июнь 2021 года 29% всех направлений в мире полностью закрыты для международного туризма. При этом из них свыше половины полностью закрыты для туристов с мая 2020 года или дольше (большинство таких направлений относится к малым островным развивающимся государствам Азиатско-Тихоокеанского региона).

Для сравнения - только три направления (Албания, Коста-Рика и Доминиканская Республика) полностью открыты для туристов без каких-либо ограничений (но из России в Доминиканскую Республику летать нельзя!).

По данным ООН, в 2020 году убытки мировой экономики из-за прямых и косвенных последствий резкого сокращения числа международных туристских прибытий превысило \$2,4 трлн - по сравнению с уровнем 2019 года. В период с января по декабрь 2020 года число международных поездок сократилось на 73%, более 1 миллиарда поездок были отменены или отложены.

До сих пор – 16 месяцев продолжается пандемия – каждое третье направление в мире частично закрыто, в 36% запрашивают отрицательный результат теста на Covid-19 по прибытии, в некоторых случаях в сочетании с требованием карантина.

Ошеломительной новостью стало то, что полностью вакцинированным британцам (два укола!) 16 июля предписали по возвращении из Франции самоизолироваться (уходить на карантин) на срок до 10 дней. Это как-то похоже на приемлемый международный туризм?

Ранее ЮНВТО в качестве примера государств, сектор туризма которых будет восстанавливаться быстрее благодаря высоким темпам вакцинации населения, называло именно Францию и Великобританию (вкуче с Германией, Швейцарией и США).

Но как показывает практика 2021 года (довольно) высокий процент вакцинации в ряде стран оказался для международного туризма не панацеей, а химерой. Когда было возобновлено, например, авиасообщение России с Болгарией (с 28 июня), в Болгарии сразу заявили, что отрицательный ПЦР-тест станет обязательным и для россиян, прошедших вакцинацию. Т.е. вакцинация не делает жизнь путешественников ощутимо легче.

Жесткие условия для всех выдвигает Куба - <http://www.worldtravelbiz.ru/News/По-прибытии-на-Кубу-нужно-сначала-схорониться-на-карантин> ... ну и так далее.

На начало июля 2021 года в мире существовало уже 20 вакцин от Covid-19 (SARS-CoV-2), одобренных как минимум одним национальным регулятором (см. <https://covid19.trackvaccines.org/vaccines/>), но, похоже, количество не переходит в качество.

Люди, поспешившие поставить себе антиковидную вакцину, рассчитывали сразу стать VIP – и в смысле Vaccinated, Immunized People, и в смысле Very Important Person для международного туризма. Ан, нет! Недоверие к вакцинам транслируется не только на обывательском уровне, но и на государственном!

Когда Австрия – всего на неделю (!) – разрешила въезд из России с туристическими целями (а потом быстро передумала), то заявила, что вакцинированными считаются только те, кто в качестве прививки получил вакцины производства компаний BioNtech/Pfizer, AstraZeneca, Serum Institute of India, Johnson & Johnson, Moderna или Sinopharm/BIBP. Но – никак не вакцины Sputnik V, КовиВак и другие (таким образом, в Австрии признают, например, вакцины из Китая и Индии, но не признают российские!).

В результате все россияне – как привитые (российскими вакцинами), так и не привитые – априори становятся невыездными в страны ЕС – российская вакцина там «неизвестный препарат», а европейские вакцины в России не колют.

Вакцинация от коронавируса российским препаратом «Спутник V» может стать причиной отказа для въезда в страны Евросоюза туристам из России, если этот препарат не получит одобрение Европейского агентства по лекарственным средствам (ЕМА) – прямо заявил премьер-министра Италии Марио Драги. Он добавил, что: «Мы констатировали, что российская вакцина еще не смогла получить и, возможно, никогда (!) не получит одобрения ЕМА, а китайская вакцина, которая не подавала заявки, похоже, не соответствует требованиям по борьбе с пандемией».

Из-за истории с «российским шампанским» у властей ЕС появился ещё один повод не сменять гнев на милость в отношении российских вакцин (Франция уже однозначно высказалась на этот счет!).

Но и с западными вакцинами не все так однозначно.

Еврокомиссией и лояльной прессой было сказано немало красивых слов о том, как новая система цифровых сертификатов Евросоюза, позволяющих привитым от коронавируса людям путешествовать в пределах блока стран без необходимости проходить карантин, поможет возродить на территории ЕС туризм и облегчит жизнь простых европейских граждан во время сезона летних отпусков. Однако действительность принесла оптимистам немало сюрпризов.

Оказалось, что европейский сертификат вакцинации могут получить лишь люди, привившиеся одним из четырёх зарегистрированных Европейским агентством по лекарственным средствам (ЕМА) препаратов – от компаний Pfizer-BioNTech, AstraZeneca, Moderna и Johnson & Johnson. При этом в список попал лишь препарат AstraZeneca, известный как Vaxzevria, выпущенный производителями ЕМА в Европе, Китае, Южной Корее и США. Вакцина, произведённая по той же технологии Индийским институтом сыворотки (SII) и вышедшая на рынок под названием Covishield, в перечень не вошла.

ЕМА настаивает, что малейшие различия в условиях производства могут привести к несоответствию конечного продукта заданным параметрам. Разразился скандал. Индия заявила, что примет контрмеры и до тех пор, пока вакцину не признают, не будет освобождать обладателей европейских паспортов вакцинации от необходимости проходить карантин.

Далее Африканский центр по контролю и профилактике заболеваний (Africa CDC) и Африканский союз (AU) напомнили, что именно Covishield был основным препаратом, переданным странам континента в рамках программы по снабжению COVAX. Озабоченность по поводу отказа включить индийскую вакцину в список разрешённых ЕМА выразил и британский премьер Борис Джонсон, поскольку препарат использовался в Соединённом Королевстве наряду с оригинальной

AstraZeneca и речь идёт о 5 миллионах привитых им британцев (ставших «не въездными» по сей причине в страны ЕС!).

Доходит и до конфузных ситуаций. «Суперхозяйка» гостиницы в Австралии отказалась предоставлять номер привитым туристам, аргументируя свой отказ тем, что вирус будет передаваться от вакцинированных непривитым постояльцам, и они заболеют или будут чувствовать недомогание. «Боюсь, в настоящее время я не готова пойти на такой эксперимент и не могу рисковать другими гостями», - сообщила она (см. <http://www.worldtravelbiz.ru/News/Гостиница-в-Австралии-не-пустила-привитых-туристов>).

Другим своим боком вакцинация (неожиданно?) ударила по внутреннему туризму в России.

Так, губернатор Краснодарского края отправил отельеров региона в очень чувствительный нокдаун, введя запрет на отдых в коллективных средствах размещения не вакцинированных гостей – см. публикацию на Hotelier.pro - <https://hotelier.pro/news/item/nokdaun-vmesto-lokdauna/>

В Калининградской области запретили автобусные экскурсии для эпидемиологически неблагонадежных (см. - <http://www.worldtravelbiz.ru/News/В-Калининградской-области-запретили-автобусные-экскурсии-для-эпидемиологически-неблагонадежных>).

Туроператор "Берега.ру", например, в связи с этим заявил о прекращении приема организованных групп в Калининградской области.

«В сложившихся обстоятельствах, когда от меня как работодателя требуется отправить на вакцинацию своих сотрудников, я решила, что буду уважать их собственный выбор, их право самим принимать решение. Никакая обязательность в вопросах здоровья человека недопустима. Также я не буду делить приезжающих гостей на непривитых и привитых, тем более, что никто (в том числе высшее руководство санитарных служб РФ) не приводит доказательств безопасности последних для окружающих». – сообщила Ольга Шитова, генеральный директор ООО "Берега.ру".

По пути ужесточения условий приема туристов пошли в июле и многие другие регионы России – см. <http://www.worldtravelbiz.ru/News/Курортизация-туризма-в-России-продолжается>

В результате туроператоры и отельеры констатировали, что теряется сегмент поездок по России (<https://hotelier.pro/news/item/otelery-teryayut-segment-po-rossii/>).

Вакцинация не сработала для туризма так, как ей прочили. Между тем, введение сертификатов / паспортов ковидной безопасности медленно, но верно приведет к установлению «режима перманентной вакцинации и ревакцинации». Такой режим может аукнуться усилением коронавирусных волн на фоне повышенной нагрузки на иммунитет людей.

«Сакрализация» вакцинации вызывает все больше вопросов.

Процесс отягощён разницей восприятий этой вынужденной госуслуги: это сверху кажется, что государство заботится о здоровье и безопасности миллионов россиян и никаких иных нюансов в прививочном проекте нет и быть не может, но немалое число граждан видит в походе в пункт вакцинации, наоборот, либо одолжение, которое им приходится делать власти, либо вообще покушение на свободы и привычный уклад в каких-то высших мобилизационных целях – пишет «Октагон» - https://octagon.media/politika/shpric_rodiny.html

«Мы сделали трагический выбор и вступили в новую эру постоянного ковидного террора Иррациональное смещение целей означает, что этому

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

Фокус – Москва и столичный регион

изнурительному состоянию страха нет никакого логического завершения», - пишет обозреватель британской The Telegraph Алистер Хиф

«Снятие ограничений, связанных с ковидом, не стало моментом национального праздника, который можно было бы ожидать. Вместо триумфа - «пингдемия»*, вакцинные паспорта, неразбериха с поездками на отдых и многое другое ... Мы превратились в нацию, пристрастившуюся к страху, смакующую превращение триумфа в беду, надежды - в беспокойство, свободы - в опасность».

*) «пингдемия» представляет собой игру слов, состоящую из «пандемия» и «пинг» - получения уведомления от приложения Track and Trace Национальной системы здравоохранения Великобритании о рекомендации (а фактически – директивы) самоизолироваться на определенное время. Уведомление отправляется после того, как приложение регистрирует, что человек был в тесном контакте с кем-то, у кого выявлен положительный результат теста на Covid-19.

Количество людей, которых приложение «пингует», резко возросло за последнее время, что уже создало трудности для транспорта, логистики и ряда других отраслей, поскольку все большее количество сотрудников вынуждено оставаться дома и самоизолироваться.

Другой обозреватель The Telegraph отмечает: «Британия сползает в состояние постоянной ковидной тирании»

Где же выход?

Вакцинация оказалась вроде как светом в конце туннеля, но при этом и огнями мчащегося навстречу поезда. Мир не раздавлен, но застрял в положении неопределенности. Вакцинация не оказалась идеальным оружием от вирусного кризиса. А что тогда? Массовый иммунитет, наработанный «сам собой» в ходе общения человечества с вирусом – благодаря естественной адаптации организма к угрозе и противостояния ей? Или новые локдауны, запреты, слежка за населением? Эффективность «лагерных» мер, однако, оказалась неоднозначной.

Путевая звезда на грани утраты, свет в конце туннеля не надежный, но ... оставаться в туннеле тоже нельзя. Нужно двигаться вперед, как бы вирус к ногам ползучими побегами не цеплялся ... не теряя здравого смысла и не впадая в абсурдность и хаос ...

PS. ВОЗ сначала исключила «естественный иммунитет» из определения и свела термин "стадный (коллективный) иммунитет" (herd immunity) к тому, который может быть достигнут только путем вакцинации. Однако - после того, как эта манипуляция вызвала возмущение - обе формы иммунитета включены в качестве вклада в «стадный (коллективный) иммунитет».

Материал Павла Баскакова.

<https://hotelier.pro/news/item/vaktsinatsiya-i-mirovoy-turizm-utrata-putevodnoy-zvezdy/>

5. Интересное и полезное для отельера

Работа с отзывами гостей

В современном мире гостеприимства, измененном пандемией Ковид-19, взаимодействие между отельерами и гостями принимает новые формы, но по-прежнему остается столь же важным, как и прежде. В серии исследований, проведенных университетом Корнелл, проиллюстрированы долгосрочные последствия работы отелей над вовлеченностью гостей. Результаты этих исследований пролили свет на взаимосвязь вовлеченности с лояльностью гостей и выбором в пользу того или иного канала бронирования.

В исследованиях подчеркивается необходимость собирать и анализировать отзывы гостей либо с помощью компаний по управлению репутацией, либо любым доступным, даже бесплатно, способом. Чем проще гостю, особенно тому, который делает это впервые, оставить отзыв, тем лучше для отеля. Как правило, люди не дают себе труда оставить положительный отзыв, если технически это сделать не так-то просто. В результате отели получают предвзятые отзывы от тех, кто не поленился пройти через сложную процедуру.

Но сбор отзывов должен производиться не ради сбора, а ради дальнейшего анализа, и что еще важнее, ради обратной связи с гостями после выезда. Понятно, что персонализированные ответы на отзывы недовольных клиентов гораздо действеннее, чем просто «спасибо» или сухое «мы сожалеем и примем к сведению». Еще лучше, если отель предпримет какие-то реальные действия уже после отъезда гостя. В этом случае можно надеяться, что удовлетворенный и удивленный гость поделится своим изумлением с другими, опубликовав онлайн-отзыв после следующего приезда.

Если постараться классифицировать гостей, которые оставляют отзывы об отелях, можно сделать вывод, что опытные путешественники оставляют отзывы чаще, причем, делятся своими впечатлениями независимо от того, довольны ли они местом пребывания или нет. В то же время, новички или редко путешествующие люди обычно оставляют отзывы только в том случае, если сталкиваются с вопиющим нарушением своих прав или крайним недовольством сервисом.

Точно также, гости, бронирующие на онлайн ресурсах, как правило, активнее делятся мнением с окружающим миром. Являясь участниками программы лояльности крупного туристического сервиса, такие гости считают своим долгом поделиться мнением с «сообществом» единомышленников. Гости же, бронирующие отель напрямую, как правило, менее склоны делиться своим мнением.

Основная идея здесь заключается в том, что отелю нужно постараться максимально упростить процедуру обмена мнениями между постоянными гостями и руководством отеля. Процесс коммуникации для прямых гостей должен быть быстрым и удобным – иначе они уйдут делиться мнением на онлайн платформы и останутся там навсегда.

В исследовании Корнелл приняли участие несколько отелей, отправляющих автоматические письма после отъезда тем гостям, которые оставили контакты и разрешили связываться с ними по электронной почте. Подобной рассылкой за время эксперимента было охвачено более 500 000 уникальных клиентов и получено 300 000 ответов на предложение пройти краткий опрос.

В результате эксперимента было доказано, что чем быстрее после отъезда гостя придет напоминание, и чем короче и лаконичнее оно будет составлено, тем выше конверсию ответов покажет. Пространные благодарственные письма после выезда, как и приветственные, составленные максимально подробно, к сожалению, никто не читает.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Включение в автоматическую рассылку каких-то индивидуальных деталей проживания гостя помогло не только увеличить конверсию ответов на опросник, но также такие ответы показали в целом большую удовлетворенность от проживания в отеле.

Отзывы гостей, положительные или отрицательные, сигнализируют о готовности гостя взаимодействовать с брендом и повышают вероятность превращения таких гостей в постоянных клиентов почти на 50%. Если же отзывы сопровождаются реакцией на них руководства отеля, то эта вероятность еще более возрастает.

Бытует мнение, что на положительные отзывы отелю отвечать не обязательно, тогда как на негативные нужно обязательно давать отклик. На самом деле, неважно, положительный или отрицательный отзыв был оставлен гостем, ему в любом случае будет приятно получить отклик, особенно если он не будет содержать только простое «спасибо».

Так, например, поблагодарив гостя за оставленный хороший отзыв о качестве сервиса, руководство отеля может рассказать в простой и естественной форме, какие улучшения еще планируются в этом направлении, и пригласить гостя приехать в следующий раз, чтобы оценить их. В ответе на благодарность за отличное качество завтрака можно упомянуть про награды Шеф-повара или упомянуть про интересное меню ужина или какую-то особенность ресторана.

Некоторые отели стараются повернуть недостатки в отзывах гостей в свои достоинства. Например, ответ гостю, пожаловавшемуся на недостаток мест в ресторане, может содержать информацию о том, что ресторан действительно, очень популярен благодаря отменной кухне. Также можно посоветовать гостю бронировать места заранее, и предложить сделать это прямо сейчас на следующий визит (разумеется, пообещав зарезервировать столик в самом выгодном месте).

Ответ на негативный отзыв также может содержать скрытую нативную рекламу. Например, если гость пожаловался на качество сна, можно рассказать про то, что отель сделал или собирается сделать в плане замены матрасов. Конечно, только в том случае, если это действительно так, исказить информацию в данном случае категорически не рекомендуется.

Повышение лояльности и удовлетворенности может быть выражено в финансовых показателях, как справедливо отмечают исследователи. От того, как часто и качественно гости взаимодействуют с брендом, зависит доля прямых бронирований. Если гости из OTA постепенно переходят в разряд прямых гостей, это предсказуемо отражается на снижении комиссионных выплат.

Эти исследования показывают, что взаимодействие с гостем начинается задолго до его приезда в отель, и должно продолжаться гораздо позже его отъезда. Отели должны сообщать потребителям, что нуждаются в их мнении, напрямую просить оставлять отзывы и поощрять обмен информацией в Интернете. А также показывать, что прислушиваются к этим отзывам. Это взаимодействие приводит не только к повышению удовлетворенности гостей услугами бренда, но и к финансовой выгоде за счет изменений в выборе каналов бронирования, поскольку гости становятся более лояльными и начинают бронировать напрямую.

Материал Ксении Безбородовой

<https://hotelier.pro/revenue/item/rabota-s-otzyvami/>