



Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 1003-2021

С 19 по 28 октября 2021 года

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

Объем поддержки МСП в сфере туризма в рамках НГС превысил 7 млрд рублей

С 1 ноября по 15 декабря 2021 года смогут подать заявления на безвозмездный грант предприятия МСП, которые работают в отраслях экономики, наиболее пострадавших от COVID-19

Правительство выделит 24 млн рублей на совершенствование стандартов в сфере туризма

Инвесторы могут получить субсидии на строительство гостиниц в Подмоскowie

Международные организации выступили против инициативы ФАС о регулировании цен на гостиницы

2. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Реанимация туризма.

Деловой туризм: каковы перспективы...перспектив?

Массовое введение QR-кодов в регионах остановит восстановление спроса на гостиницы

В Крыму в отели не заселят без QR кодов

Отели Сочи фиксируют отмену до 20% броней из-за антиковидных ограничений

JLL: Небывалый рост доходности на номер в крупных региональных городах России

Азимут Александра Клячина

А тем временем...московский отель признан лучшим роскошным романтическим отелем

Открыт прием заявок на конкурс профессионалов туристической индустрии «Путеводная звезда — 2021»

3. Юридический практикум для работников гостиничного бизнеса и происшествия в гостиницах

Могут ли гостиницы требовать от постояльцев оплаты причиненного ущерба

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

Фокус – Москва и столичный регион

4. Гостиничный бизнес за рубежом: новости, тренды

Radisson Hotel Group подводит итоги 3 квартала 2021 года

5. Интересное и полезное для отельера

Как справиться с общими проблемами в гостиничном бизнесе? Простые ответы на повседневные вопросы

Новые технологии в туризме

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

Объем поддержки МСП в сфере туризма в рамках НГС превысил 7 млрд рублей

МОСКВА, 21 окт - РИА Новости. Консолидированный объем финансовой поддержки в рамках национальной гарантийной системы (НГС), оказанной 1253 субъектам МСП в сфере развития туризма, с начала года превысил 7 миллиардов рублей, сообщает пресс-служба Корпорации МСП. Это почти вчетверо больше, чем за тот же период годом ранее. При этом с начала года были выданы 265 гарантий и поручительств НГС на общую сумму 2,3 миллиарда рублей.

Также отмечается, что за этот период 506 крупнейших заказчиков заключили более 1,4 тысячи договоров на закупку в области туризма с 832 субъектами МСП на общую сумму 20,3 миллиарда рублей (более чем вдвое выше прошлогоднего уровня).

"В свою очередь, почти 50 тысяч субъектов МСП в сфере туризма с начала года совершили значимые действия на сервисах Портала Бизнес-навигатора МСП", - уточняется в сообщении.

В настоящее время Ростуризм, Корпорация МСП и ее дочерний МСП Банк утвердили дорожную карту взаимодействия по следующим основным направлениям: формирование системы мер поддержки субъектов МСП в сфере туризма, включая установление льготных условий в рамках существующих мер поддержки; обучение представителей региональных властей в сфере туризма мерам поддержки; обеспечение информационного взаимодействия туристического портала Russia.Travel и Портала Бизнес-навигатора МСП.

Кроме того, дорожная карта предусматривает финансовую поддержку субъектов МСП в сфере туризма и расширение их доступа к закупкам крупнейших заказчиков. При этом МСП Банк в рамках дорожной карты разработает специальный кредитный продукт для поддержки туристических компаний со льготной кредитной ставкой.

Ранее в этом году в рамках реализации дорожной карты Корпорация МСП совместно с органами исполнительной власти субъектов РФ и органами местного самоуправления провела онлайн мероприятия для субъектов МСП в сфере туризма из всех регионов России. В мероприятиях приняли участие свыше 1900 субъектов МСП, уточнили в пресс-службе.

<https://ria.ru/20201021/turizm-1580808656.html>

С 1 ноября по 15 декабря 2021 года смогут подать заявления на безвозмездный грант предприятия МСП, которые работают в отраслях экономики, наиболее пострадавших от COVID-19

"Андрей Белоусов провёл совещания по запуску антикризисных мер поддержки малого и среднего бизнеса в наиболее пострадавших отраслях" (информация с официального сайта Правительства РФ от 22.10.2021)

Выплаты будут осуществляться через 8 рабочих дней с даты подачи заявления в ФНС (первые выдачи состоятся 15 ноября). Размер гранта будет определяться в зависимости от количества работников - в расчете один МРОТ на одного занятого, включая самого индивидуального предпринимателя.

Кроме того, с ноября по декабрь 2021 года для компаний МСП и СОНКО в 30 российских банках будет возобновлена выдача льготных кредитов по ставке 3% годовых

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

Фокус – Москва и столичный регион

Получить поддержку смогут гостиницы, санатории, турагентства, предприятия общепита, кинотеатры, музеи, зоопарки, спортивные организации и фитнес-центры, а также компании, которые занимаются организацией досуга, отдыха, развлечений и мероприятий - юридические лица и ИП. Ключевое условие программы - сохранение численности работников на уровне не ниже 90%. Этот показатель будет контролироваться через данные ФНС.

Кредиты по льготной ставке будут выдаваться заемщикам, которые участвовали в программе "ФОТ 2.0", и субъектам МСП, созданным с 1 июля 2020 года. Предполагается, что кредиты размером до 300 млн рублей с государственными гарантиями будут выдаваться сроком до 18 месяцев. При этом в течение первых 6 месяцев предприниматель будет освобожден от уплаты кредита и процентов по нему, а в течение последующих 12 месяцев сможет возвращать кредит и проценты равными долями.

Об обновленных мерах поддержки для субъектов МСП:

Безвозмездный грант на зарплату сотрудникам

Размер гранта на 1 сотрудника — 1 МРОТ — 12 792 рублей

Как получить:

Подать заявление с 1 ноября по 15 декабря через личный кабинет на nalog.ru

Выплаты будут осуществляться через восемь рабочих дней с даты подачи заявления.

Льготный кредит при условии сохранения занятости под 3% — ФОТ 3.0

Могут воспользоваться:

- участники ФОТ 2.0;
- компании малого и среднего бизнеса, созданные с 1 июля 2020 года.

Условия:

- ставка 3%;
- максимальный размер кредита = МРОТ x число сотрудников x 12 месяцев, но не более 500 млн рублей.

Первые полгода без платежей, следующие 12 месяцев — возврат основного долга и выплаты 3%

<http://www.consultant.ru/law/hotdocs/71482.html/>

Правительство выделит 24 млн рублей на совершенствование стандартов в сфере туризма

Согласно распоряжению, Ростуризм должен проконтролировать целевое и эффективное расходование денежных средств и представить доклад в правительство до 26 декабря 2022 года

МОСКВА, 25 октября. /ТАСС/. Правительство выделит Ростуризму в 2021 году 24 млн рублей на совершенствование стандартов в сфере туризма, следует из распоряжения кабмина, опубликованного на официальном интернет-портале правовой информации.

"Направить в 2021 году Ростуризму на разработку и реализацию комплекса мер, направленных на совершенствование стандартов в сфере туризма, для достижения плановых показателей 2021 и 2022 годов федерального проекта "Совершенствование управления в сфере туризма" национального проекта "Туризм

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

Фокус – Москва и столичный регион

и индустрия гостеприимства" бюджетные ассигнования в размере 24 000 тыс. рублей", - говорится в документе.

Согласно распоряжению, Ростуризм должен проконтролировать целевое и эффективное расходование денежных средств и представить доклад в правительство до 26 декабря 2022 года.

Ранее премьер-министр РФ Михаил Мишустин подписал распоряжение о выделении средств на разработку современных стандартов для туристической отрасли, соответствующих лучшим международным образцам. Принятие новых стандартов должно сделать отдых в России более комфортным и безопасным. Всего предполагается подготовить не менее 30 документов по совершенствованию управления туротраслью, которые станут частью национальной системы стандартизации, уточнялось в сообщении.

<https://tass.ru/ekonomika/12756253>

Инвесторы могут получить субсидии на строительство гостиниц в Подмоскowie

Министерство инвестиций, промышленности и науки Московской области продолжает прием заявок на получение субсидий при реализации инвестиционных проектов в гостиничном секторе, сообщает пресс-служба ведомства.

«Мы проводим сразу два конкурса – первый на получение субсидий на уплату процентов по кредитам, полученным на строительство или реконструкцию гостиничных комплексов на территории Московской области. Второй – на субсидирование затрат, понесенных при строительстве объектов инженерной инфраструктуры при создании гостиничных комплексов», – рассказала министр инвестиций, промышленности и науки Московской области Екатерина Зиновьева.

Получить субсидирование можно на возмещение затрат на уплату процентов до 1 млрд рублей, при этом данные затраты не должны превышать 15% общего объема инвестиций в проект гостиничного комплекса. Минимальный общий объем инвестиций – не менее 500 млн рублей, минимальная планируемая величина номерного фонда – 50 номеров.

Максимальный объем субсидирования затрат на инженерную инфраструктуру – 100 млн рублей, но не более 20% от общего объема инвестиций в проект гостиничного комплекса. Минимальный объем инвестиций в проект для участия в конкурсе – 50 млн рублей.

Прием заявок продлится до 18 ноября 2021 года.

Подробную информацию о конкурсах и условиях участия можно узнать в Министерстве инвестиций, промышленности и науки Московской области.

<https://hoteliernews.ru/investory-mogut-poluchit-subsidii-na-stroitelstvo-gostinits-v-podmoskove>

Международные организации выступили против инициативы ФАС о регулировании цен на гостиницы

Международные организации направили российским властям обращения, в которых говорится, что инициатива Федеральной антимонопольной службы (ФАС) по государственному регулированию гостиничных цен отрицательно скажется на притоке инвестиций в сферу гостеприимства страны, сообщила пресс-секретарь Российского союза туриндустрии (РСТ) Ирина Тюрина.

Американская торговая палата в России (American Chamber of Commerce in Russia, AmCham) 7 октября направила письмо премьер-министру РФ Михаилу Мишустину, в котором пояснила, что госрегулирование цен в отелях сделает отрасль

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

Фокус – Москва и столичный регион

убыточной, инвестирование в нее становится экономически нецелесообразным, а объем инфраструктуры не будет увеличиваться.

Помимо AmCham 20 октября письмо руководителю ФАС Максиму Шаскольскому направила Ассоциация европейского бизнеса (Association of European Businesses, АЕВ), являющаяся основным представителем иностранных инвесторов в России.

Ассоциация также раскритиковала инициативу ФАС и попросила отказаться от разработки законопроекта в пользу развития отрасли на принципах рыночной экономики и саморегулирования.

«АЕВ обратила внимание на общемировую практику динамического ценообразования и ее важность в текущей ситуации на рынке, когда индустрия гостеприимства оказалось одной из наиболее пострадавших от пандемии отраслей. По мнению ассоциации, проблема высоких цен на гостиницы может решаться переносом проведения бизнес-форумов на низкий туристический сезон и в города с большим числом гостиниц бизнес-класса», — пояснила Тюрина.

ФАС России в середине августа заявила, что работает над законопроектом о регулировании цен на гостиничные услуги в период проведения крупных международных мероприятий. Разработанный службой проект поправок предполагает, запрет на реализацию гостиничных услуг по ценам, превышающим установленные государством предельные значения во время проведения особо значимых международных мероприятий. Гостиницы будут обязаны доводить до сведения потребителей информацию о размерах предельных цен на гостиничные услуги, в том числе на своих сайтах. За невыполнение этого требования им грозит штраф для должностных лиц – до 50 тыс. руб., для ИП и юридических лиц – до двукратного размера излишне полученной выручки.

Против разработанных ФАС законопроектов выступили представители общественных организаций в сфере туризма, гостиничного и ресторанного бизнеса. Они направили письмо с просьбой не поддерживать инициативу главе правительства Михаилу Мишустину. Глава Ростуризма Зарина Догузова также ранее говорила, что ведомство выступает за принципы рыночного ценообразования на туристическом рынке, сообщает "Интерфакс-Туризм".

<https://welcometimes.ru/news/mezhdunarodnye-organizacii-vystupili-protiv-iniciativy-fas-o-regulirovanii-cen-na-gostinicy>

2. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Реанимация туризма.

Деловой туризм: каковы перспективы...перспектив?

Будут ли править бал на рынке TMRC – компании нового поколения?

Пожалуй, отельеры уже не первый месяц как разуверились в возрождении делового туризма хотя бы в отдаленной, скорее туманной перспективе.

Частное лицо может забронировать поездку и собраться в путь за считанные минуты, но многие компании, похоже, будут держать всех или значительную часть своих сотрудников на «привязи» не-выезда еще долгие годы.

Обещанного три года ждут, а не обещанного - пять лет. Так можно трактовать результаты недавнего исследования Euromonitor. Обобщая положение дел, Euromonitor выступает с (текущим) прогнозом, что глобальные расходы на туризм вернуться к своему до-пандемийному уровню только через пять лет. Это более пессимистичный прогноз, чем ранее озвученные надежды / расчеты крупных гостиничных брендов.

Недавно новое исследование представила компания STR.

В нем говорится, что отелям в Европе, полагающимся на иностранных деловых путешественников, предстоит мучительно долгое ожидание восстановления – оно может растянуться на более, чем четыре года. Т.е. отельерам в Европе придется ждать полного возвращения иностранных деловых гостей минимум до 2025 года (!).

«Это может казаться несколько консервативным прогнозом, но к 2024 году у нас не будет восстановления международных деловых поездок», - комментирует управляющий директор STR Робин Россманн.

Несколько консервативным!

В 2022 году в Европе восстановится внутренний туризм. С 2023 году придет в себя и начнет расти международный туризм. К 2024 году оклемаются внутренние деловые поездки. И только где-то после 2024 года могут вернуться к уровню 2019 года международные деловые поездки ... (а могут и не вернуться!) – см. Диаграмму 1

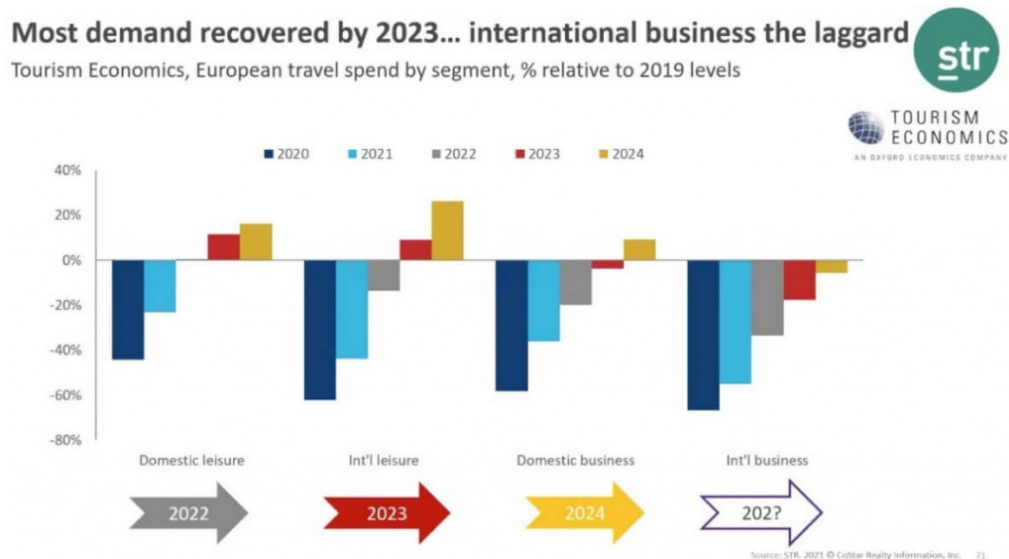


Диаграмма 1. STR: Расходы на поездки в Европе по сегментам, в процентах к уровню 2019 года.

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

Вместе с тем, согласно опросу Global Business Travel Association, проведенному в начале сентября 2021, семь из десяти покупателей услуг туристических компаний в Европе считают, что их сотрудники «готовы» или «очень хотят» путешествовать по делам в нынешних условиях.

Т.е. у большинства людей уже нет (или и не было) психологического страха перед эпидемией ковида). Сдерживающим фактором выступают предписания властей и корпоративные перестраховочные указания компаний.

Вместе с тем, корпоративные боссы уже считают необходимым измерять целесообразность командировок, исходя не только из эпидемиологических вызовов. Во внимание они все настойчивее принимают «карбоновое бремя» - какой ущерб экологии, климату планеты может нанести та или иная командировка (см. о «карбонетрике» - «Как изменение климата влияет на МСЭ»).

Некоторые «эксперты» доходят до того, что заявляют, что «карбоновыми кредитами» нужно обременить всех поголовно людей – куда бы они не поехали, что бы они не съели – все нужно соизмерять с точностью карбоновой «политкорректности».

Кристофер Нассетта, генеральный директор Hilton, полагает, что спрос на деловые поездки превзойдет уровень 2019 года уже через 3 года. «Сообщения о смерти делового туризма сильно преувеличены», - считает он.

Если на крупный корпоративный трафик для заполнения гостиничных номеров стоит мало рассчитывать, то небольшие и средние компании гораздо охотнее готовы отправлять своих сотрудников в командировки.

«Я действительно верю, что мы можем потерять порядка 20-25% рынка международных деловых поездок (навсегда)», - между тем, говорит Себастьян Базен, генеральный директор Assor.

«Мы никогда не вернемся назад - мы не вернемся к докризисному уровню», - считает Стивен Заат, финансовый директор Air France-KLM, говоря о внутрифранцузской сети авиакомпании. (Справедливости ради, следует сказать, что власти Франции в рамках пакета помощи авиакомпании запретили ей выполнять внутренние рейсы по направлениям, куда можно доехать на поезде за 2-2,5 часа).

Глобальная ассоциация деловых поездок (GBTA) ожидает, что общие расходы на деловые поездки в мире в 2024 году составят \$1,24 триллиона - по сравнению с пиковым показателем в \$1,43 триллиона в 2019 году.

Этот прогноз вошел в отчет Bloomberg, в котором 84% респондентов из числа 45 крупных компаний США, Европы и Азии сказали, что ожидают сокращение расходов на командировки после пандемии. Большинство ожидают сокращение командировочных бюджетов в диапазоне 20-40%.

Наиболее радикально высказывался Билл Гейтс, соучредитель Microsoft, ставший недавно совладельцем Four Seasons Hotels and Resorts: «Я предсказываю, что более 50% деловых поездок и более 30% рабочих дней в офисе исчезнут навсегда».

Тем временем директора туристических компаний считают, что трудно получить истинное представление о том, как будет выглядеть спрос на деловые поездки в будущем, пока не откроются международные границы, а сотрудники не смогут полностью вернуться в офисы.

«Вообще говоря, это глупое дело – строить тренд по нижней границе», - замечает Кристофер Нассетта.

Эксперты компании «Аэроклуб» подсчитали, что в 44% компаний командировки по России полностью разрешены на уровне внутренних нормативных актов, в половине компаний деловые поездки по стране допускаются выборочно, и лишь у 6% - они запрещены.

Однако - в связи с карантинными мерами в регионах, усложняющими организацию командировок - 9% компаний полностью отменили поездки по России, даже в том случае, если это не запрещено предписаниями о служебной безопасности.

Большую часть или некоторое число деловых поездок по стране приостановили 25% и 28% организаций, соответственно. Причина в том, что имеются требования отдельных регионов по самоизоляции сотрудников по приезду, необходимость сдавать ПЦР-тест или предоставлять справку о вакцинации при заселении в отель.

Лишь 38% компаний в России вернулись в 2021 году к внутренним командировкам в полном объеме.

«Среди ключевых приоритетов в организации деловых поездок представители бизнеса в 61% случаев называют безопасность сотрудников, а не такие традиционные для компаний показатели, как оптимизация расходов или контроль за соблюдением тревел-политики, — прокомментировала данные отчета Юлия Липатова, управляющий директор «Аэроклуба». — Мы не ждем, что индустрия делового туризма сможет полностью восстановиться в ближайшее время до объемов 2019 года. Однако тенденция однозначно позитивная: 45% респондентов отметили, что в их компаниях бюджет на поездки вырос во втором квартале 2021 года относительно предыдущего периода».

При этом 88% опрошенных компаний сообщили, что в настоящее время наличие прививки от «ковида» не является обязательным условием для командировок.

В глобальном масштабе на гребне пандемии начался бурный 18-месячный период реструктуризации и рефинансирования компаний, скачок приобретений - или, как выразился один эксперт, «гонка вооружений».

Сегодня многие крупные туристические агентства, обслуживающие корпоративных клиентов, выглядят совершенно иначе, чем до пандемии. К тому же, у них новый набор приоритетов, отражающий изменившийся деловой ландшафт.

До пандемии у American Express Global Business Travel было 17 000 сотрудников по всему миру, сейчас – 14 000. Еще в апреле 2020 года Flight Center Travel Group, куда входят бренды корпоративных путешествий FCM и Corporate Traveler, сократила численность своих сотрудников с 20 000 человек до 14 000. BCD Travel сократила 3000 из своих 14 900 сотрудников.

С одной стороны – сокращения, с другой – приобретения. Amex GBT находится в процессе покупки компании Egencia. СТМ приобрела Travel and Transport. TripActions купила Reed & Mackay. TravelPerk «загребастал» Click Travel.

«Мы - один из немногих игроков в индустрии путешествий, которые продолжали расширяться и расти с начала пандемии, используя стратегию, не предусматривающую увольнений», - заявил Ави Меур, соучредитель и генеральный директор TravelPerk.

Вместе с тем, трэвел-компаниям нужно быть начеку. Согласно опросу 313 европейских менеджеров по бизнес-туризму, проведенному Business Travel Show Europe, четверть (28%) покупателей сменили компании по управлению путешествиями за последние 12 месяцев. Еще 36% планируют переместить свой бизнес к другому партнеру к лету 2022 года.

А у вас как с партнерами? Преимущественно они те же или вы их меняете?

На вопрос, почему компании сменили партнеров, 52% опрошенных ответили, что это произошло потому, что их агентство не оказало им достаточной поддержки во время пандемии.

Один из руководителей независимого агентства деловых путешествий говорит, что теперь она сосредоточена на том, чтобы отказаться от бронирования только путешествий как таковых, поскольку деловые поездки становятся все более сложными.

«Сейчас мы сильно продвигаемся в области управления рисками путешествий, я думаю, это путь вперед, - замечает Бекс Дедман, управляющая директор британского агентства Blue Cube Travel. - Я ввожу термин TMRC – «Компания по управлению рисками в сфере путешествий».

Итак, не только управление бюджетами, но и управление рисками при поездках – этот аспект выходит на первый план и становится одним из главных факторов конкурентоспособности компаний и важным условием восстановления (или перезагрузки, трансформации) делового туризма.

Мыслим категориями трансформации, перерождения и анализируем «перспективы перспектив» дальше?

Кстати, что касается гостиничного сектора, то в Европе многие инвесторы и девелоперы предпочли в 2021-2022 годах завершить начатые ранее проекты с новыми отелями, а не сворачивать или замораживать их.

Вера ли в рынок не угасла или деньги все равно уже вложены и надо дожимать историю с инвестициями до конца?

А как у вас с «перспективами перспектив»? ... Куда и как планируете двигаться дальше?

Материал от Павла Баскакова

<https://hotelier.pro/news/item/delovoy-turizm-kakovy-perspektivy-u-perspektiv/>

Массовое введение QR-кодов в регионах остановит восстановление спроса на гостиницы

Эксперты компании «Аэроклуб», лидера рынка делового туризма и ведущего поставщика IT-решений для индустрии, проанализировали бронирования российских отелей представителями бизнеса и выяснили, как изменился спрос в III квартале 2021, где чаще всего останавливаются деловые путешественники и в каких регионах стоит ожидать спада командировочной активности на фоне новых ограничительных мер.

В III квартале 2021 спрос на гостиничную инфраструктуру со стороны бизнеса восстановился на 93%. Больше всего ночей представители бизнеса провели в отелях Москвы, Санкт-Петербурга и Нижнего Новгорода.

Введение QR-кодов и ужесточение требований при заселении в отели привело к росту отмен бронирований на 50%. Больше всего отмен приходится на Москву, Санкт-Петербург и Казань.

По данным исследования, в III квартале 2021 востребованность российской гостиничной инфраструктуры представителями бизнеса восстановилась на 93% от объемов аналогичного периода 2019 года. Средняя продолжительность проживания бизнес-туристов не изменилась и составила два дня. Эксперты отметили выросший спрос на пятизвездочные отели, который превысил «допандемийные» показатели на 6%, а в объектах размещения без категории бизнес-туристы провели на 59% больше ночей, чем двумя годами ранее. Спрос на отели категории «четыре» и «три» звезды сократился на 21% и 13% соответственно. Таким образом, доля ночей,

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

Фокус – Москва и столичный регион

которые деловые путешественники провели в российских отелях категории «три звезды», сократилась на 2% и составила 39%, а доля четырехзвездочных гостиниц упала с 40% до 34%. Доля объектов размещения без категории, к которым в том числе относятся квартиры и апартаменты, выросла за два года и составила 16%. На пятизвездочные отели пришлось 7% от общего числа ночей, которые бизнес-туристы провели в российских отелях, что на 1% выше, чем в «допандемийном» 2019 году.

В III квартале 2021 эксперты отметили незначительный рост стоимости размещения относительно 2019 года. Средняя стоимость отелей категории «три звезды» и объектов размещения без категории выросла лишь на 2% и составила 3150 рублей и 3300 рублей соответственно. Средние цены на пятизвездочные отели выросли на 9% и достигли 7 тысяч рублей за ночь, а гостиницы категории «четыре звезды» подорожали на 6% до 5 тысяч рублей.

Как и двумя годами ранее, чаще всего представители бизнеса останавливались в Москве, Санкт-Петербурге и Нижнем Новгороде. Восстановление спроса на гостиничном рынке столицы происходит медленнее, чем в регионах, – в III квартале 2021 объем ночей, которые деловые путешественники провели в Москве, достиг лишь 74% от показателей 2019 года. Средняя стоимость номеров в столице выросла за 2 года на 13% и составила 6 тысяч рублей. Спрос на отели Санкт-Петербурга восстановился на 96% от «доковидных» показателей, а средняя стоимость размещения упала на 4% и составила 5600 рублей за ночь. Спрос на номерной фонд Нижнего Новгорода у бизнес-туристов сократился на 7% по сравнению с 2019 годом, средняя стоимость не изменилась и зафиксировалась на цифре 3600 рублей за ночь. Также в топ-10 по числу ночей, которые деловые путешественники провели в отелях города, вошли: Екатеринбург (-6% к 2019), Новосибирск (+17%), Красноярск (-21%), Краснодар (-37%), Казань (+3%), Самара (-31%) и Тобольск (-31%).

«В третьем квартале 2021 года количество ночей, забронированных представителями бизнеса в российских отелях, стало приближаться к показателям «допандемийного» 2019 года. Однако на фоне ограничительных мер для борьбы с эпидемией коронавируса, принятых правительством и главами регионов, очевидно, что в четвертом квартале нас снова ожидает спад. Помимо внеплановой нерабочей недели дополнительным негативным фактором для индустрии деловых путешествий выступает требование при заселении в гостиницу предъявлять сертификат о полном курсе вакцинации или результаты ПЦР-тестирования, а также использовать QR-код при посещении общественных мест», – прокомментировала управляющий директор «Аэроклуба» Юлия Липатова.

По ситуации на 25 октября более чем в 50 регионах России уже вступили в силу или заработают в ближайшее время требования о предъявлении QR-кодов при посещении общественных мест. При этом порядка 20 регионов требуют предъявлять справку о перенесенной коронавирусной инфекции или сертификат о вакцинации при заселении в отель. На этом фоне только за последнюю неделю число отмен бронирований выросло на 50% по сравнению с началом месяца и более чем в 4,5 раза превзошло аналогичные показатели 2019 года. Более всего от ограничительных мер пострадали Москва, Санкт-Петербург и Казань.

<https://welcometimes.ru/news/massovoe-vvedenie-qr-kodov-v-regionah-ostanovit-vosstanovlenie-sprosa-na-gostinicy>

В Крыму в отели не заселят без QR кодов

В Крыму с 25 октября нельзя будет заселиться в отели и гостиницы без QR-кода, также можно предъявить сертификат вакцинации, говорится в указе главы республики Сергея Аксенова.

Кроме того, средства размещения рекомендуется требовать с туристов справку об отрицательном результате ПЦР-теста, сделанного не ранее чем за 72 часа до заселения. А на групповые экскурсии будут пускать не более десяти человек.

Без сертификата о вакцинации, QR-кода или ПЦР-теста сроком не более семи дней также не будет возможен допуск в предприятия общепита, фудкорты, музеи, клубы, дискотеки, спа-салоны, фитнес-центры, театры и библиотеки.

Предприятия общественного питания могут работать только до 23.00.

До 1 декабря заполняемость театров, кинотеатров, цирков, концертных организаций и других культурно-досуговых учреждений ограничивается 50%.

На полуострове также вводится режим самоизоляции для граждан старше 65 лет, которые не прошли вакцинацию.

Ранее управление Роспотребнадзора по Крыму и Севастополю ввело обязательную вакцинацию против COVID-19 для работников ряда отраслей, в том числе сферы общепита и сотрудников гостиниц, хостелов, гостевых домов и санаториев, а также работников культурных, выставочных и просветительских мероприятий. Вакцинация обоими компонентами должна быть завершена в декабре. По плану необходимо привить около 700 тыс. человек, на данный момент вакцинацию прошли 515 тыс. крымчан.

https://profi.travel/news/53050/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_18693_211021

Отели Сочи фиксируют отмену до 20% броней из-за антиковидных ограничений

Власти Сочи отмечают снижение загрузки в местах размещения на период нерабочих дней, введенными президентом России Владимиром Путиным и ограничительными мерами губернатора Краснодарского края Вениамином Кондратьевым в связи с угрозой распространения коронавирусной инфекции.

"На период с 30 октября по 7 ноября в Сочи ожидается 75-процентная загрузка средств размещения. Обращу ваше внимание, что еще месяц назад она составляла 95%", — сообщил журналистам мэр Сочи Алексей Копайгородский.

Он отметил, что по итогам года в Сочи ожидают до 7 млн туристов.

"С учетом всех ограничений и санитарно-эпидемиологических мер для нас это такой же вызов, как и пик лета, к которому мы готовы. Контроль над эпидобстановкой в городе осуществляют межведомственные мониторинговые группы. Они контролируют исполнение объектами размещения и общепита требований, которые действуют на территории нашего региона", — подчеркнул градоначальник.

Кроме того, на всех туристических объектах работают волонтеры. Они раздают гостям памятки, маски, напоминают о социальной дистанции.

"Отмечу, что особое внимание мы уделяем транспортной инфраструктуре. Здесь очень жесткий контроль за соблюдением масочного режима", — сказал Копайгородский.

По его словам, в течение всего периода на курорте работает городской оперативный штаб, а также телефонная горячая линия по коронавирусу.

<https://welcometimes.ru/news/oteli-sochi-fiksiryut-otmenu-do-20-broney-iz-za-antikovidnyh-ogranicheniy>

JLL: Небывалый рост доходности на номер в крупных региональных городах России

*) Исследователи John Lang LaSalle (JLL), Cushman & Wakefield, CBRE базируют заключения об «отелях Москвы и регионов» на анализе т.н. «качественного» гостиничного фонда, относящегося к управлению международными сетевыми операторами и части современных отелей национальных сетей. Для значительного числа отечественных гостиниц, не относящихся к этой категории, анализ представляется исключительно в порядке информации – их операционные показатели здесь не представлены и не проанализированы.

Консалтинговая компания JLL проанализировала операционные показатели брендированных гостиниц в ряде крупных российских региональных центров с высоким уровнем конкуренции[**].

** Анализ основан на данных STR по брендированным гостиницам уровня 3-5 звезд и собственных исследованиях JLL.

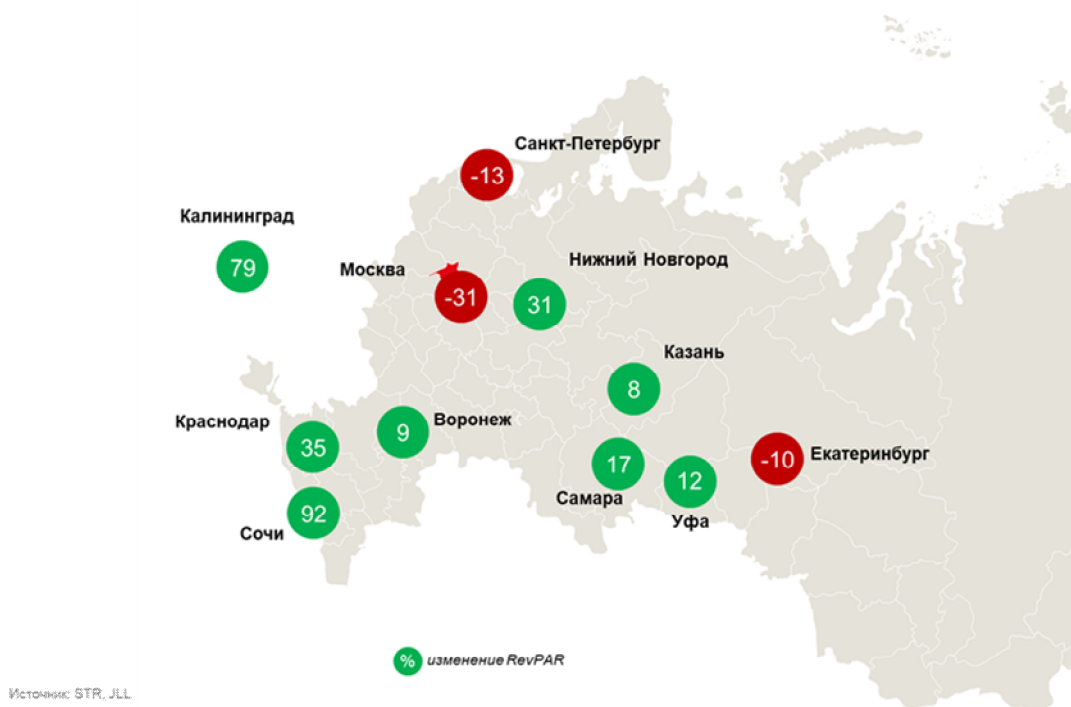
В этом году по итогам января-августа наблюдается существенный рост средневзвешенного дохода на доступный номер (RevPAR) в большинстве крупных российских регионов в сравнении с показателями 2019 года, тогда как в двух столицах – Москве и Санкт-Петербурге – значения по-прежнему сильно отстают от допандемийных.

Так, согласно исследованию JLL, лидером среди проанализированных регионов по динамике RevPAR в январе-августе 2021 года стал Сочи (прибрежный и горный кластеры), где показатель увеличился практически вдвое по сравнению с аналогичным периодом 2019 года; на 2-м месте – Калининград (+79%), замыкает тройку Краснодар (+35%). Значительный рост также наблюдался в Нижнем Новгороде, где доходность на доступный номер прибавила 31% к доковидному 2019 году.

«Если притягательность всесезонного курорта Сочи уже не вызывает удивления, то результаты Калининграда и Нижнего Новгорода во многом связаны с активным развитием и всесторонним продвижением этих двух направлений, – комментирует Яна Уханова, руководитель департамента гостиничного бизнеса компании JLL. – Празднование 800-летия Нижнего Новгорода удачным образом пришлось на период пандемии, сопровождалось существенным обновлением и преображением города. Как результат, отмечается значительный рост интереса к региону: в период мая-августа средняя загрузка брендированных гостиниц Нижнего Новгорода колебалась в пределах 68-70%, а прошедший летний сезон в нем стал наиболее успешным за последние пять лет».

Для сравнения, в Москве и Санкт-Петербурге, которые сильно зависят от зарубежного спроса, показатель RevPAR сократился в январе-августе на 31% и 13% соответственно. Среди изученных региональных рынков падение было зафиксировано только в Екатеринбурге (-10%), где высоко влияние крупных международных и федеральных мероприятий.

Динамика RevPAR на рынке брендированных гостиниц, январь-август 2021 года к аналогичному периоду 2019 года



Источник: STR, JLL

«Пандемия коронавируса и связанные с ней ограничения существенно ослабили гостиничные рынки, ориентирующиеся в первую очередь на деловой спрос, иностранных гостей и MICE-сегмент, тогда как региональные центры, напротив, выиграли от невозможности россиян выехать за рубеж, – отмечает Яна Уханова. – В результате, например, в Калининграде загрузка в январе-августе этого года достигла 74% против 58% в аналогичном периоде 2019 года, а средний тариф увеличился на 40%, до 6,3 тыс. руб. Самый значительный рост цен на фоне ажиотажного спроса наблюдался в Сочи – 91%, до 11,8 тыс. руб.».

Разнонаправленная динамика операционных показателей гостиниц в разных регионах является отражением последовательного восстановления различных сегментов спроса, первым из которых возрождается индивидуальный досуговый туризм. Далее следует индивидуальный деловой спрос, самостоятельные автомобильные путешествия, по мере восстановления авиасообщения и снятия запрета на командировки на рынок будет возвращаться корпоративный спрос, а в последнюю очередь – групповой туризм.

«Пандемия стала катализатором структурных изменений на гостиничном рынке, которые будут развиваться. Текущие показатели наглядно подтверждают, что внутренний турист в России существует, и главный вопрос сегодня – как его удержать и заставить вернуться. По нашей оценке, в России на разных этапах реализации находятся около 130 гостиничных проектов совокупно на 34 тыс. номеров, – говорит Яна Уханова. – Для того, чтобы привлечь гостя даже при открытых границах важно развитие туристического бренда региона, формирование событийной программы, а для иностранных гостей – внедрение единой электронной визы. Все это будет как способствовать развитию самих регионов, так и поддерживать гостиничный и туристический бизнес в них».

<https://hoteliernews.ru/jll-nebyvalyy-rost-dohodnosti-na-nomer-v-krupnyh-regionalnyh-gorodah-rossii>

Азимут Александра Клячина

Международная сеть отелей с российскими корнями AZIMUT Hotels сегодня является крупнейшей гостиничной сетью страны, которая представлена в России и за рубежом. Под ее управлением – более 50 отелей 3* и 4* на территории 32 городов в 4 странах мира (Россия, Германия, Австрия, Израиль). А начиналась история компании 17 лет назад с покупки малоизвестным тогда предпринимателем Александром Клячиным гостиницы «Националь» в Самаре.

Самара стала отправной точкой в биографии Клячина в качестве отельера. Памятник архитектуры и истории областного значения был построен в конце XIX века купцом Павлом Гудковым. Гостиница в историческом центре города представляла собой устаревшее здание, которое приносило убытки и требовало реконструкции. Именно с этого объекта начинается опыт девелопера по бережной реновации исторических зданий. Он решает приобрести гостиницу, провести реконструкцию – так появляется первый отель под брендом AZIMUT.

В 2006 году создается бренд AZIMUT Hotels. В этот период Александр Клячин предпринимает важный шаг как инвестор, работающий на российском рынке гостеприимства – он выстраивает грамотный менеджмент, привлекая европейских специалистов из компании Hamilton Hotel Partners. Они разрабатывают единую концепцию сети, устанавливают международные стандарты сервиса, обучают персонал, контролируют реновацию объектов. Открываются отели в Самаре, Уфе, Костроме, Санкт-Петербурге, Владивостоке, Астрахани и Мурманске.

Азимут на Европу

В 2008 году развитие компании делает зигзаг по нетипичному для российских сетей пути – она выходит на европейский рынок и получает статус международной. Открываются отели в крупных городах Германии и Австрии (Берлин, Дрезден, Кельн, Мюнхен, Нюрнберг, Эрдинг, Вена).

Компания растет и активно пополняется новыми отелями. Развивая сеть, Александр Клячин понимает, что для создания образа единой гостиничной сети в глазах туристов отели должны объединять общий стиль, архитектурное решение и узнаваемая айдентика бренда. В 2012 году он привлекает зарубежное архитектурное бюро для разработки интерьера и организации пространства, которая отвечала бы отелям формата bed&breakfast для бизнес-туристов. Создается концепция SMART, которая объединяет multifunctionality пространства и стильный лаконичный дизайн. Начинается реновация отелей и новая концепция поэтапно внедряется в ключевые объекты сети.

В этом же году открывается первый отель AZIMUT в Москве на территории Даниловской мануфактуры. Предприниматель берется за масштабный проект по реконструкции старинного предприятия 1867 года постройки с последующим переводом его в статус делового пространства. За основу инвестор берет концепцию редевелопмента промышленных зон, успешно реализованную в Европе. Новый отель получает название AZIMUT Отель Тульская, и в первый год работы он входит в список лучших отелей столицы.

Азимут на Ближний и Дальний восток

В 2019 году Клячин пробует новый для себя рынок и открывает отель в деловом центре Израиля, на берегу Средиземного моря – AZIMUT Отель Нетания.

В 2019-2021 гг., кризисный период для туристической сферы, Александру Клячину удается предпринять нужные управленческие шаги для удержания среднего уровня загрузки по сети 60%, а также переключить фокус внимания на развитие внутреннего туризма в России.

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

Фокус – Москва и столичный регион

В июне Клячин подписывает соглашение с губернатором Кемеровской области Сергеем Цивилевым, согласно которому бизнесмен построит новый туристический кластер на горнолыжном курорте «Шерегеш». На территории курорта появятся отели и 3-4* 4-5* под брендом AZIMUT Hotels, также планируется сооружение горнолыжных трасс, постройка домов-шалы, апартаментов и конгресс-зала площадью 3,5 тыс. кв. метров.

А в октябре этого года открылся первый отель сети на Кавказе – AZIMUT отель Каспийск в Дагестане, на берегу Каспийского моря.

<https://hoteliernews.ru/azimut-aleksandra-klyachina>

А тем временем...московский отель признан лучшим роскошным романтическим отелем

Radisson Blu Olympiyskiy Hotel, Moscow — официальный победитель премии World Luxury Hotel Awards 2021

Ежегодная премия World Luxury Awards проходила в этом году на Маврикии и собрала 1 000 участников со всего мира. Эта премия присуждается самым роскошным отелям и ресторанам за высочайшее качество обслуживания. Награды вручаются по странам, регионам, континентам и миру. Победители выбираются публичным голосованием онлайн, что обеспечивает истинное признание.

Ресторан FireLake Moscow, который расположен на первом этаже отеля Radisson Blu Olympiyskiy Hotel, Moscow и популярен среди гостей, также получил награду Luxury Grill.

Radisson Blu Olympiyskiy Hotel, Moscow расположен всего в 3 км от центра Москвы и возвышается на 125 метров над городом, из каждого номера в отеле открываются незабываемые виды.

Для влюбленных идеально подходят номера категории «Полулюкс» с круглой ванной у панорамного окна. В отеле предоставляется романтический пакет, который предусматривает повышение категории номера до «самого романтического» — полулюкса, приветственный комплимент, завтрак в номер на двоих на следующее утро, поздний выезд в 6 вечера и украшение номера лепестками роз. При заезде молодоженов, в номер ставят специальный комплимент от шеф-повара — клубнику в шоколаде и игристое вино.

Просыпаться от ярких красок рассвета и засыпать под ночные огни города — это уже очень романтично. Проводить выходные наедине с любимым человеком вдали от суеты большого города, но любясь его красотой ещё более вдохновляюще. Пятизвёздочный рум-сервис и высокие стандарты обслуживания дополняют этот отдых и делают его незабываемым.

<https://welcometimes.ru/news/moskovskiy-otel-priznan-luchshim-roskoshnym-romanticheskim-otelem>

Открыт прием заявок на конкурс профессионалов туристической индустрии «Путеводная звезда — 2021»

С 19 октября по 2 ноября компании и люди, работающие в сфере туризма и гостеприимства, могут подать заявку на участие в конкурсе профессионалов отрасли «Путеводная звезда», организованном комитетом по туризму города Москвы.

Представителей гостиничной и туристической индустрии столицы приглашают принять участие в конкурсе на присуждение премии «Путеводная звезда». Попробовать свои силы могут индивидуальные предприниматели, юридические и физические лица, работающие в Москве. Ежегодно премию вручают лучшим экскурсионным проектам, туристическим сервисам, гостиницам и

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

Фокус – Москва и столичный регион

профессионалам отрасли. Победителей выберут с помощью онлайн-голосования на портале «Активный гражданин».

В числе основных номинаций конкурса – «Московский завтрак», «Ресторан русской кухни», «Московская кондитерская», «Московский гастромакет», «Московские впечатления: выставки и музеи», «Московские впечатления: для детей», «Московское гостеприимство: музеи», «Московское гостеприимство: новая точка притяжения», «Московские впечатления: экскурсии, развлечения», «Московское гостеприимство: туроператор», «Лучшая гостиница “пять звезд”», «Лучшая гостиница “четыре звезды”», «Лучшая гостиница “три звезды”», «Лучший хостел», «Лучший бутик-отель», «Москва в медиа», «Москва в радиоэфире» и «Стартап года».

Впервые в списке номинаций конкурса представлены «Ресторан русской кухни», «Московская кондитерская», «Московский гастромакет», «Москва в радиоэфире», а также «Стартап года» от цифрового туристического сервиса Russpass.

С 3 по 9 ноября будут рассматриваться поступившие заявки, их оценят по таким критериям, как средняя ежемесячная загрузка туристами или посетителями, количество отраслевых премий за последние пять лет, уровень эпидемиологической безопасности. Ознакомиться со всеми критериями можно на сайте премии.

Премия «Путеводная звезда» учреждена Правительством Москвы в 1999 году. Ее цель – повышение туристической привлекательности столицы. Присуждение премии стало важным событием в жизни столичной индустрии гостеприимства. За звание лучших ежегодно борются московские отели, туристические компании, гастрономические проекты, городские фестивали, архитектурные объекты и другие.

<https://hoteliernews.ru/otkryt-priem-zayavok-na-konkurs-professionalov-turindustrii-putevodnaya-zvezda-2021>

3. Юридический практикум для работников гостиничного бизнеса и происшествия в гостиницах

Могут ли гостиницы требовать от постояльцев оплаты причиненного ущерба

Гостиницы во всем мире сталкиваются с проблемой порчи и краж своего имущества постояльцами.

Например, по оценке American Hotel & Lodging Association, потери американских гостиниц оцениваются примерно в 100 млн долларов в год. В России такую статистику найти сложно. Прежде всего потому, что у нас слишком разрозненная система мест размещения. Часть гостевых домов работают нелегально или полунелегально и не очень-то стремятся афишировать проблемы.

Крупные сетевые отели, принадлежащие международным гостиничным сетям, конечно же, не проверяют номера после выезда постояльцев. Но любой отель не работает себе в убыток. Все эти издержки уже заложены в стоимость проживания.

Переживают за каждую испачканную простыню или разбитую кружку, как правило, владельцы небольших отелей в провинциальных городах.

Какой ущерб могут причинить постояльцы отелю

Незначительный и мелкий ущерб. Его люди обычно причиняют по неосторожности или ненамеренно. К такому ущербу относится разбитая посуда, пропажа столовых приборов, испачканные или разорванные постельные принадлежности, полотенца, вынос гостями моющих средств из ванной комнаты, блокнотов, ручек, продукции мини-бара и т.п.

Крупный ущерб. Это когда постояльцы умудряются вынести из номера мебель, ценные предметы интерьера, дорогостоящую технику, устроить коммунальную аварию или пожар. Известен даже случай, когда один из постояльцев отеля Four Seasons Beverly Wilshire Hotel умудрился вынести из номера мраморный камин.

Могут ли отельеры требовать возмещения ущерба

В российских законах нет четкого определения, что такое ущерб, причиненный постояльцами местам размещения. Поэтому данный вопрос регламентируется только внутренними правилами компаний.

«В большинстве зарубежных стран и в российских отелях международных сетей после выезда гостя не осуществляется проверка номера. Соответственно определить, что это именно гость что-то сломал или испортил, нельзя. Стоимость ущерба входит в издержки компании. Если мы говорим о случайном ущербе, то обычно гостиницы не устраивают из-за сломанной ножки кровати, испачканных простыней или полотенца разбирательство и тем более не подают по этому поводу в суд. Максимум, что грозит гостю — его отчитают не слишком вежливые уборщицы или администраторы», — говорит адвокат Алиса Волхова.

Но вот если постоялец умышленно и целенаправленно навредил гостинице, тогда в силу вступает гражданское, а порой даже уголовное законодательство.

«Например, если пьяный гость разбил стекла в номере и в холле гостиницы, то администраторы вызовут полицию и в заявлении уже опишут ущерб. Если человек не возместит его добровольно, то гостиница вправе подать в суд», — пояснила юрист.

В том случае, если гостиница все же пытается привлечь к ответственности постояльца за неумышленный ущерб ее имуществу, необходимо потребовать у сотрудников гостиницы акт приема-передачи номера, подписанный постояльцем.

Какие права имеют постояльцы отелей

Права проживающих защищает закон о защите прав потребителей, а также Гражданский кодекс. Там, в частности, регламентируются и некоторые аспекты гостиничной деятельности.

Так, например, в каждом гостиничном номере должна быть размещена информация о порядке проживания. Она должна быть представлена на русском языке, дополнительно ее можно перевести на языки, которые распространены в том или ином регионе.

По Гражданскому кодексу гостиница или отель обязаны предоставить услуги каждому, кто в них нуждается. Отказать в обслуживании можно только в случае, если предоставить услугу невозможно, например, при отсутствии свободных мест. Отельеры могут отказать и постояльцам с домашними животными. Этот аспект законом не регламентируется, поэтому решение принимает администрация.

Отельер также не может обуславливать выполнение одних услуг обязательным оказанием других. Примером может служить заселение в гостиницу при условии оплаты завтраков. Такие действия расцениваются как навязывание услуги, и потребитель, оплатив завтрак, вправе потребовать возмещения его стоимости.

Посетитель вправе расторгнуть с гостиницей договор в любое время, оплатив время фактического проживания, а не полную стоимость за сутки или период проживания, если ему необходимо уехать или не понравилось обслуживание. Например, человек оплатил проживание в гостинице, имеющей категорию «четыре звезды», но впоследствии выяснилось, что на ее территории нет бассейна, что является обязательным требованием для гостиниц такого уровня. Если постоялец при выборе отеля и заселении не был информирован об этом, он имеет право не оплачивать услуги, а если оплатил, то потребовать оплату обратно.

За утрату денег, ценных бумаг, драгоценностей, дорогих вещей гостиница отвечает при условии, если они были приняты ею на хранение либо были помещены постояльцем в предоставленный ему гостиницей индивидуальный сейф

<https://hoteliernews.ru/mogut-li-gostinitsy-trebovat-ot-postoyaltsev-oplaty-prichinennogo-uscherba>

4. Гостиничный бизнес за рубежом: новости, тренды

Radisson Hotel Group подводит итоги 3 квартала 2021 года

Radisson Hotel Group, одна из крупнейших в мире гостиничных сетей, подводит итоги 3 квартала 2021 года со значительным расширением портфеля группы в регионе Европа, Ближний Восток и Африка (ЕМЕА), где было подписано более 50 и открыто порядка 30 отелей. Radisson Hotel Group продолжает путь к восстановлению и выполнению амбициозного пятилетнего плана расширения и преобразований. Эффективность стратегического плана развития Radisson Hotel Group обеспечила группе возможность быстрого восстановления. С начала пандемии Radisson Hotel Group добилась значительного роста, подписав более 250 соглашений об открытии отелей по всему миру, включая 100 отелей в Китае.

Эли Юнес, директор по развитию Radisson Hotel Group, сказал: «Наши инициативы становятся все более актуальными для гостей и инвесторов. Мы благодарны и признательны собственникам за доверие к нашим людям и брендам. Мы обязуемся продолжать создавать больше возможностей для клиентов и партнеров по мере того, как мы постепенно вступаем в переходный период восстановления туристической отрасли».

С начала 2021 года Radisson Hotel Group подписала более 50 соглашений об открытии отелей в регионе Европа, Ближний Восток и Африка (ЕМЕА). Основные показатели, достигнутые в 3 квартале 2021 года:

- Подписание третьего в России и второго в Сочи отеля под брендом Radisson Collection и открытие двух отелей под брендом Radisson Collection в Милане и Севилье, что ознаменовало появление бренда в Испании и дальнейшую экспансию в Италии.

- Открытие первого отеля Radisson RED в центре Лондона, Radisson RED London Greenwich The O2.

- Активное расширение в Марокко с подписанием семи новых отелей, из которых пять на 1 600 номеров уже открылись летом. Таким образом, портфолио группы в Марокко достигло 10 отелей, что ускоряет реализацию стратегического плана по наличию в портфолио 15 действующих и готовящихся к открытию отелей в стране к 2025 году.

- Двукратное увеличение присутствия группы в Мекке, Саудовская Аравия за счет присоединения почти 1000 номеров и апартаментов с обслуживанием в Thakher City.

Стремительное глобальное расширение Radisson Individuals до более чем 20 отелей в регионе ЕМЕА за один год с момента создания бренда, включая первый в Греции отель под брендом Radisson Individuals – Anda Hotel Athens, a member of Radisson Individuals.

В преддверии конференции ООН по изменению климата (COP26) Radisson Hotel Group поддерживает социально ответственные подходы к восстановлению индустрии гостеприимства. В соответствии с целью группы по сокращению выбросов углекислого газа и воды на 30% к 2025 году, Radisson Hotel Group увеличивает количество «зеленых» отелей в своем портфолио, недавно добавив в него такие проекты, как Radisson Collection Hotel, Magdalena Plaza Sevilla, который является первым в Испании отелем с сертификатом LEED (Лидерство в энергосберегающем и экологическом проектировании), Radisson Collection Hotel Gran Via Bilbao, Radisson RED Hotel Dubai Silicon Oasis и Radisson Resort & Spa Lonavala в Индии.

<https://hoteliernews.ru/radisson-hotel-group-podvodit-itogi-3-kvartala-2021-goda>

5. Интересное и полезное для отельера

Как справиться с общими проблемами в гостиничном бизнесе?

Простые ответы на повседневные вопросы

Не все проблемы в гостиничной сфере уникальны, но многие из них характерны для гостиничного бизнеса и других отраслей.

Вы разочарованы и действительно хотите преодолеть трудности в гостиничном бизнесе? Не волнуйтесь! Несмотря на нестабильность рынка, вы становитесь свидетелями роста числа путешественников во всем мире, которые стремятся получить лучшие гостиничные услуги по лучшей цене. Большой приток туристов делает индустрию путешествий и гостеприимства очень прибыльным бизнесом, в котором всегда есть что предложить гостям любого возраста.

Почему вы должны знать о проблемах индустрии гостеприимства? Ответ достаточно прост. Чтобы ваш отель работал, процветал и приносил доход, вам необходимо осваивать новые технологии, реализовывать стратегические решения на основе данных, собранных из различных источников, и развивать свой гостиничный бизнес.

Давайте рассмотрим основные проблемы управления гостиничными проектами и пути их решения.

Удержание персонала

Задача: Каждому отелю требуется квалифицированный персонал на всех направлениях; будь то администрация, обслуживание, кухня, уборка или стойка администратора. Отсутствие навыков у образованной молодежи, окончившей учебные заведения, также оказывается серьезной проблемой в гостиничном бизнесе.

Решение. Единственное доступное средство - это регулярное обучение новых сотрудников. Необходимо проводить тренинги для персонала и мотивировать сотрудников путем поощрения за качественную работу.

Изменение маркетинговых тенденций и динамики.

Проблема: Изменение рекламной и маркетинговой тенденции часто создает проблемы для отельеров. Традиционные методы маркетинга сейчас не так эффективны. Таким образом, для тех, кто всегда придерживался старой школы, это становится одной из самых больших проблем индустрии гостеприимства. Интернет-маркетинг - верный метод, хотя владельцам отелей потребуются годы, чтобы укрепить свои позиции.

Решение. Вовлечение гостей в социальные сети, приложения для обмена сообщениями и другие онлайн-источники могут творить чудеса и дать вам результаты через несколько месяцев. Внедрение эффективных стратегий цифрового маркетинга - надежное решение таких проблем в индустрии гостеприимства. В их число могут входить: контент-маркетинг, email-маркетинг, поисковый маркетинг (SEM), поисковая оптимизация (SEO), контекстная реклама, маркетинг в социальных сетях и партнерский маркетинг. Необходимо быть последовательным и терпеливым в отношении любой тактики, которую вы применяете.

Операционные вопросы

Задача: В гостиничной индустрии существует бесчисленное множество операционных проблем. Начиная от управления бронированием, приема гостей, выполнения всех операций фронт-офиса, поддержания чистоты в гостиничных номерах и помещениях и многого другого. Однако отделы отелей часто не

выполняют все задачи синхронно, что приводит к хаосу и неудовлетворенности гостей.

Решение: Помимо операций, проблемы и решения фронт-офиса связаны с интегрированной системой PMS отеля. Чем быстрее вы его примете, тем лучше для вашего отеля. Ваши операции автоматизированы, а функции отделов синхронизируются с PMS, потому что это в значительной степени упрощает коммуникацию между отделами.

Вопросы по хозяйственному отделу гостиничного комплекса.

Задача: Чистота - основное требование каждого гостя. Поставьте себя на место гостя: вы также запросите чистый и аккуратный номер в отеле, когда будете путешествовать.

Решение: Проблемы в хозяйственном отделе необходимо решать с помощью эффективных стратегий и мыслительного процесса.

Например, вы можете отслеживать как прибытие, так и список отбытия гостей через программное обеспечение отеля. Строгое отслеживание заезда и выезда гостей через программное обеспечение отеля, поможет контролировать время уборки и рассчитать сколько персонала вам необходимо в течении дня.

Потребности и запросы гостей.

Проблема: потребности гостей - одна из самых больших проблем в гостиничном бизнесе. Вы были свидетелями того, что в наши дни гости требуют от отеля гораздо большего. Скоростной интернет, уникальные впечатления от пребывания и услуги быстрой регистрации заезда. Из-за COVID19 они также будут рассчитывать на бесконтактные гостиничные услуги для обеспечения безопасного проживания. Конечно, выполнить эти требования довольно сложно из-за ресурсов, но сделать это необходимо.

Решение: Бесконтактные гостиничные услуги могут быть предоставлены с помощью правильных технологий. Будьте в курсе последних тенденций в гостиничной индустрии. Это поможет вам лучше соответствовать меняющимся ожиданиям гостей.

Проблемы безопасности данных.

Задача: Вопрос безопасности не является новым. Несмотря на то, что наши методы защиты данных значительно продвинулись вперед. Угрозы кражи цифровых данных и утечки конфиденциальных данных вызывают озабоченность отельеров во всем мире.

Решение: Первым шагом к обеспечению безопасности данных является обеспечение надлежащего хранения данных. Прекратите иметь дело с таблицами Excel. Перейдите на безопасные технологии, которые предотвратят утечку ваших данных. Таким образом вы укрепите доверие к своему отелю и сможете привлечь больше гостей.

Поддержание репутации вашего бренда в интернете и социальных сетях.

Задача: Прежде чем бронировать номер в отеле, опытные в интернете клиенты обращают внимание на репутацию бренда. Но поддержание репутации в интернете - еще одна серьезная проблема, с которой часто сталкиваются отели.

Решение: Согласно опросу, 93% путешественников проверяют отзывы об отелях перед бронированием номера, а 33% гостей не предпочитают бронировать отель без отзывов. Более того, всегда важно отслеживать, что гости говорят о вашем бренде и услугах, которые вы предоставляете. Системы управления отзывами

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

Фокус – Москва и столичный регион

помогают отслеживать, управлять и отвечать на ваши онлайн-обзоры - независимо от платформы и языка.

Потеря постоянных гостей отеля.

Задача: Поскольку различные отели постоянно предлагают привлекательные предложения, гости, как правило, не ограничиваются одним брендом. Скорее, они открыты для нового опыта.

Решение: Реализация программ лояльности - САМЫЙ практичный способ увеличить базу лояльных клиентов. К ним относятся предложения удобств, скидки и бонусные баллы для гостей. Таким образом, даже если они перестали пользоваться услугами, вы можете подойти к своим гостям и предложить им специальные предложения или пакет услуг.

Изменения в технологии

Задача: Достижения в области технологий меняют все аспекты нашей повседневной жизни. Прошли те времена, когда гости ждали часами или днями, чтобы получить ответы на любой вопрос. Сегодня клиенты ждут от отелей быстрого ответа и обслуживания. Приспособиться к таким постоянным изменениям крайне сложно, что представляет собой проблему.

Решение: Отели начали выстраивать общение с гостями с помощью чат-ботов. Чат-боты позволяют гостиничным комплексам мгновенно отвечать на каждый запрос посетителей. Это еще больше увеличивает количество бронирований отелей и доход.

Растущая конкуренция.

Проблема: В наши дни все больше и больше владельцев недвижимости время от времени сдают в аренду свои апартаменты по разумной цене. Из-за чего путешественники предпочитают выбирать эти варианты проживания. А также, новые отели появляются на рынке каждый день, тем самым, растет конкуренция.

Решение: В первую очередь необходим тщательный анализ конкуренции. Вам нужно знать, как обстоят дела у ваших конкурентов, отслеживать их стратегии, а затем разрабатывать более эффективные планы для вашей собственности. Кроме того, вам нужно предложить что-то значимое, чтобы привлечь ваших гостей. Постоянные инновации и персонализированные услуги в конечном итоге - единственный способ победить конкурентов.

Восстановление бизнеса после стихийных бедствий и кризиса.

Задача: Во время вспышки COVID19 весь мир перестал путешествовать, из-за чего гостиничная индустрия также была вынуждена существенно сократить свою деятельность. Отмененные бронирования, карантин на неопределенный срок, закрытые отели... Вероятно, это были самые тяжелые времена для индустрии туризма и гостеприимства.

Хотя выжить в эти времена - непростая задача, еще сложнее выйти из них победителем. И труднее всего восстановить бизнес в эти нестабильные времена.

Решение: Честно говоря, никто из нас не мог представить себе такую ситуацию, когда мы будем бороться за свое выживание. Но это полностью зависит от нас, как мы видим эти проблемы, извлекаем уроки из них и становимся еще сильнее, чем мы были.

Компании воспользовались этой возможностью, чтобы развиваться, вводить новшества и готовиться к будущему. Мы не можем контролировать данные

стихийные бедствия, но можем работать над оптимизацией наших операций и обеспечивать сохранение нашего бизнеса в условиях хаоса.

Пройдя через вышеупомянутые пункты, вы теперь можете иметь четкое представление о том, с какими проблемами в гостиничной индустрии мы сталкиваемся. Определив их, вы можете работать над их решением.

Материал от Анастасии Гнатюк

<https://hotelier.pro/management/item/kak-spravitsya-s-obshchimi-problemami-v-gostinichnom-biznese-prostye-otvety-na-povsednevnye-voprosy/>

Новые технологии в туризме

В индустрии туризма и гостеприимства уже много лет ведутся дискуссии о новых технологиях, таких как искусственный интеллект (ИИ), виртуальная реальность (VR), дополненная реальность (AR), интернет вещей (IoT), биометрия и голосовые помощники. Сейчас их влияние на туристическую индустрию остается сомнительным. Скорее, это маркетинговый ход, чем действующие инструменты.

Представим такую картину. Джек - удаленный работник из Нью-Йорка, работающий в компании по разработке программного обеспечения со штаб-квартирой в Торонто. Хотя он регулярно встречается с командой, используя очки смешанной реальности, несколько раз в год он ездит в Торонто на личную встречу.

Когда приходит время, Джек на автомобиле без водителя отправляется в Торонто. Когда настает время очередной поездки, он просит свой iPhone25 заказать самоуправляемый автомобиль. Раскладывающиеся сиденья позволяют заснуть и приехать полностью отдохнувшим. Машина высаживает его у отеля в 7 утра, где он уже зарегистрировался, и отель уведомлен о раннем прибытии. Джек может быстро принять душ, слушая подкаст, транслируемый из динамиков в ванной комнате, а одеваясь, он читает свои заметки о встречах на зеркале. Поняв, что забыл свою зубную щетку, он просит ее у Алексы. Через две минуты он получает уведомление о том, что зубная щетка прибыла. Когда он открывает свою дверь, робот с мягким голосом предлагает ему бамбуковую зубную щетку и уезжает. Прибыв в свой офис, Джек входит в здание, используя чип, имплантированный в руку. Это тот же чип позволяет получить доступ к рабочему ноутбуку, и его же Джек использует для оплаты расходов во время деловых поездок.

Однажды это может стать реальностью, это вопрос только времени. Обсудим четыре основных технологических блока, которые имеют наибольшие шансы изменить туристическую отрасль.

1) Искусственный интеллект.

Существует три этапа, которые описывают эволюцию Искусственного интеллекта. Первый этап — это искусственный интеллект, также называемый слабым ИИ. Слабый ИИ так же умен, как и разработчик-человек, который его разрабатывает (а часто намного глупее), и может выполнять только конкретные задачи. Это Alexa, Siri или программное обеспечение для распознавания лиц. Следующим этапом является искусственный общий интеллект, также называемый сильным ИИ, где ИИ способен воспринимать неструктурированные данные из нескольких областей, может осмысливать их и принимать самостоятельные решения. Существует мнение, что мы скоро увидим это, хотя в 2021 еще нет примеров сильного ИИ. Заключительный этап - искусственный суперинтеллект, где ИИ превосходит человеческий интеллект. Именно это называют технологической сингулярностью.

Другая общепринятая классификация сосредоточена на различных типах ИИ. Это разделение на основе функциональности разделяет реактивный ИИ, ИИ с

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

Фокус – Москва и столичный регион

ограниченной памятью, ИИ с теорией разума и ИИ с самосознанием. Все существующие сегодня приложения искусственного интеллекта, включая голосовые помощники, чат-боты, распознавание лиц и самоуправляемые автомобили, являются машинами с ограниченной памятью.

ИИ — это обширная область, которая постоянно развивается. Машинное обучение - ключевая отрасль искусственного интеллекта, которая уже широко используется в индустрии туризма. Машинное обучение может оказать большое влияние на сервис и сделать его более персонализированным, и в индустрии путешествий остаются большие возможности для персонализации процесса бронирования.

2) Появление умных динамиков и чат-ботов

В 2014 году Amazon запустила Amazon Echo с Alexa. Это привело к появлению доступного голосового помощника в миллионах домов. Два года спустя Google выпустила смарт-динамик Google Home со встроенным помощником Google.

Наряду с ростом популярности голосовых помощников, заметную роль во взаимодействии потребителей с бизнесом стали играть чат-боты. Некоторые туристические компании создали собственных ботов, в то время как другие пользуются услугами сторонних поставщиков. Чат-боты избавляют сотрудников от необходимости выполнять черную работу и могут улучшить коммуникацию с потребителями.

Чат-боты используются не только для ответов на вопросы потребителей, но также позволяют осуществлять все более сложные взаимодействия, такие как бронирование авиабилетов и отелей. Голосовые помощники отстают в этом плане из-за проблем с конфиденциальностью, а также из-за того, что пользователи не вполне доверяют голосовым помощникам при совершении покупок.

Бронирование путешествий во много раз сложнее, чем заказ продуктов в соседнем супермаркете, а это означает, что сегодня потребители не готовы покупать поездки с помощью голосового помощника. Пока они используют голосовые помощники для информации о времени вылета, продолжительности перелета и ценах на следующую поездку.

3) Биометрическая идентификация.

Наиболее очевидный пример использования технологии биометрической идентификации для улучшения качества обслуживания путешественников - в аэропорту. Аэропорт Дасин в Пекине, Китай, считается одним из самых “умных” аэропортов, действующих на сегодняшний день. Он был открыт в сентябре 2019 года и реализовал проверку пассажиров с помощью распознавания лиц.

Другие области в сфере путешествий, где все чаще будет использоваться распознавание лиц, - отели и мероприятия. Отели могут предложить гораздо более индивидуальное обслуживание, если камера фиксирует гостя, входящего в вестибюль. Персонал, таким образом, опознает личность гостя без необходимости запрашивать удостоверение личности. Регистрация на мероприятие также все чаще осуществляется с помощью распознавания лиц, когда участники могут заранее отправить свою фотографию, а затем воспользоваться киоском самостоятельной регистрации по прибытии на мероприятие.

4) Самоуправляемые транспортные средства

Влияние самоуправляемых автомобилей на туристическую индустрию еще предстоит оценить. Технология быстро развивается, но сегодня рынок не готов к полностью автономным автомобилям.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Автономность транспортных средств оценивается по возрастающей шкале, автономной таксономии Международного общества автомобильных инженеров. Большинство автомобилей сегодня попадают на уровни от 0 до 3, где уровень 0 не имеет автоматизации, уровень 1 предлагает помощь водителю, а уровень 2 предлагает частичную автоматизацию. Хотя появление полностью автономных транспортных средств уже много лет кажутся естественным развитием событий, такого предложения на рынке еще нет.

Такие автомобили без сомнения окажут влияние на рынок путешествий. Автономные транспортные средства идеально подходят для доставки туристов из аэропорта или железнодорожного вокзала в отели.

5) 5G

В сочетании с другими технологиями, такими как облако и интернет вещей, 5G позволит значительно расширить сбор и использование данных. Отелям следует задуматься о том, какое влияние 5G может оказать на предложение Wi-Fi.

Влияние 5G на туристическую индустрию будет далеко идущим, поскольку улучшит возможности подключения путешественников, сможет способствовать внедрению инструментов виртуальной реальности и дополненной реальности.

В то время как 4G сделал путешественников менее зависимыми от распечатанных посадочных талонов и карт города, 5G позволит путешественникам подключаться к каждому электронному устройству вокруг них и в облаке. Это позволит использовать самоуправляемые автомобили, а также улучшит конференцсвязь. Учитывая, что коронавирус в настоящее время влияет на поведение в поездках и на работе, сеть 5G может способствовать устойчивому переходу к виртуальным встречам.

Во многих отелях доступ к Wi-Fi остается платной услугой, но, если гости смогут пользоваться сетью 5G на своем телефоне или ноутбуке, то больше не будут нуждаться в этой услуге. Руководству отеля придется принимать решения о том, обновлять ли устаревшую инфраструктуру Wi-Fi сейчас или ждать включения 5G.

6) Виртуальная и дополненная реальность.

Несмотря на большие ожидания, очки виртуальной реальности до сих пор не прижились в индустрии путешествий. Дополненная реальность доступна практически каждому потребителю через камеру смартфона, и обладает гораздо большим потенциалом.

Дополненная реальность может быть интересна организаторам мероприятий, поскольку позволит использовать помещения, которые традиционно не воспринимаются как места проведения мероприятий. Рестораны смогут предоставить меню на разных языках и предоставить дополнительную информацию для путешественников. Отели будут предоставлять информацию об удобствах в гостиничных номерах с помощью дополненной реальности. Нет никаких сомнений в том, что новые технологии привлекают много внимания. Существует вероятность их огромного влияния на туристическую индустрию. Искусственный интеллект, виртуальная реальность, дополненная реальность и G5 появятся в недалеком будущем и будут оказывать влияние на отрасль в целом. Пока же эти технологии остаются в большей степени маркетинговым ходом, и широкого практического распространения не имеют.

<https://hotelier.pro/revenue/item/novye-tekhnologii-v-turizme/>