

# ООО «СТРОИМ ОТЕЛЬ»



## Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 1203-2020

С 15 по 21 декабря 2020 года

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

Глава Ростуризма рассказала о перспективах туристической отрасли  
Дмитрий Чернышенко возглавит «Корпорацию по туризму» России

### **2. Гостиничный рынок Москвы и региона**

В Москве завершили строительство отеля Hampton by Hilton  
Москвичи устроили церемонию прощания с уничтоженными деревьями  
рядом с гостиницей «Останкино»

### **3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ**

#### ***Реанимация туризма.***

Когда ожидается восстановление туристической отрасли России?  
Каким будет 2021? Российские отельеры о планах на будущее  
Рецепт для быстрого восстановления: актуальное предложение от  
«Белокурихи» и для туристов, и для инвесторов.

### **4. Юридический практикум и происшествия, связанные с безопасностью гостиниц**

Утвержден новый экостандарт «Листок жизни» для гостиниц  
В Краснодаре произошел пожар в гостинице

### **5. Новости зарубежного гостинично-туристского рынка**

Туризм отбросило на 30 лет назад  
WTTC: Туротрасль может не дождаться конца вакцинации от коронавируса  
Еще один отельный гигант усиливает присутствие в хоумшеринге  
В Таиланде отели получают субсидии за «мертвые души»  
Marriott уволит 850 сотрудников отеля Marriott Marquis

### **6. Интересное, полезное, важное для отельера**

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

Три вопроса об учете иностранцев

Как управлять тем, чего нет?

Почему клиент не возвращается: 7 неочевидных ошибок \*)

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**

### **Глава Ростуризма рассказала о перспективах туристической отрасли**

МОСКВА, 21 дек — ПРАЙМ. Объём прямых и косвенных частных инвестиций в проекты туристической отрасли РФ на ближайшие 2-3 года может составить до 600 миллиардов рублей, заявила руководитель Федерального агентства по туризму Зарина Догузова в интервью газете "Коммерсант".

"Окончательная сумма пока в проработке и будет определена в первом полугодии 2021 года. Мы понимаем, что по ключевым показателям эффективности туризма — а это количество создаваемых рабочих мест, вклад отрасли в ВВП, доходы и количество путешествующих по стране — Россия отстает от туристически развитых стран в среднем в три раза", — сказала она.

По мнению Догузовой, кардинально поменять ситуацию можно, увеличив каждый из показателей в 1,5–2,5 раза, но для этого финансирование туризма должно существенно увеличиться.

"Сегодня пул инвестиционных проектов, которые в ближайшие два-три года будут запускаться, составляет почти 200 миллиардов рублей. Это прямые инвестиции, которые бизнес готов вкладывать, если брать еще и косвенные, сумма вырастает до 600 миллиардов рублей", — прокомментировала ситуацию глава ведомства.

При этом она уверена, что наиболее затратными проектами станет субсидирование процентов по кредитам, развитие дорожной, инженерной и коммунальной инфраструктуры в части "последней мили" до объектов, а также создание туристически привлекательных центров городов.

#### *Задолженность перед клиентами снизилась*

Общий объём задолженностей туроператоров перед клиентами в РФ с начала пандемии COVID-19 сократился с 44 до 16 миллиардов рублей.

"Общий объем таких обязательств в марте составлял 44 миллиарда рублей, сейчас сократился до 16 миллиардов рублей. Бизнес смог реализовать большую часть забронированных туров по внутренним направлениям и частично — по выездным", — сказала Догузова, отвечая на вопрос об объёме задолженностей туроператоров перед туристами из-за несостоявшихся туров в период пандемии коронавируса.

Она подчеркнула, что при этом ни один крупный игрок не ушел с рынка и удалось избежать массовых банкротств.

"На выполнение оставшихся обязательств у туроператоров есть еще год", — напомнила глава ведомства.

#### *Электронная виза*

По словам Догузовой, введение электронной визы для въезда в РФ граждан из 52 государств с 1 января 2021 года после окончания пандемии COVID-19 станет самым эффективным способом привлечения в страну иностранных туристов.

Глава ведомства обратила внимание на то, что решения о введении электронных виз для иностранных граждан отрасль ждала 15 лет.

"Оно даст колоссальный толчок развитию индустрии гостеприимства по всей стране. В 2019 году иностранцы потратили в России 10,9 миллиарда долларов — это

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

больше, чем стране дает экспорт леса и цветных металлов и почти близко к объемам продажи вооружения на внешние рынки", — сказала она.

"Туризм — чистый несырьевой экспорт. Электронная виза — самый простой способ привлечь больше путешественников, а значит, и средств в страну", — считает Догузова.

Глава ведомства пояснила, что эффект от электронных виз в следующем году будет напрямую зависеть от эпидемиологической обстановки и от того, насколько быстро будут взаимно открываться границы.

"В разговорах с зарубежными коллегами мы пока рассчитываем выйти на перезапуск международного туризма ближе ко второй половине 2021 года", — уточнила она.

### *Субсидии из бюджета*

Догузова также рассказала, что российские туроператоры с января по март 2020 года получили субсидии из бюджета страны примерно на 100 миллионов рублей за 135 тысяч привезенных иностранных туристов.

Глава ведомства отметила, что одним из важных направлений по привлечению иностранных туристов в Россию считается субсидирование туроператоров за каждого привезенного в страну туриста.

"Аналогичная мера поддержки работает в Турции уже больше десяти лет. До кризиса российские игроки тоже пользовались этой опцией. В этом году с января по март они получили субсидии из бюджета страны примерно 100 миллионов рублей за 135 тысяч привезенных иностранных туристов", — сказала она.

Догузова обратила внимание, что за то же время путешественники из других стран потратили в России за этот период 118,5 миллиона долларов или 7,5 миллиарда рублей по курсу на декабрь 2019 года.

"Таким образом, экспортная выручка на вложенный 1 рубль составила 23,7 рубля", — уточнила чиновник.

Глава Ростуризма признала, что самостоятельные туристы играют ключевую роль. Это второе направление, которое позволит привлечь турпоток в страну.

"Для этого рассчитываем со следующего года запустить центр маркетинговых компетенций, который будет решать вопросы по комплексному продвижению российских туристических брендов и в стране, и за рубежом", — заверила Догузова.

### *Цифровая платформа*

По словам Догузовой, в России будет создана полноценная цифровая платформа по формированию путешествий по стране для туристов всего мира.

"У нас есть портал Russia.travel, который сейчас проходит глубокую модернизацию. Из статичного информационного ресурса он должен стать, по сути, интерактивным сообществом путешественников. Мы движемся в направлении создания полноценной цифровой платформы, позволяющей пользователям из любой точки мира организовать свой отдых в России, самостоятельно создать на одном портале", — сказала она.

Также глава Ростуризма заявила, что ее ведомство не поддерживает "электронную путевку" в том виде, в котором ее предлагают внедрить сейчас, тем более на платной основе для туроператоров, а, следовательно, и для потребителей.

Она считает, что "электронная путевка" должна быть эффективным инструментом прозрачности отрасли и контроля за сохранностью средств туристов.

"Но в текущем функционале "электронная путевка" этих вопросов не снимает. Пока же эта государственная система рассчитана на сбор лишь ограниченного количества данных. При этом предполагается, что она будет платной для бизнеса, а значит, и для потребителя. Ростуризм это не поддерживает, тем более в кризис", — сказала Догузова.

### *Страхование финответственности*

Несмотря на кризис в отрасли и сильное сокращение выездного турпотока, большинство российских туроператоров смогли застраховать свою финансовую ответственность и продолжить работу, отметила глава Ростуризма.

Она напомнила, что даже в некризисные годы в отрасли происходили десятки резонансных банкротств.

"Один из ключевых итогов этого года — отсутствие коллапса бизнеса и массовых банкротств. Мы понимаем и отчасти разделяем озабоченность страховщиков. Сегодня туроператорский бизнес сильно зависим от выездного турпотока, поэтому риски банкротств, конечно, сохраняются. Ведь ключевые страны по-прежнему закрыты и кризис продолжается. Но, несмотря на это, большинство туроператоров смогли застраховать свою финансовую ответственность и могут продолжать свою работу", — прокомментировала ситуацию Догузова.

### *Быстрое восстановление*

По словам Догузовой, Россия стала третьим государством среди стран G20 по темпам восстановления внутреннего туризма, уступив только Италии и Франции.

Глава ведомства обратила внимание на то, что в большинстве стран речь идет о падении на 80% и более.

"По выездному и въездному туризму у нас падение достигнет 80–85%, это характерно для всего мира. Если смотреть на оборот всей туротрасли, включая внутренний и въездной и совсем немного выездной туризм в части прибыли агентов и операторов, то в 2019 году он составил 3,7 триллиона рублей. В этом году эта сумма сократится на 60%, до 1,6 триллиона рублей. Падение могло бы быть большим. Но за счет внутреннего туризма и мер по стимулированию спроса удалось не обнулить общий оборот", — прокомментировала ситуацию Догузова.

[https://1prime.ru/business/20201221/832640816.html?utm\\_source=yxnews&utm\\_medium=desktop](https://1prime.ru/business/20201221/832640816.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop)

### **Дмитрий Чернышенко возглавит «Корпорацию по туризму» России**

Дмитрий Чернышенко, зампреда правительства Российской Федерации по вопросам цифровой экономики и инновациям, связи, СМИ, а также культуры, туризма и спорта, возглавит вновь создаваемую «Корпорацию по туризму». Об этом сообщил «Коммерсант» со ссылкой на самого вице-премьера.

Новая структура, которая займется развитием внутреннего туризма и созданием объектов инфраструктуры, начнет работу в 2021 году. При этом она будет работать параллельно с действующим Ростуризмом, который также курируется непосредственно Чернышенко.

В частности, «Корпорация по туризму» займется мастер-планированием территории страны совместно с субъектами РФ, инвестированием в инфраструктуру, в том числе в рамках государственно-частного партнерства.

«Тесное взаимодействие Ростуризма и Корпорации позволит обеспечить оркестровку в реализации нацпроекта, комплексно развивать и управлять

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

кластерами, а также создать комфортные условия для объектов туристической индустрии и непосредственно туристов. В итоге мы рассчитываем получить качественную перезагрузку всей туристической отрасли», — рассказал Дмитрий Чернышенко.

Совместную работу двух ведомств планируется начать на базе нескольких туристическо-рекреационных кластеров, которые войдут в национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства». Ими могут стать, в частности, Крым и Камчатка. По каждому из них будет рассчитан потенциальный турпоток, после чего будет создаваться мастер-план.

О том, что в России может быть создана новая структура, которая займется развитием туристического потенциала, стало известно еще в конце ноября. Тогда предполагалось, что она будет создана на базе АО «Курорты Северного Кавказа».

17 декабря о создании структуры официально сообщил президент Владимир Путин на своей ежегодной пресс-конференции. Кроме того, по данным «Коммерсанта», корпорация будет создана путем слияния АО «Курорты Северного Кавказа» (КСК), АО «Корпорация развития Северного Кавказа» и фонда «Посети Кавказ».

«Корпорация развития Северного Кавказа», в частности, имеет опыт привлечения инвестиций в субъекты СКФО, а КСК занималась непосредственно развитием туркластеров «Ведучи», «Архыз» и «Эльбрус». В задачи фонда «Посети Кавказ» (создан в 2013 году) входит продвижение культурно-просветительских, научно-исследовательских и образовательных проектов.

Дмитрий Чернышенко также рассказал в общих чертах о том, как будет организовано государственно-частное партнерство при реализации инфраструктурных проектов. В частности, на 1 рубль бюджетных средств планируется привлекать не менее 3–4 рублей от инвесторов. При этом правительство намерено более активно привлекать к инвестпрограммам крупные банки.

Напомним, Дмитрий Чернышенко участвовал в руководстве подготовкой к Олимпийским играм в Сочи 2014 года. Собеседники «Коммерсанта» указали на то, что для подготовки к ОИ в России был принят специальный федеральный закон, который регулировал создание инфраструктуры и процесс финансирования. В настоящее время в России ведется работа по созданию нового «Закона о туризме», который будет нацелен в том числе и на развитие внутреннего туризма и туристской инфраструктуры.

Вместе с тем, источники Profi.Travel выразили сомнение, что «Корпорация развития Северного Кавказа» и «Курорты Северного Кавказа» в своем нынешнем виде будут готовы к решению столь серьезных задач. Вероятно, их слияние в «Корпорацию по туризму» потребует серьезного кадрового усиления.

[https://profi.travel/news/49157/details?utm\\_source=profi\\_travel&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=dailynewsletter\\_13817\\_191220](https://profi.travel/news/49157/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_13817_191220)

## **2. Гостиничный рынок Москвы и региона**

### **В Москве завершили строительство отеля Hampton by Hilton**

В Таганском районе Москвы завершили строительство гостиницы Hampton by Hilton, сообщила пресс-служба Москомстройинвеста.

Возведенное на Рогожском валу здание площадью 15 тысяч квадратных метров получило заключение о соответствии требованиям техрегламентов и проектной документации. На следующем этапе гостиничный комплекс получит разрешение на ввод в эксплуатацию, говорится в сообщении ведомства.

Строительство началось в 2017 году. Застройщик — ООО «Спектрстрой»

. Комплекс состоит из блоков, треть из которых, со 2-го по 9-ый этажи, занимает гостиница на 147 номеров, на верхних трех этажах, с 10-го по 12-ый, расположены 27 апартаментов.

В здании также предусмотрены общественные зоны, фитнес-клуб с бассейном, ресторан, магазины и паркинг на 78 машин. Также на уровне второго этажа разместилась открытая терраса, на нее можно попасть как с улицы, так и из самого отеля.

Ранее мы сообщали: гостиницу Hampton by Hilton в Таганском районе введут в эксплуатацию в 2020 году

<https://hoteliernews.ru/v-moskve-zavershili-stroitelstvo-otelya-hampton-by-hilton/>

### **Москвичи устроили церемонию прощания с уничтоженными деревьями рядом с гостиницей «Останкино»**

Жители столичного района Марфино организовали церемонию прощания с деревьями, вырубленными рядом с гостиницей «Останкино». Люди возложили цветы и зажгли свечи в память о многолетних каштанах, которые росли рядом со зданием гостиницы.

По словам москвичей, летом огромные деревья создавали красочный зеленый массив, и улица «утопала в зелени. Однако, как утверждают жители, в соответствии с порубочным билетом якобы были признаны сухостоем абсолютно здоровые каштаны. Предполагалось, что будут вырублены только несколько деревьев ближе 5 метров от гостиницы. Но по факту спилили все, пишут люди в соцсети.

На месте гостиницы по адресу улица Ботаническая, 29 планируется строительство многоквартирного жилого комплекса. Как пишет РИА «Недвижимость», этим летом девелопер ГК «Основа» получил градостроительный план земельного участка на свой жилой проект. На месте гостиницы будут построены четыре жилых корпуса с подземным паркингом. Рядом разместят детский сад и здания физкультурно-оздоровительного комплекса с бассейном. Также планируется реконструкция одного гостиничного корпуса.

Жители Марфино считают проект незаконным и выступают против строительства высотных зданий на месте гостиницы. По их мнению, публичные слушания по проекту могли быть проведены с нарушениями и без согласования с жителями района.

«Каштаны, лиственницы дарили нам радость своим цветением, давали чистый воздух. Больше их нет, — пишут люди в комментариях. — Вот вам и благоприятная среда обитания, и комфортное проживание, гарантированное Конституцией».

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

Жители Марфино — не единственные, кто сообщает о массовой вырубке деревьев в Москве. Как ранее рассказали жители района Кунцево, на прошлой неделе вырубил рошу, в которой росли многовековые дубы. По мнению горожан, деревья могли уничтожить в рамках строительства северного дублера Кутузовского проспекта. Опасение москвичей вызывают работы на некоторых особо охраняемых природных территориях. Так жители районов, прилегающих к Битцевскому лесу, выступают против проекта по развитию ООПТ. Жители предполагают, что под видом благоустройства территорию леса могут превратить в обычный парк, а в последующем, возможно, застроят.

Накануне в редакцию «Московской газеты» обратились жители района «Крылатское» и рассказали о работах по вырубке деревьев на территории Крылатского леса и Крылатских холмов, которые, по их мнению, могут происходить с нарушениями. Москвичи бьют тревогу и опасаются, что заповедные территории в будущем могут начать застраивать.

<https://mskgazeta.ru/obshchestvo/moskvichi-ustroili-ceremoniyu-proshaniya-s-unichtozhennymi-derev-yami-ryadom-s-gostinicej-ostankino-6626.html>

### **3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ**

#### **Реанимация туризма.**

#### **Когда ожидается восстановление туристической отрасли России?**

Ответ на этот вопрос может дать исследование, проведенное компанией «КПМГ» совместно с Ростуризмом. Исследование проводилось в формате опроса, в котором приняли участие 906 представителей компаний, работающих в различных секторах туристической индустрии.

Относительно прогноза восстановления туристической отрасли мнения респондентов распределились следующим образом. 44% участников опроса считают, что туризм может восстановиться в 2022 году, в том числе и по объемам выручки. 30% опрошенных считают, что до уровня 2019 года отрасль восстановится уже в 2021 году. 26% участников опроса заняли более осторожную позицию. Они полагают, что восстановление следует ожидать не ранее 2023 года.

Респонденты отмечают, что сильнее всего пострадал въездной и выездной туризм. 56% опрошенных считают, что из-за введенных ограничений, вызванных распространением эпидемии коронавируса, эти сферы туристической отрасли практически обнулились. 57% респондентов остановили свою деятельность полностью, 36% приостановили работу частично.

Коронавирус нанес сильный удар по культурно-познавательному туризму. В этом сегменте на снижение спроса указали 74% опрошенных. Падение спроса на событийный туризм отметили 58% респондентов, на деловой - 42%, на лечебно-оздоровительный – 48%.

Из результатов опроса видно, что 87% его участников воспользовались мерами государственной поддержки. Среди наиболее востребованных видов помощи отмечают предоставление налоговых льгот (23,7%), субсидии на покрытие операционных расходов (23,2%), помощь при получении финансирования (19,2%). Также участники опроса отмечают значительный потенциал акции по продаже туров по России с кэшбэком.

<https://hotelier.pro/news/item/kogda-ozhidaetsya-vosstanovlenie-turisticheskoy-otrasli-rossii/>

#### **Каким будет 2021? Российские отельеры о планах на будущее**

Год 2020 становится частью истории. Что дальше? Каким окажется год, идущий ему на смену. Чего ждать отельерам в 2021 году – станет ли лучше или положение дел окажется еще хуже, чем в 2020-м? Я не стал обращаться к астрологам, а спросил участников рынка, как они оценивают перспективы отрасли.

В сентябре Forbes Travel Guide представил исследование Leading Edge of Luxury, обобщив в нем результаты опроса более, чем 400 владельцев люксовых отелей со всего мира. Интересно, что половина опрошенных (даже несколько больше) сообщили, что считают, что худшее (что с ними и их бизнесом могло произойти) в связи с коронавирусным кризисом уже позади (пусть путь к восстановлению рынков и окажется долгим) – см. <https://hotelier.pro/news/item/chto-pozadi-khudshee/>

То был сентябрь. In the world.

И вот декабрь. Россия.

«Мир изменился. В последнее время целые отрасли оказались в роли кота Шредингера. Недвижимость не исключение. Отели, коворкинги, торговые центры –

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

все пострадали – отмечает Ольга Шарыгина, вице-президент компании Bescar Asset Management. - Весной нам казалось, что хуже не бывает, теперь, в конце года, мы знаем, что бывает».

«Для современного гостиничного бизнеса 2020 год стал худшим за всю истории, это факт, с которым уже не поспоришь. Сокращение доходов на 60-70% по сравнению с 2019 годом - суровые реалии, с которым трудно свыкнуться, - говорит Рафаэл Арутюнян, коммерческий директор Akyan Group. - Ряд факторов никуда не исчезнут из нашей жизни и в следующем году, их нужно учитывать отелю, планируя свой бюджет на 2021 год».

«Во-первых, Covid никуда не уйдет, а долгожданная вакцинация хоть и начнется, но не в полную силу. Во-вторых, границы хоть и начнут открываться, но лишь частично, с ограничениями. В-третьих, бизнес (бизнес-трэвел) только начнет “раскачиваться” после кризиса, сотрудники вернуться в офис лишь частично, 30-40% продолжат трудиться удаленно».

«Впрочем, мы понимаем, что плавное восстановление отрасли начнется уже в следующем году, и без полномасштабной вакцинации населения. Все это дает надежду на то, что 2021 год будет лучше предыдущего. Но все же потребуется несколько лет до восстановления RevPar до уровня 2019 года».

«Все будет зависеть от того, будут открыты границы или нет, будут ли продлеваться ограничительные меры, запреты на проведение крупных мероприятий, - считает Анна Возняк, генеральный менеджер Hotel Indigo St.Petersburg-Tchaikovskogo. - Гостиничная индустрия относится к числу наиболее пострадавших отраслей и однозначно потребуются продление в 2021 году принятых мер поддержки, в частности, льгот, отсрочки и рассрочки по налогам. Мы уже научились работать в абсолютно новых условиях, когда нужно быстро реагировать на стремительно меняющуюся ситуацию и принимать решения. Кризис в 2021 не отступит. Уже сейчас понятно, что мы не выйдем в следующем году на наши докризисные показатели. Поэтому главной задачей в 2021 году станет сохранение высокого качества предоставляемых услуг - в сложнейших кризисных условиях и внедрение новых стратегических решений для достижения необходимого уровня GOP\*». (\*Gross Operating Profit – валовая операционная прибыль)

«В 2020 году хорошо себя показали те отели, номера которых оборудованы кухней», – говорит Катерина Соболева, вице-президент компании Bescar Asset Management, Управляющий директор центра инвестиций в недвижимость

Далее эксперты Bescar считают, что из-за снижения доходов населения интерес сместится на бюджетные средства размещения. При этом гости не будут согласны на снижение уровня сервиса, что приведет к трансформации бюджетного сегмента. Также вырастет узнаваемость направлений внутри России, увеличится число туристов, которые поедут в регионы, а не из них.

«Год 2021 будет очень тяжелым для отрасли города. Начало ему уже положено и имеет негативный окрас - благодаря властям города. Единственный период высокого спроса зимы - новогодние праздники - де факто превращен в период туристического локдауна, - описывает картину Яков Адамов, генеральный менеджер отеля Courtyard by Marriott St. Petersburg Center. - Далее до мая – июня просветов нет. Деловые путешественники скорее всего не поедут, мероприятий будет скорее всего крайне мало, а групп - совсем не будет».

«Важно отметить, что туризм в С-Петербурге - это в первую очередь групповой въездной туризм и индивидуальный внутренний туризм с познавательной целью, сдобренный довольно большой ложкой делового и событийного туризма. Все, кроме внутреннего индивидуального туризма, умерло».

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

«Границы пока не открывают. Когда это произойдет – неизвестно, – продолжает Яков Адамов. – К тому же, мало открыть границы, нужно еще чтобы обе страны отменили карантин по возвращении в двустороннем порядке, т. е. обоюдно. Авиасообщение также не восстановится за день. От момента открытия границ – пройдет 3-4 месяца минимум. Столько же для того, чтобы туроператоры сформировали продукт и начали его продавать».

«Впрочем, если в майские праздники правительство не устроит того же самого, что сейчас на Новый год, возможен подъем спроса. Однако крупные международные события, ПМЭФ, например – под вопросом. УЕФА решает, как пройдет Евро. Точно не так, как планировали и никаких туристов-болельщиков не будет. Удачей станет разрешение посещать матчи болельщикам».

«Учитывая все вышесказанное – 2021 год будет крайне сложным для туризма С-Петербурга. Оптимистичный сценарий: +20-30% к ужасному 2020-му».

«Нет, полагаю, что 2021 год не окажется тяжелее нынешнего, – высказывается Андрей Ткачев, генеральный менеджер отеля «Введенский». – Просто потому, что тяжелее, чем 100% мировой локдаун для туристической отрасли уже быть ничего не может. Любые ограничения лучше тотального локдауна. Опять же, вакцинация ближе к лету приобретет массовый характер, но "сезона" в его привычном понимании в 2021 году не будет. Будет режим "кто смог выжить – тот и молодец". Все напрямую будет зависеть от сил и желания собственников сохранить свой бизнес, остаться в туристическом сегменте. Это не простой выбор. Придется продолжать вкладывать в убыточное предприятие. Я бы даже сказал – не логичный, противный самой сущности бизнеса выбор. Но каждому участнику рынка его предстоит сделать в ближайшие 2-3 месяца».

«Год 2021-й будет трудным. По крайней мере, его первая половина, – говорит Юнис Теймурханлы, совладелец и генеральный менеджер гостиницы «Гельвеция» (С-Петербург). – У нас клубный отель. Поэтому мы идем несколько не в ногу с отраслью. У нас загрузка сейчас не в разы ниже, чем год назад, и, в целом, я могу быть доволен, как у нас складываются дела на общем нерадостном фоне. Хотя из 12 сегментов гостей у нас сейчас присутствует только пять». «Общее положение дел таково, что гостиничная отрасль в настоящее время стоит на коленях, раздавленная. Многим отелям проще закрыться – на полгода минимум, чем вложить затраты и убытки. При ничтожной выручке никакой cost saving не поможет сводить концы с концами», – продолжает топ-менеджер.

«Но интересно – несмотря на отваживание со стороны властей, гости все равно едут в С-Петербург. Только это уже другие гости. Раньше мы принимали аудиторию культурного досуга. Сейчас едут «тусовщики» – их не смущают закрытые музеи, театры и рестораны – кто-то поедет к друзьям на дачу, кто-то подождет до 3 января, когда бары и рестораны откроются, чтобы спокойно потусоваться. Поэтому у нас в отеле, например, загрузка есть, и она лучше, чем в карантинном апреле».

Далее Юнис Теймурханлы рисует предстоящую картину на рынке: «Для всех отельеров С-Петербурга – по крайней мере до апреля – ситуация будет крайне тяжелая. В новом году у отельеров не будет «новогодней подушки». Если 2020-й год начинали с запасом и для работы в условиях пандемии имелись определенные ресурсы, то в 2021 году отели стартуют с нуля, а многие и в минусе. При этом время с января по март – для отельеров С-Петербурга традиционно самый низкий сезон. Справляться с ним раньше помогала новогодняя выручка. Но не теперь. Начало года окажется драконовским». «Пандемия четко показала, что гостиничная индустрия С-Петербурга не может полноценно работать без иностранных гостей. Вопли про засилье китайцев быстро сошли на нет. Чуть ли не все сейчас готовы мчаться встречать китайских туристов с караваем в руках, лишь бы поехали».

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

«Однако банкротств на рынке как таковых не будет, - продолжает топ-менеджер. - Отели, как правило, являются активами собственников, а большинство собственников живет не только от гостиничной деятельности. Но, даже если отель и будет продан, он все равно останется отелем – с другим собственником, может быть, поменяется вывеска и команда. Да, вот смены команд и управляющих отелями можно точно прогнозировать в следующем году».

Слова Юниса находят подтверждение уже в этом году - в ноябре управление отелем «Аэростар» в Москве взяла в свои руки компания собственника. «К 2021 году обновленная команда подходит с большими планами по развитию одного из крупнейших бизнес-отелей на гостиничном рынке Москвы и смотрит в будущее весьма оптимистично», - прокомментировал Борис Агулов, заместитель генерального директора ООО «Бизнес-отель Аэростар».

Тем временем в Kempinski Hotels подтвердили внезапную отставку исполнительного директора – см. <http://www.worldtravelbiz.ru/News/Внезапная-отставка-исполнительного-директора-Kempinski-Hotels>.

«Если границы к лету будут открыты, то на летних ценах отельеры начнут довольно быстро выкарабкиваться из ямы первого квартала. Оттеснят, правда, в сторону те отели, что не наработали себе постоянных и лояльных гостей, не мелькают в сети и новостях», - добавляет Юнис Теймурханлы. (Между тем, наработать лояльных гостей в наше время не так просто – см. публикацию «От программ лояльности к экосистеме преимуществ» - <https://hotelier.pro/news/item/ot-programm-loyalnosti-k-ekosisteme-preimushchestv/> ).

«Резюмируя, можно предполагать, что *реализуется один из трех сценариев развития событий в 2021 году*», - продолжает собеседник:

1. *Год на коленях*. Весь 2021 год будет идти жесткая борьба с пандемией. Часть отелей временно закроется. Массово пойдут увольнения и смены собственников и команд управленцев.

2. *Фифти-фифти*. Плохая первая половина года, включая начало лета. Но дальше начинаются активная работа и хорошая загрузка.

3. *Почти шоколадно*. Плохая зима (но она традиционно плохая, кроме начала января). К весне «распаковывается» туризм и открываются границы. «Уверен, туризм, в том числе международный, восстановится быстро, - считает Юнис Теймурханлы. - Хотя бы уже потому, что у туроператоров имеются зависшие предоплаты от туристов, а у отелей - зависшие депозиты / предоплаты от туроператоров. Все заинтересованы в том, чтобы эти средства «вызволить». Плюс мощным катализатором станет электронная виза. И еще один благоприятный фактор - в СМИ пандемию уже не подадут с апокалиптическим придыханием. Да, по-прежнему в повестке дня царит напряжение, но оно уже ... более деловое».

«Прогноз на 2021 год остается неопределенным, мы по-прежнему сильно зависим от внутренних поездок. Более того - от вакцины, которая позволит вновь открыть границы и возобновить международные поездки. Мы ожидаем снятия некоторых международных ограничений к концу второго квартала», - говорит Родерик Смит, генеральный менеджер кластера отелей Park Inn by Radisson Pulkosvkaya и Park Inn by Radisson Sankt-Petersburg Airport. Возможно, у вас свое мнение, каким окажется 2021-й год. Возможно, вы даже захотите им поделиться. Согласны ли вы с тем, что апокалипсис перешел в рабочее русло?

<https://hotelier.pro/news/item/kakim-budet-2021-rossiyskie-otelery-o-planakh-na-budushchee/>

## **Рецепт для быстрого восстановления: актуальное предложение от «Белокурихи» и для туристов, и для инвесторов.**

Ни для кого не секрет, что пандемия коронавируса отразилась на всех сферах экономики, в первую очередь на туризме. Границы до сих пор закрыты, но потребность в отдыхе у россиян не исчезла, это послужило мощным толчком для развития внутреннего туризма. Основная нагрузка легла на южные курортные зоны России, Крым, Краснодарский край. Причиной тому является желание потребителя отдыхать ближе к морю. Но, к счастью, курортных зон достаточно и в Восточных регионах нашей Родины. Одной из таких является федеральный город-курорт Белокуриха. **Мы связались с представителем владельцев одного из ведущих курортных комплексов города-курорта Белокуриха ГК «Беловодье» 4\*, который на данный момент предлагается к продаже.**

*-Добрый день, Сергей! Хотелось бы более подробно узнать про данную туристическую зону. Что из себя представляет город Белокуриха? Чем интересен?*

-Здравствуйте! Говоря современным языком, его смело можно назвать курортной монозоной. Курорт Белокуриха расположен в предгорье Алтая на высоте 250 метров над уровнем моря и является бальнеологическим курортом союзного значения в РСФСР и активно развивается с 1982 года. Самый знаменитый сибирский курорт славен своим уникальным климатом. Число солнечных часов здесь 1900 - 2000 в год.

*-Из вашего ответа мы поняли, что это Белокуриха — это курортный город. Так в чем же его уникальность и где именно расположен Курортный Комплекс «Беловодье»?*

-Вы правильно подметили, что данная туристическая зона является уникальной. Наверное, в каждом регионе есть и санатории, но Белокуриха — это чуть-ли не единственный за Уралом современный Федеральный город-курорт со всеми вытекающими возможностями для семейного отдыха, оздоровления и бизнес-туризма. Вот лишь некоторые уникальные факторы Белокурихи:

- Чистейший горный воздух и уникальный климат;
- Эко-продукты питания, фито- травы и композиции, целебный мёд;
- Азотно-кремнистые термальные воды с содержанием радона;
- Лечебные и оздоровительные процедуры на основе Пантового сырья;
- Горнолыжные трассы разной степени сложности с бугельным подъёмником, расположенные как в самой Белокурихе, так и в строящемся туристско-рекреационном кластере «Белокуриха-2», расположенном в 10 километрах от самой Белокурихи;
- Обзорная канатно-кресельная дорога;
- Гастро-зоны с предложением для туристов блюд из ЭКО- продукции Алтая;
- Терренкуры (уникальные тропы с завораживающими видами горной местности, рек и леса);
- Разнообразные экскурсионные маршруты, конный туризм, снегоходы, квадроциклы;
- Достопримечательности, места силы и Святые места.

*-Действительно, аналог отдыха такого формата на территории РФ, пожалуй, найти сложно. Не зря в упоминаниях о вас часто говорят: «Маленькая Швейцария». Так все-таки ГК «Беловодье» это отель или санаторий?*

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

-В первую очередь это полноценный 4\*й отель с возможностью размещения до 180 гостей одновременно и обслуживанием 24/7, современным конференц-залом на 100 человек и опытом проведения всех типов банкетных мероприятий, уникальным крытым круглогодичным аквапарком и баннным комплексом(2000м.кв), термальным комплексом, а так же Центром восстановительной медицины и реабилитации, который оснащен современным оборудованием, SPA, рестораном старорусской кухни «Стародворье» на 50 мест, залом шведской линии на 100 мест, несколько детских игровых комнат. Так же мы предлагаем широкий спектр дополнительных услуг: бильярд, тренажерный зал, комната переговоров, зона для загара на свежем воздухе, ванны, солярий, настольные игры, развлекательные мероприятия, анимация, организация досуга.

Среднегодовая загрузка у нас достигает 60%, а в сезон, май-октябрь, до 100% среднемесячная.

Динамическое ценообразование, участник основных краевых туристических маршрутов, комплекс отмечен множественными наградами.

Ну и конечно мы гордимся нашим отношением к гостям! Курортный комплекс «Беловодье» 4\* поддерживает высокий уровень сервиса и гостеприимства, что является еще одним из немаловажных преимуществ.

Все вышеперечисленное делает нас излюбленным местом отдыха для людей со всей России! Особенно приятно, что с нами разделяют не только сезонный отдых (как зимний, так и летний), но и значимые события. В новогоднюю ночь у нас аншлаг, как и в любые каникулы и праздники. Отдыхающих привлекает чистейший воздух с завораживающим видом на горные вершины, прекрасная кухня, веселая программа и многообразный выбор досуга.

*-Расскажите, как к вам добраться?*

Мы находимся всего лишь в 50 км от самой главной трассы в Евразии-Чуйский тракт. Вариантов попасть к нам множество: авиарейсы до Барнаула, Горно-Алтайска, а также регулярные летние рейсы Горно-Алтайск-Белокуриха. Из Барнаула/Горно-Алтайска-на машине или автобусе. Из Новосибирска -поездом/на машине/автобусным рейсом. Из Бийска- на машине/автобусе.

В заключении хотелось бы сказать, что мы уже много лет работаем с внутренним туризмом, имеем опыт управления несколькими отелями и всегда рады пригласить к сотрудничеству инвесторов в этом активно развивающемся сегменте внутреннего туризма.

*-Спасибо вам за интересную информацию!* Надеемся, она будет полезна нашим читателям! Для получения более подробной информации обращайтесь по телефону +7-960-953-5969.

<https://belovodie.белокуриха-онлайн.рф/>

#### **4. Юридический практикум и происшествия, связанные с безопасностью гостиниц**

##### **Утвержден новый экостандарт «Листок жизни» для гостиниц**

Экологический союз утвердил добровольный экологический стандарт для гостиниц «Листок жизни». Проект документа был разработан российской некоммерческой организацией «Экологический союз» при участии движения «Раздельный Сбор» и прошел общественную оценку на предмет достижимости и актуальности критериев. В обсуждении стандарта приняли участие отельеры, практикующие экологи, отраслевые специалисты, деятели науки и контролирующие и надзорные организации.

Стандарт «Листок жизни» — СТО-56171713-007-2020 «Услуги средств размещения. Требования экологической безопасности и методы оценки» основан на оценке жизненного цикла и отвечает цели снижения нагрузки отрасли на окружающую среду. Новый стандарт соответствует международному системному подходу к внедрению экологических аспектов и требований эकोповестки 2020-2021.

Экологический союз в партнерстве с Конгрессно-выставочным бюро Санкт-Петербурга организовал рабочую группу для обсуждения стандарта. Участники встречи дали комментарии к новым критериям оценки. В итоговой версии стандарта были учтены возможности и особенности российских отелей.

Отельеры совместно с экологами продумали актуальные способы обращения с пищевыми отходами помимо их минимизации, а именно: утилизация, компостирование, передача на корм животным, производство биотоплива. По итогу обсуждения в стандарт было включено новое требование, направленное на сокращение образования пищевых отходов на территории гостиницы. Для его выполнения отелю необходимо регулярно измерять и документировать показатели образования пищевых отходов, и в случае их значительного увеличения корректировать свою деятельность. Отелю также следует информировать своих гостей о важности сокращения образования пищевых отходов и возможности внесения собственного вклада в решение проблемы. Персонал гостиницы, в обязанности которого входит обращение с пищевыми отходами, должен пройти соответствующее обучение.

Новые требования предусматривают сокращение видов материалов упаковок, рекомендуемых к закупкам. Что касается политики зеленых закупок, эксперты единогласно решили, что гостиницам следует просвещать поставщиков, демонстрируя тренд на экологичность. Будучи обладателями экомаркировки «Листок жизни» и пионерами среди экоотелей, гостиницы справедливо смогут задавать высокие ориентиры в отрасли.

Участники общественной оценки предложили больше внимания уделять просвещению и обучению персонала. В соответствии с новой версией стандарта, тренинги персонала, корпоративные мероприятия в целях повышения экологической культуры сотрудников должны проводиться не реже одного раза в год. Вопросы экологизации деятельности гостиницы должны включаться в повестку внутренних встреч сотрудников на регулярной основе.

Одно из требований стандарта – запрет всего одноразового. Однако, например, некоторые постояльцы недовольны отсутствием одноразовых гигиенических наборов. И отельеры выразили сомнение в соответствии этого критерия требованиям Роспотребнадзора, особенно на фоне ограничений, вызванных пандемией коронавируса. Представители Экологического союза детально проработали этот вопрос с экспертами, изучили нормативные акты и не

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

нашли оснований, чтобы ослабить запрет на использование одноразового пластика. Такая позиция отвечает и зарубежной практике. Так, европейское сообщество несмотря на пандемию держится своих планов отказа от одноразового пластика с 2021 года.

Безусловно, число экоответственных потребителей растет, и пока одни жалуются на недостаток одноразовых предметов, другие ставят экологическую ответственность бизнеса в приоритет. Гостиницы, доказавшие соответствие экологическим требованиям экомаркировки «Листок жизни», смогут привлечь клиентов, ориентированных на устойчивое развитие.

«Онлайн-формат проведения общественной оценки для нас новый, но он безусловно показал свою эффективность. Активное участие всех заинтересованных сторон позволило оценить состоятельность стандарта, получить обратную связь и учесть ключевые замечания в итоговой версии документа. Мы разделяем опасения потенциальных лицензиатов о невозможности соответствовать строгим требованиям экостандарта в период текущей эпидобстановки. Совместное обсуждение и детальная проработка каждого критерия на предмет внедрения в российские реалии позволила сделать итоговые требования доступными для ответственных предпринимателей», – отмечает эксперт Экологического союза Ксения Есева.

Компании могут подтвердить соответствие требованиям стандарта, подав заявку на сертификацию. По новой версии стандарта заявки начнут приниматься *после включения документа в область аккредитации Органа по сертификации* (ориентировочно февраль 2021 года). До этого времени заявки на сертификацию принимаются по предыдущей версии стандарта. Экологический союз выражает надежду на то что, новый стандарт станет ориентиром для российских гостиниц по повышению уровня экологичности.

<https://hoteliernews.ru/utverzhdennovyyekostandartlistokzhizni-dlya-gostinits/>

### **В Краснодаре произошел пожар в гостинице**

Пожар произошел 19 декабря в гостинице на улице Красных партизан в Краснодаре, передает ТАСС.

Данную информацию корреспондентам агентства подтвердили в экстренных службах города. По словам собеседника, пламя охватило кровлю и мансардный этаж трехэтажного здания. Огонь распространился на площади 150 квадратных метров.

Из горящего отеля были эвакуированы семь человек. Сообщений о пострадавших не поступало.

На месте происшествия работали 19 единиц спецтехники и 62 пожарных.

[https://aif.ru/incidents/v\\_krasnodare\\_proizoshel\\_pozhar\\_v\\_gostinice](https://aif.ru/incidents/v_krasnodare_proizoshel_pozhar_v_gostinice)

## **5. Новости зарубежного гостинично-туристского рынка**

### **Туризм отбросило на 30 лет назад**

Пандемия уже привела к потере \$935 млрд, что превышает убытки от глобального экономического кризиса в 2009 г.

За первые десять месяцев 2020 г. количество международных поездок сократилось на 72%, что связано с ограничениями на передвижение, низким уровнем доверия потребителей и глобальной борьбой за сдерживание вируса Covid-19. Эксперты называют 2020 г. худшим в истории туризма, пишет Breaking Travel News.

Согласно последним данным UNWTO, с января по октябрь туристические направления приняли на 900 млн меньше иностранных туристов, чем за тот же период 2019 г.

В Азиатско-Тихоокеанском регионе, первом пострадавшем от воздействия пандемии, где до сих пор действуют самые жесткие ограничения на поездки, за первые десять месяцев 2020 г. число прибытий сократилось на 82%.

На Ближнем Востоке отмечается спад на 73%, а в Африке — на 69%. Международные поездки в Европу и Америку снизились на 68%. В Европе в сентябре и октябре было зарегистрировано меньшее снижение — на 72% и 76% соответственно по сравнению с другими регионами мира после небольшого кратковременного восстановления в летние пиковые месяцы — в июле и августе. Но ухудшение эпидемиологической ситуации привело к повторному введению ограничений.

Пандемия уже привела к потере \$935 млрд экспортной выручки от международного туризма, это больше чем в десять раз превышает убытки от глобального экономического кризиса в 2009 г.

Основываясь на текущих данных, UNWTO ожидает, что число международных поездок сократится на 70-75% в течение всего 2020 г. Это отбросит мировой туризм к уровню 30-летней давности с уменьшением общего количества путешествий на миллиард и потерей примерно \$1,1 трлн. При этом общемировые потери ВВП составят \$2 трлн.

Генеральный секретарь UNWTO Зураб Пололикашвили сказал: «Даже несмотря на то, что новости о вакцине повышают уверенность путешественников, до выздоровления еще далеко. Нам необходимо активизировать наши усилия по безопасному открытию границ, поддерживая рабочие места и предприятия в сфере туризма».

[https://profi.travel/news/49160/details?utm\\_source=profi\\_travel&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=dailynewsletter\\_13817\\_191220](https://profi.travel/news/49160/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_13817_191220)

### **WTTC: Туротрасль может не дожидаться конца вакцинации от коронавируса**

Всемирный совет по туризму призвал найти способ перезапустить глобальный туризм как можно скорее.

Мировая туристическая отрасль находится в критическом упадке, и если мировые правительства будут ждать вакцинации большинства людей, чтобы открыть границы, для отрасли может быть слишком поздно. Такое мнение выразил Всемирный совет по путешествиям и туризму (WTTC). К заявлению также присоединились Международный совет аэропортов (ACI), Всемирный

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

экономический форум (WEF) и Международная торговая палата (ICC). Все эти организации призвали к немедленному возобновлению международных поездок, не дожидаясь вакцинации.

«Прививки не должны быть обязательными для путешествий, поскольку это еще больше задержит возрождение и без того большого сектора путешествий и туризма. А его необходимо перезапустить сейчас, чтобы спасти себя, миллионы рабочих мест в самой отрасли и за ее пределами, а также мировую экономику», — говорится в опубликованном пресс-релизе WTTC.

По заявлению организации, в настоящий момент под угрозой находятся 174 миллиона рабочих мест в сфере путешествий и туризма, в то время как международные поездки уже могут осуществляться с минимальным и приемлемым риском.

По словам президента WTTC Глории Гевары, на то, чтобы провести вакцинацию и чтобы этот процесс дал необходимый результат, уйдет много времени, которого у туризма просто нет.

«Вакцинация не должна быть обязательным требованием для поездки, но должна сосуществовать с режимами тестирования и рассматриваться как прогрессивное улучшение и без того безопасного путешествия», — отметила она.

Кроме того, WTTC выступила решительно против введения «паспортов здоровья»: это решение не сделает путешествия более безопасными, но при этом сильно затормозит процесс восстановления туротрасли. WTTC, ACI, WEF и ICC также внесли ряд предложений по безопасному перезапуску глобального туризма.

Прежде всего, это внедрение всемирно признанного экономичного режима тестирования при отбытии. Кроме того, участникам рынка и дестинациям необходимы общие протоколы повышенной гигиены и гигиены и принятие единой четкой политики управления рисками.

Кроме того, вакцины могут работать вместе с цифровыми проездными, такими как CommonPass, AOK Pass или IATA Travel Pass. Ранее WTTC также дал рекомендации правительствам ЕС ввести 72-часовые бескарантинные командировки.

[https://profi.travel/news/49156/details?utm\\_source=profi\\_travel&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=dailynewsletter\\_13817\\_191220](https://profi.travel/news/49156/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_13817_191220)

### **Еще один отельный гигант усиливает присутствие в хоумшеринге**

Холдинг Accor усиливает свое присутствие на рынке краткосрочной аренды недвижимости за счет запуска новой платформы бронирования апартаментов и вилл, сообщает Phocuswire.

Платформа Accor's Apartments & Villas включает более 50000 квартир, вилл и шале, а также объединяет объекты размещения 15 брендов, включая Adagio, Mantra и Hyde Living, а также частные резиденции под управлением собственных брендов Accor: Raffles, Banyan Tree, Delano, Fairmont, SLS и другие.

Кроме того, премиальные объекты будут доступны под брендом Accor Onefinestay, который был создан после покупки холдингом стартапа Onefinestay в 2016 году.

Под данным отчета консалтинговой компании Savills International Development Consultancy, на который Accor ссылается в своем пресс-релизе, модель «брендированного размещения» показала высокую устойчивость во время кризиса, связанного с пандемией коронавируса.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

«Мы видим растущий спрос на жилье и краткосрочную аренду, поскольку потребители ищут размещение, которое обеспечивает большую конфиденциальность и самодостаточность и включает такие функции, как дополнительное жилое пространство и просторное помещение», — отметил глава международной консалтинговой компании Savills Риян Итани.

Жилье, забронированное через платформу апартаментов и вилл, дает право на участие в программе лояльности Accor Live Limitless.

Оптимизм Ассог относительно запуска собственной платформы краткосрочной аренды вполне понятен, особенно на фоне головокружительного успеха IPO сервиса Airbnb, в ходе которого цена акций компании выросла почти вдвое от первоначальной цены, а капитализация компании выросла до 100 млрд долларов — это больше, чем совместная капитализация холдингов Marriott и Hilton.

Все исследования указывают на то, что сектор краткосрочной аренды оказался наименее пострадавшим в результате волны локдаунов, и его восстановление произойдет значительно быстрее, чем глобальный отельный бизнес.

[https://profi.travel/news/49111/details?utm\\_source=profi\\_travel&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=dailynewsletter\\_13752\\_161220](https://profi.travel/news/49111/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_13752_161220)

### **В Таиланде отели получают субсидии за «мертвые души»**

Министерство туризма и спорта и Управление по туризму Таиланда (ТАТ) подали жалобу в полицию с призывом расследовать необычные транзакции отелей и магазинов в рамках кампании «Путешествуем вместе», которая началась в июле 2020 г. Силы правопорядка уже иницируют расследование в отношении более 500 компаний, сообщает Bangkok Post 18 декабря.

По словам начальника национальной полиции генерала Дамронгсака Киттипрапаса, первая группа отелей, против которых будет возбуждено судебное дело, находится на северо-востоке и юге страны.

Глава ТАТ Ютасак Супасорн рассказал, что наиболее распространенным видом мошенничества стали поддельные бронирования, по сути «мертвые души», за которые отели получают 40% субсидий, также отельеры специально завышают цены, чтобы увеличить сумму возмещения. Кроме того, некоторые гостиницы предлагали покупать электронные ваучеры на сумму 600 бат на выходные и 900 бат на будние дни, которые обычно выдаются гостям автоматически при регистрации. Ютасак Супасорн отметил, что подобные схемы возможны, когда «сообщники» соглашаются предоставить свои персональные данные.

Премьер-министр Прают Чан-о-ча пообещал, что против всех, кто причастен к мошенничеству, будут приняты решительные судебные меры. На данный момент к уголовной ответственности привлечено уже более 200 человек.

15 июля в Таиланде была запущена программа по стимулированию внутреннего туризма. Правительство субсидирует пять млн ночей проживания в отелях, оплачивая 40% от обычной стоимости номера, но не более трех тысяч бат (около \$100) за одну и на срок до пяти ночей. Остальные 60% оплачивают сами туристы. Субсидии на другие услуги, включая питание, не превышают 600 бат на номер в сутки. При этом субсидируемые туристические объекты должны находиться за пределами провинции проживания туристов.

[https://profi.travel/news/49162/details?utm\\_source=profi\\_travel&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=dailynewsletter\\_13817\\_191220](https://profi.travel/news/49162/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_13817_191220)

## **Marriott уволит 850 сотрудников отеля Marriott Marquis**

Marriott International объявила о сокращении 850 сотрудников отеля Marriott Marquis на Таймс-сквер, что стало еще одним подтверждением серьезности кризиса в гостиничном секторе Нью-Йорка.

Компания сообщила сотрудникам, что увольнение вступит в силу 12 марта, спустя почти год после того, когда Marriott отправила более 1200 работников отеля в неоплачиваемый отпуск из-за резкого спада туризма в связи с пандемией COVID-19. «Это меры, которые, как мы думали, никогда не потребуются в нашем отеле, — говорится в обращении руководства Marriott Marquis к сотрудникам. — Однако беспрецедентная тяжесть кризиса, вызванного пандемией коронавируса, заставила принять эти сложные решения».

Гостиничный бизнес Нью-Йорка пострадал в результате кризиса больше, чем отели в других регионах страны, поскольку в значительной мере полагался на представителей бизнеса, совершавших деловые поездки, а не только на туристов, отмечает Ян Фрейтаг из CoStar Group, занимающейся аналитикой на рынке недвижимости.

По данным CoStar, занимающейся аналитикой на рынке недвижимости, на неделе, завершившейся 5 декабря, гостиничный фонд Нью-Йорка был занят на 33,8% по сравнению с 90,8% годом ранее. Причем эти данные основаны на информации работающих отелей и не учитывают те гостиницы, которые временно закрылись из-за пандемии, отмечает Фрейтаг.

С учетом закрытых отелей, занятость гостиничного фонда в первую неделю декабря составила лишь 24,7%.

<https://hoteliernews.ru/marriott-uvolit-850-sotrudnikov-otelya-marriott-marquis/>

## **6. Интересное, полезное, важное для отельера**

### **Три вопроса об учете иностранцев**

Надо ли ставить на учет иностранца, если у него уже есть регистрация в стране? Можно ли не снимать гостя с учета, если он решит пожить в другом месте? Как быть, если во время пребывания в отеле у иностранной пары родился малыш? Комментирует Наталья Расторгуева, эксперт сервиса Контур.Отель.

С сентября 2020 года правила миграционного учета действуют с новыми поправками. Разберем, как поступать отелю и постояльцу в разных ситуациях согласно актуальным нормам законодательства.

*1. В отель на выходные приехал иностранный студент – гражданин Венгрии. У него есть действующий паспорт, виза до 20 мая 2021 года, просроченная миграционная карта и корешок миграционного учета до 20 мая 2021 года. Студент очень просил не ставить его на учет. Нужно ли ставить на учет иностранного студента, если он уже состоит на учете в другом городе?*

— Многие учащиеся и работающие в России иностранцы обращаются с такими просьбами при заселении в отель. Однако гостиница обязана ставить на учет всех иностранных гостей, иначе ей грозит штраф до 500 тыс. рублей.

При этом миграционная карта у иностранца может быть просрочена. Так как при продлении визы в миграционной карте соответствующая отметка не ставится, отелю при заселении гостя необходимо проверить срок действия визы в паспорте.

Раньше, если у иностранца имелась другая регистрация, при заселении в отель она автоматически аннулировалась, так как в регистрационной форме фиксировалось новое место пребывания. И потом иностранцу надо было снова вставать на учет в общежитии или квартире.

С 7 сентября 2020 года Федеральный закон от 18.07.2006 № 109-ФЗ действует в новой редакции. И теперь оформленная на длительный срок регистрация в общежитии или квартире не гасится, если иностранец остановился в отеле. Сообщайте вашим гостям, что после нахождения в отеле им не придется восстанавливать учет по прежнему месту пребывания. Исключением будет ситуация, когда иностранец вместо квартиры или общежития длительное время проживает в организации, оказывающей гостиничные услуги. В этом случае при заселении в организацию такого же типа учет будет погашен.

*2. К нам в хостел заехали иностранцы-строители, оплатили проживание за 3 месяца вперед, но теперь хотят ночевать в квартире, где делают ремонт. Строители просят не снимать их с учета, так как хозяин квартиры отказывается ставить их на учет, а остаток денег за проживание перенести на новый период, когда они закончат ремонт и вернуться в хостел. Как в этом случае правильно оформить документы?*

— Если иностранцы уехали из вашего хостела, то, в соответствии с п. 3 ст. 23 Федерального закона от 18.07.2006 № 109-ФЗ, необходимо снять их с учета не позднее двенадцати часов рабочего дня, следующего за днем убытия. Когда гости вернуться обратно в хостел, нужно будет поставить их на учет вновь.

Если вы не направите уведомление об убытии или нарушите сроки снятия с учета, МВД может выписать штраф до 500 тыс. рублей за каждого иностранного гражданина. При этом за отсутствие миграционного учета с сентября 2020 года оштрафовать могут не только принимающую сторону, но и иностранца — на сумму от 2 до 5 тыс. рублей с административным выдворением за пределы РФ (или без

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

такого). Приехавших в Москву, Санкт-Петербург, Московскую и Ленинградскую области — до 7 тыс. рублей (ч. 1 и 3 ст. 18.8 КоАП РФ).

Законом 109-ФЗ установлено, что местом пребывания является помещение, в котором иностранец фактически проживает, то есть регулярно использует для сна и отдыха. И за фиктивную постановку на учет в некоторых случаях предусмотрена даже уголовная ответственность (ст. 322.3 УК РФ).

*3. В нашем отеле с зимы живет семейная пара из Молдавии. Мы делаем им продление пребывания в РФ в УВМ. Но девушка беременна и должна родить малыша в ближайший месяц. Надо ли ставить малыша на учет? Какие документы необходимы?*

— Родители малыша должны в кратчайшие сроки оформить свидетельство о рождении в ЗАГСе. При этом российское свидетельство о рождении не означает, что ребенок является гражданином РФ, дети получают гражданство родителей.

Затем отель как принимающая сторона должен поставить ребенка на учет по месту пребывания. Для этого достаточно предоставить в УВМ МВД уведомление и копию свидетельства о рождении, миграционная карта не требуется. Такие требования действуют в отношении несовершеннолетних иностранных граждан в возрасте до года, родившихся в России и не выезжавших за ее пределы, без паспорта или другого документа, удостоверяющего личность (п. 46(2) Постановления Правительства РФ от 15.01.2007 № 9 (в ред. от 26.12.2019)).

Далее родители оформляют малышу паспорт или вписывают в свои паспорта в консульском учреждении своей страны — зависит от законодательства конкретного государства. Если у родителей есть разрешение на временное проживание в РФ или вид на жительство, следующим этапом для них станет оформление этих документов на ребенка в УВМ МВД.

<https://hotelier.pro/management/item/tri-voprosa-ob-uchete-inostrantsev/>

### **Как управлять тем, чего нет?**

Одна ревеню менеджер, профессионал высочайшего уровня, в октябре сказала на встрече, что она больше не может говорить с цифрами. Раньше цифры рассказывали свои истории, подсказывали, направляли ее действия в нужное русло. Сейчас они замолчали и больше не помогают. Они хаотичны, непредсказуемы, не поддаются логике. Как не поддаются ей и новые постановления и запреты, в одну секунду рушащие надежды и планы отельеров на заработок. Как можно анализировать то, что нельзя называть, как управлять тем, чего сейчас нет? Значит ли это, что принципы управления доходом больше не работают?

Я уверена, что ревеню менеджмент по-прежнему живет всех живых, только подход к нему нужно менять кардинально. Основой управления доходом в доковидном мире, было верное распределение сегментов. В отели отовсюду шли потоки бизнеса, и задачей менеджеров было верно просчитать, сколько номеров и по каким ценам можно было отдать тому или иному сегменту. Если в отель приходил на лето групповой запрос от туристической компании, необходимо было просчитать вероятность продажи номеров индивидуальным гостям по высоким тарифам. Определить, какую часть номеров можно отдать группе, а также найти минимально возможную групповую цену. Эта цена должна была возместить недополученную прибыль от индивидуальных гостей, которым бы не хватило места на даты проживания группы. Второй задачей было выстроить ценовую политику таким образом, чтобы продать номер по максимально возможной в данный момент времени цене. Что это означало на практике? Обязательно было следить за пикапом

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

на каждый день, чтобы во-время понять, на какие периоды идет основной спрос и сколько еще нужно набрать бизнеса для выполнения плана. Во-время поднять тарифы на те даты, на которые идут активные бронирования, опустить- на даты пониженного спроса.

Что из этого работает сейчас? Спрос так незначителен, что редкие бронирования, падающие на определенные даты, не могут служить достаточным поводом к увеличению цены. Пикап так невелик, что по нему сложно делать выводы, и строить прогнозы. Аннуляции случаются по независящим от отеля причинам, и пониженная цена на эти даты не спасет ситуацию, потому что спроса просто нет. Можно скрупулезно анализировать сегменты и решать, какой более выгоден для отеля, но по факту, сейчас хорош любой бизнес, из каких бы источников он не приходил.

Нет, я не призываю откинуть аналитику и забыть про сбор и анализ данных. Но сейчас время для укрупнения. Если в хорошие времена специалист по управлению доходом рассматривал изменения бизнеса под микроскопом, дробя и измельчая данные, то сейчас нужно немного поменять наши настройки и постараться посмотреть на ситуацию крупным планом. Забавно, что модель упрощенного управления доходом, которую я предлагала небольшим отелям, раньше часто получала полупрезрительные отклики коллег по цеху. Теперь же она единственная остается действительно рабочей.

Что важно сейчас? Смотреть на недельный пикап на три ближайших месяца и понимать общие тенденции. Сравнить его не с прошлым годом, а с прошлым месяцем. Это важно для понимания, в какую неделю идут активнее бронирования на текущий и следующий месяцы. Наблюдать за сегментами, чтобы понимать, что бронируется из каких каналов. Опять же, сравнивать с прошлыми месяцами, не с прошлым годом, последнее сейчас это бесполезно. Отмечать не только на какие даты идет прирост, но и в какие дни недели активнее всего бронируется отель, для понимания, когда начинать промо-акции.

Не увлекаться попытками искусственно снижать бронирования из одного источника, чтобы обеспечить приток в другой, пусть и более выгодный отелю канал. Если одной категории номера гости не найдут на Букинге, не факт, что они пойдут искать ее на сайт гостиницы. Скорее всего, в новых реалиях, они найдут ее в другом отеле.

Обязательно дублировать специальные тарифы и акции во все работающие каналы. Никогда не знаешь, где гость может увидеть отель, лучше дать всем равные шансы, это увеличит приток бизнеса.

И главное, пришло время экспериментировать. Привычный вариант, когда отельер пытался управлять спросом с помощью только цен больше не работает. Необходимо расширять каналы продаж, заключать новые договоры. Обязательно «шевелить» уже существующие источники. Общаться с партнерами, просить делиться статистикой, спрашивать совета, что может сработать. Пробуйте участвовать в кампаниях онлайн агентств, увеличивать комиссию на определенные даты, использовать агрессивные инструменты маркетинга. Любые, даже самые, на первый взгляд, необычные идеи, на которые вы не решались в прошлом, сейчас можно опробовать и оценить результативность!

<https://hotelier.pro/revenue/item/kak-upravlyat-tem-chego-net/>

### **Почему клиент не возвращается: 7 неочевидных ошибок \*)**

Почти каждый человек выбирает для себя отель в зависимости от стоимости и уровня комфорта. И чаще всего он хочет не просто отдохнуть, но и заняться своим

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

здоровьем, и поэтому рассматривает отели со спа-зоной. Но почему иногда клиент ограничивается только одним визитом и больше не возвращается? Разберемся в распространенных ошибках отельеров.

#### *Ошибка 1: отсутствие стандартов гостеприимства*

Очень важно, чтобы сотрудники отеля и спа-зоны знали своего клиента и четко понимали целевую аудиторию. Например, есть гости, которые всерьез настроены заняться своим здоровьем и ждут компетентной помощи, другие - хотят просто расслабиться, им важно, чтобы сервис был на высшем уровне. Поэтому владельцам отелей следует прописывать стандарты обслуживания и сервиса для каждой категории гостей, что позволит удовлетворить потребности клиента в полной мере.

Часто гость заезжает в разрекламированный отель и ждет, что его ожидания оправдаются, но в ответ не получает должной заботы. Встреча происходит стихийно, а о том, что в отеле, например, есть спа-зона, он узнает только на второй неделе отпуска. Многие клиенты вовсе до нее не доходят. Это говорит об отсутствии логистики. Поскольку большинство отелей большие, то в них обязательно должен быть менеджер, который проведет экскурсию и организует презентацию отеля и спа-зоны. О логистике подробнее поговорим ниже.

#### *Ошибка 2: на рецепции работают люди, которые не умеют выявлять потребности клиента*

Когда человек приходит в спа-зону, ему сразу задают привычный вопрос: «Чем я могу вам помочь?». Этот метод выявления потребностей клиента давно устарел: гость сам не знает, чего хочет, и не может моментально сориентироваться. Кроме того, нельзя забывать, что есть такие клиенты, которые просто стесняются спрашивать о процедурах. Ведь в меню услуг они часто описаны профессиональным языком, и человек не знаком с ними. Гость может ознакомиться с прайс-листом, не найти для себя ничего подходящего и впоследствии покинуть спа-зону. В итоге, он даже не узнает, как те или иные процедуры могли бы повлиять на его организм и скорректировать здоровье.

Сотрудникам отеля очень важно делать краткую презентацию услуг для клиента. Задавать вопрос не просто “для галочки”, а чтобы выявить неочевидные вещи и понять, что конкретному человеку лучше всего подойдет. Например, уточнить, знаком ли гость с услугами и что именно он хотел бы получить после посещения спа-центра. Он ответит на эти вопросы и поделится личным опытом. Исходя из этой информации, менеджер может рассказать ему о наиболее эффективных технологиях, которые помогут чувствовать себя лучше. Например, релакс-программы, программы для коррекции веса, детокса или омоложения. И тогда гость сможет быстрее сориентироваться и выбрать для себя нужную процедуру. Важно запомнить, что HR-менеджеры должны постоянно проводить обучение и повышать квалификацию персонала для улучшения качества общения с гостем.

#### *Ошибка 3: отсутствие у персонала навыков продаж*

Очень часто в отелях гость самостоятельно выбирает для себя процедуру, исходя из личного опыта. Например, когда-то он делал антицеллюлитный массаж, ему понравилось, поэтому теперь другие процедуры он даже не рассматривает. В этой ситуации задача сотрудника рецепции не просто записать клиента к определенному специалисту, а узнать о причинах его выбора, рассказать об эффекте, которого гость добьется и предложить дополнительные услуги. Например, если дополнить антицеллюлитный массаж LPG-терапией, джакузи или ароматерапией, это ускорит обмен веществ и будет способствовать устранению целлюлита. Здесь ключевую роль играет опыт в продажах, базовые знания о процедурах и их

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

результате и навыки коммуникаций с клиентом - их отсутствие может привести к потере гостей.

#### *Ошибка 4: нет сервиса сопровождения гостей*

Возвращаясь к вопросу о логистике клиента, могу сказать, что в большинстве спа-зонах она сложная, и, если гость постоянно будет испытывать трудности в поиске нужного кабинета, у него сложится неприятное впечатление о посещении отеля в целом. Нужно правильно внедрять персонал, который будет презентовать услуги и осуществлять сопровождение клиента. Очень важно при заезде гостя в отель лично показать ему весь комплекс: где и что находится, какие правила нужно соблюдать, где брать полотенце и прочее. После этого менеджер должен проводить клиента до нужного ему кабинета, передать специалисту и по окончании процедуры забрать.

Сопровождая клиента до рецепции, важно спросить его, все ли понравилось, что можно улучшить, когда записать его на следующую процедуру, а также можно предложить дополнительные услуги. В противном случае гость покинет спа-зону и персонал не узнает, вернется ли он.

Некоторые сотрудники отелей боятся быть навязчивыми, и поэтому стараются задавать клиенту как можно меньше вопросов. На самом деле грамотный менеджер может начать разговор с простых вопросов, требующих неодносложного ответа порядка "да" или "нет", и уже по манере ответа и готовности к диалогу понять, стоит ли продолжать беседу или гость не расположен к ней.

#### *Ошибка 5: отсутствие квалификационных стандартов у специалистов*

Общаясь с некоторыми отельерами, я иногда слышу, что при найме, например, массажиста в спа-зону работодатель интересуется, умеет ли он делать массаж. Получив положительный ответ, сотрудника проверяют на деле и подытоживают: «Руки хорошие, берём». На этом отбор заканчивается. Такой метод, безусловно, является ошибочным, так как HR-менеджер обязан проверить компетентность специалиста, наличие необходимых документов для осуществления деятельности (медицинской книжки, лицензии, диплома, сертификатов о прохождении специальных курсов), а также его навыки общения с клиентом.

Нужно вводить стандарты, в которых будет прописано, что и как должен выполнять специалист, устраивать тестирование, и по его результатам принимать решение, подходит ли сотрудник на эту должность. Также в стандартах должно упоминаться, что работодателю необходимо проверять навыки коммуникации специалиста. Иногда во время процедуры сотрудник отеля начинает рассказывать клиенту о себе, чтобы добиться его расположения, начиная от своей работы и заканчивая бытовыми сложностями. Такого быть не должно. Гость пришёл за процедурой и вести посторонние разговоры - не профессионально.

Если все начнут придерживаться работы по стандартам, то гость может без опаски идти к любому специалисту, потому что все они достаточно компетентны. Это приведет к равномерной нагрузке кабинетов.

#### *Ошибка 6: отсутствие новых услуг*

Если не вводить новые услуги, то отель перестает развиваться. Следовательно, владелец бизнеса теряет клиентские потоки, репутацию и прибыль, которую он мог бы получить. Чтобы избежать этого, необходимо вводить инновации. В качестве дополнительных услуг в спа можно ввести такие программы, как stone-терапия (лечение камнями), ароматерапия, флоатинг (проходит в специальной ванне с концентрированным раствором английской соли, который позволяет телу «парить» на поверхности), криосауны (лечение холодом). Необходимо внедрять новые форматы, например, кабинет PRO-AGE, в котором оказывают комплекс услуг по

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

управлению биологическим возрастом с помощью эпигенетической терапии (метод лечения и профилактики различных заболеваний и патологий посредством воздействия на эпигеном пациента).

Специалисты в таком кабинете осуществляют профессиональную курацию клиентов, что позволяет им «не потеряться» среди огромного количества спа-процедур. Гость точно знает, что ему необходимо скорректировать в своём здоровье, потому что врач при первом посещении собирает всю информацию о состоянии его организма, составляет анамнез, учитывая соматические заболевания. Такие услуги профессионально дополняют спа-зону тем, что гость может интегрировать умное оздоровление с традиционными процедурами: чистками, пилингами, массажами и многим другим. Помимо этого, владельцы отелей также видят положительный эффект после внедрения дополнительных услуг в свой бизнес. Они способствуют привлечению новых клиентов и в то же время обеспечивают возвращаемость старых. Такой подход значительно увеличивает прибыль отеля на 35-40% (стоимость услуг для клиента в кабинете PRO-AGE может варьироваться от 70 000 до 200 000 рублей, в зависимости от количества дней пребывания).

#### *Ошибка 7: сбор обратной связи ненадлежащим образом*

У гостей отелей редко правильно собирают обратную связь, не считая формальной анкеты. Необходимо развивать “сарафанный” маркетинг. Для этого за каждым гостем должен быть закреплен куратор, который обсудил бы с ним, что можно улучшить в отеле, чтобы тот вернулся и порекомендовал его своим близким. Хорошо, если такой менеджер добьется доверия гостя. Таким образом он сможет получить не только честный ответ, но и оставить приятное впечатление от всего отеля.

Когда гость уже уехал, можно присылать ему тематические рассылки, рассказывать о новостях: что происходит в отеле, какие мастер-классы и акции проводятся, какие новые услуги появляются и прочее. Важно продолжать поддерживать контакт с гостем, напоминать ему о себе и предлагать различные бонусы. Еще лучше, если у вас есть настроенная CRM-система, и рассылку вы будете делать персонализированную, с учетом предпочтений клиента, его анамнеза и обратной связи.

Исправив все эти ошибки, отель и спа-зона смогут повысить качество предоставляемых услуг, привлечь больше клиентов и увеличить обороты бизнеса в несколько раз. При введении перечисленных стандартов улучшится качество обслуживания и сервиса, что по моим оценкам обеспечит возвращаемость гостя в отель на 30-35%, а также будет создана хорошая репутация среди конкурентов.

<https://hotelier.pro/news/item/pochemu-klient-ne-vozvrashchaetsya-7-neochevidnykh-oshibok/>