



Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 0502-2016

С 16 по 31 мая 2016 года

1. Государственное регулирование и поддержка развития туристско-гостиничного комплекса

Комментарий председателя Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга В.Э. Кононова по поводу принятия в первом чтении законопроекта о запрете работы малых средств размещения в жилом фонде

2. К вопросу введения обязательной классификации гостиниц и иных средств размещения в Российской Федерации

Сертификаты о классификации получили 43 московских хостела

94 % гостиниц Кубани получили «звезды»

В Волгоградской области 73% гостиниц присвоена «звездность»

38 гостиниц Крыма получили «звёзды»

В Петербурге после проверки на «звёздность» закрылось 200 гостиниц

3 Туристская и гостиничная недвижимость Москвы и московского региона: аналитика, новости

Новый бутик-отель Bvlgari появится в Москве

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

Петербургские отельеры намерены бороться за свой бизнес

Петиция «Изменить законопроект о тотальном запрете временного проживания в квартирах и жилых домах».Путину Владимиру Владимировичу – Президенту Российской Федерации

Самые дорогие и дешевые гостиничные номера ЧМ-2018. Инфографика

Туроператоры обеспокоены засильем китайцев в бюджетных отелях Петербурга

Сертификация услуг по стандартам «Халяль–Френдли» в отелях увеличивает поток туристов-мусульман

Рынок посуточной аренды растет на фоне популярности внутреннего туризма

Летняя терраса "Маринс Парк Отеля" в Сочи снесена по решению властей. Персонал попытался занять оборону. Конфликт может стоить отелю участка земли.

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

Hilton меняет подход к дизайну: Tru VS Hampton. Крутизна важнее комфорта. Starbucks, общественный центр и современный офис в одном отеле.

6. Мнения по актуальным вопросам и методологические заметки

Аналитика TravelLine. Почему отелю нужно открыть продажи на год вперед. Брони на 5 миллиардов.

Эксперты: лет через десять «доходные дома» будут нормой для Москвы

5 мотиваторов для работников российских отелей и ресторанов.

Дизайн в помощь хаускипингу. Настенная мебель, белое белье и виниловая плитка. Полировка и ковровые покрытия уходят в прошлое.

Как выбрать мебель для отеля и ресторана. Нюансы, на которые надо обратить внимание.

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 и поддержка развития туристско-гостиничного комплекса

Комментарий председателя Комитета по развитию туризма Санкт-Петербурга В.Э. Кононова по поводу принятия в первом чтении законопроекта о запрете работы малых средств размещения в жилом фонде

Город не поддерживает принятие закона о запрете работы малых средств размещения в жилом фонде в версии Хованской. Должна быть предложена альтернатива по сохранению гостиничного фонда и конкретные предложения по изменению статуса помещений из нежилого в жилое. Закон о классификации позволяет регулировать и контролировать качество услуг хостелов при предоставлении гостиничных услуг.

Я считаю, что в «культурной столице» нельзя запрещать хостелы. В настоящее время город является своего рода столицей хостелов и мини-отелей, и большинство из них находятся в центре города в жилых домах из-за плотной застройки. За последние 20 лет было выкуплено очень много просторных коммунальных квартир с большим количеством комнат, которые переделывались в хостелы и мини-отели. Нельзя это разрушать, так как это опорный сегмент размещения эконом-класса в центре Санкт-Петербурга.

В настоящее время хостелы и мини-отели составляют 17% всего номерного фонда города и львиную долю всех мест эконом-класса в историческом центре города. При этом большая часть таких хостелов как раз находится в жилых квартирах и мы, таким образом сохраняем исторический облик города.

Я не думаю, что город столкнется с проблемой размещения всех гостей в период проведения чемпионата мира по футболу в 2018 году, но качество размещения на фоне этого закона может ощутимо снизиться. Так как есть опасность, что большинство из них уйдут в нелегальный бизнес.

Против нахождения хостелов и мини-гостиниц в жилых помещениях выступили депутаты Государственной думы, которые направили в парламент соответствующий законопроект.

Галина Хованская - глава Комитета по жилищной политике и ЖКХ категорически против размещения хостелов в жилых домах. Она считает, что хостелы в городах должны быть, но находиться в отдельных зданиях, а не в жилых домах. По её мнению, хостелы нарушают права большинства жителей дома. В частности, в большинстве случаев, не соблюдается «закон о тишине» и ущемляются права на пользование общей территорией многоквартирного дома. Она говорит о том, что такие хостелы и мини-гостиницы работают за рамками правовой среды.

Тем не менее, с начала января этого года действует норма ГОСТ "Услуги средств размещения. Общие требования к хостелам", согласно которой хостел может находиться в жилых помещениях.

<http://prohotel.ru/news-219333/o/>

2. К вопросу введения обязательной классификации гостиниц и иных средств размещения в Российской Федерации

Сертификаты о классификации получили 43 московских хостела

Сертификаты о классификации получили 43 московских хостела. Об этом Агентству городских новостей «Москва» сообщили в пресс-службе столичного департамента национальной политики, межрегиональных связей и туризма.

«По состоянию на 23 мая сертификаты о классификации получили 43 московских хостела. Всего было проверено 291 средство размещения из 456, внесенных в реестр. Особо стоит отметить тот факт, что некоторые из хостелов получили классификацию категории «одна звезда» и «две звезды», что свидетельствует о наличии в данной нише московской индустрии гостеприимства бюджетных средств размещения высокого класса обслуживания», - сообщил собеседник агентства.

По его словам, в ходе проверок было выявлено более 1 тыс. нарушений, вынесено 615 постановлений о возбуждении дел по факту административных правонарушений, уголовные дела не возбуждались. В результате проверок ни один хостел не был закрыт.

В пресс-службе напомнили, что в соответствии с федеральным законом гостиницы, отели и приравненные к ним коллективные средства размещения, не имеющие соответствующих свидетельств о классификации должны прекратить деятельность с 1 июля 2016 г. В настоящий момент продолжают работать все столичные хостелы - как прошедшие классификацию, так и не получившие «звезды».

Ранее глава департамента национальной политики, межрегиональных связей и туризма Москвы Владимир Черников сообщал, что две трети хостелов являются «резиновыми» квартирами. Проверки столичных хостелов инициированы по жалобам москвичей и проводятся департаментом совместно с Роспотребнадзором и прокуратурой.

<http://www.mskagency.ru/materials/2556498>

94 % гостиниц Кубани получили «звезды»

Отели Краснодарского края, которые не успеют пройти классификацию до 1 июля, будут вынуждены приостановить свою работу.

В Краснодарском крае более 94 % средств размещения прошли процедуру классификации, передает портал «Юга». Как сообщил министр курортов, туризма и олимпийского наследия Кубани Евгений Куделя, с 1 июля этого года классификация гостиниц будет обязательной. Отель, которые не успеют получить «звезды», будут вынуждены приостановить свою работу.

Глава ведомства также отметил, что регионы должны иметь больше полномочий в вопросе классификации. «Надо контролировать организации, которые проводят классификацию, гостиницы, а также устанавливать наказание за недобросовестную работу. Предложения о том, чтобы наделить Краснодарский край полномочиями по контролю, уже переданы в Минкультуры и Совет Федерации», — заявил Евгений Куделя на пресс-конференции в Краснодаре.

По словам министра, на Кубани этим летом будет работать 3382 гостиницы и отеля, рассчитанных более чем на 350 000 человек.

<https://travel.rambler.ru/news/7037/>

В Волгоградской области 73% гостиниц присвоена «звездность»

Все объекты гостиничного бизнеса региона должны пройти процедуру классификации до 1 июля 2016 года

73% гостиниц Волгоградской области прошли процедуру классификации, получив соответствующий уровень «звездности».

«Свои «звезды» получили 237 отелей, турбаз и иных объектов размещения гостей, - сообщили корреспонденту «АиФ-Волгоград». - Задача - к 1 июля 2016 года классифицировать 100 процентов объектов».

Всего, по данным областных властей, на сегодняшний день в регионе 323 объекта гостиничного бизнеса общей вместимостью более девяти тысяч человек. На 100% процедура классификации выполнена в 7 районах - Калачевском, Октябрьском, Новоаннинском, Палласовском, Чернышковском, Нехаевском и Алексеевском. В целом по присвоению «звезд» Волгоградская область лидирует среди субъектов РФ.

Напомним, классификация гостиничного бизнеса проводится в рамках подготовки региона к ЧМ-2018. В оценке объектов участвуют эксперты Российской Гостиничной Ассоциации.

Следить за подготовкой волгоградской региона к ЧМ-2018 можно на сайте 2018.volganet.ru. На портале есть разделы «Сфера обслуживания», «Гостиницы», «Инфраструктура», «Что посмотреть». По мере строительства объектов и сдачи в эксплуатацию они будут пополняться. Также есть лента новостей, где появляется важная информация о мундиале.

http://www.vlg.aif.ru/society/details/v_volgogradskoy_oblasti_73_gostinic_pri_svoena_zvezdnost

38 гостиниц Крыма получили «звёзды»

Добровольную классификацию должны пройти 52 объекта размещения полуострова

38 коллективных средств размещения в Крыму прошли процедуру классификации. Пяти объектам присвоена высшая категория, 5*. 12 гостиниц получили 4*, 14 — 3*, 5 — 2*. Еще двум объектам присвоена категория «без звезд», сообщили в Ростуризме.

В общей сложности до 1 июля добровольную классификацию должны пройти 52 объекта размещения полуострова, чей фонд превышает 15 тыс. мест.

В Севастополе к 1 июля пройдут добровольную классификацию 19 гостиниц из 84, определенных специальным графиком. Пока сертификацию прошли две гостиницы, обе получили категорию «без звезд».

Добровольная классификация в объектах размещения Крыма и Севастополя проводится для того, чтобы повысить уровень сервиса, приблизить качество обслуживания в гостиницах и санаториях к международным стандартам.

По данным министерства курортов и туризма Крыма, с начала 2016 года республику посетили 677 тыс. человек, что на 22% больше прошлогодних показателей.

Крым в этом году может увеличить итоговый турпоток на 500 тыс. человек. Сейчас туроператоры отмечают рост спроса на отдых в регионе в пределах 20%.

Как сообщало ИА REGNUM, в период майских праздников количество туристов, отдохнувших в Крыму, составило 161,6 тысячи человек, что на 23,3% выше уровня прошлого года. Средняя заполняемость работающих санаторно-

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

Фокус – Москва и столичный регион

курортных и гостиничных учреждений в период майских праздников по Крыму составила 32%, что на 9,5% выше уровня 2015 года.

<http://regnum.ru/news/economy/2139125.html>

В Петербурге после проверки на «звёздность» закрылось 200 гостиниц

За полгода в Петербурге прекратили деятельность 200 гостиниц, сообщил в эфире «Радио Балтика» замглавы УФАС по Петербургу Вячеслав Тукаев. По информации ведомства, в декабре в городе работали 533 отеля, однако по данным на конец апреля их осталось 333.

«После классификации гостиниц на «звёздность» 200 из них исчезли как юридические лица. Мы проверяли отели на предмет введения потребителя в заблуждение. Выяснилось, что не все добросовестно указывают количество звёзд», — уточнил Тукаев.

По словам чиновника, в результате ведомство рассмотрело 32 дела, к административной ответственности привлекли 24 гостиницы, а восемь отелей представили документы, подтверждающие число звёзд.

Мониторинг гостиниц проводят в рамках подготовки к чемпионату мира по футболу, который пройдёт в 2018 году. Проверку завершат к первому июля.

В марте заместитель председателя городского комитета по развитию туризма Нана Гвичия сообщила, что классификацию на соответствие звёздности прошли только 110 гостиниц из 533 официально зарегистрированных в Петербурге.

Осенью антимонопольщики также выявили нарушения в городских отелях. По данным УФАС, гостиницы вводили клиентов в заблуждение относительно категорий звёздности.

<https://baltika.fm/news/96168>

3. Туристская и гостиничная недвижимость Москвы и московского региона: аналитика, новости

Новый бутик-отель Bulgari появится в Москве

Вскоре в Москве появится первый в России отель под всемирно известным итальянским люксовым брендом Bulgari. Как сообщают СМИ, его планируют построить на Большой Никитской. Строительством отеля будет заниматься Алексей Богачев, являющийся партнером Сергея Галицкого по торговой сети "Магнит". По другим данным, гостиницу намерена построить компания Storm Properties, которая принадлежит экс-совладельцу девелоперской группы ПИК Кириллу Писареву.

Кроме отеля, в новом комплексе также запланированы апартаменты, которые будут находиться под управлением Bulgari, сообщили СМИ.

Представитель мэрии рассказал, что новый бутик-отель Bulgari появится на Никитском бульваре. На этой улице всего лишь один участок остался незастроенным - рядом с Центральным домом журналистов. Этот участок ранее принадлежал бывшему владельцу "Черкизовского рынка" Тельману Исмаилову, ставшему банкротом в декабре

По предварительным подсчетам в будущей гостинице на Никитском бульваре можно открыть сто-сто двадцать номеров, а на Большой Никитской всего пятьдесят номеров. При этом, в обоих случаях инвестиции проекта оцениваются в двести млн долларов. Предположительно средняя стоимость суточного размещения в отеле Bulgari будет составлять порядка 500 долларов.

Напомним, что гостиничный бренд Bulgari входит в итальянскую компанию Bulgari S.p.A., которая находится под управлением французской LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton. Всемирную известность Bulgari получила как производитель роскошных товаров: часов, ювелирных изделий, аксессуаров и парфюмерии. Свой первый отель Bulgari открыла в 2004 году в Милане, с того времени появились отель и апартаменты в Лондоне, а также курорт на Бали. В следующем 2017 году запланировано открытие отелей в Шанхае, Пекине и Дубае. Управлением отелей Bulgari занимается Компания Marriott International.

Как сообщалось СМИ, загрузка самых роскошных отелей в Москве и Санкт-Петербурге в первом квартале 2016 года совершенно неожиданно побила все рекорды за последние десять лет, несмотря на заметное повышение цен.

Эксперты называют три фактора роста популярности люксового сегмента: высокая покупательская способность иностранных туристов на фоне ослабления рубля; появление на рынке нового типа туристов из Азии, посещающих Россию ради шопинга; состоятельная публика наших сограждан переориентировалась с зарубежных предложений на качественное предложение на родине.

<http://prohotel.ru/news-219351/o/>

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

Петербургские отельеры намерены бороться за свой бизнес

В Санкт-Петербурге находятся около полутора тысяч малых средств размещения или, говоря иначе, - хостелов.

В пятницу 13 мая Госдума приняла в первом чтении законопроект Галины Хованской, который запрещает использование жилых помещений в качестве отелей и хостелов. Эта мера должна защитить жителей домов от постоянного потока незнакомцев и шума в подъездах. В Северной столице с тревогой ждут инициативу федерального уровня: чем в итоге обернется забота о соседях и кто выиграет от этой инициативы?

Бороться за свой бизнес, собирать подписи и рассылать письма на адрес первых лиц государства, похоже ничего другого петербургским предпринимателям не остается. Хотя против принятия этого закона высказывались даже в городском правительстве. Хостелы города составляют порядка 20% гостиничного рынка и приносят в казну достаточно солидный доход.

Решать проблему предлагают путем процедуры прохождения классификации, которую и так всем придется пройти в преддверии предстоящего Чемпионата мира по футболу 2016. До 1 июля все объекты размещения должны пройти классификацию, то есть доказать, что они оказывают качественные услуги. Представители власти считают, что эта мера поможет решить ряд проблем, связанных с размещением в мини-отелях и хостелах. Новый закон допускает возможность работы в жилом доме, при условии что помещение предварительно будет переведено в нежилой фонд.

В частности, речь идет о системе звукоизоляции номеров, средствах противопожарной безопасности и охранной сигнализации. Участники рынка утверждают, что сегодня осуществить это практически нереально. «Есть некоторые предприниматели, которые расселяют жильцов коммунальных квартир и переводят жилые помещения в нежилые, а затем сдают в аренду. Известно несколько организаций, которые осуществляют все это только через суды. Безусловно для отельеров это не выход, если бы у них был шанс и нормативная база была сформирована полностью, они могли бы этим правом воспользоваться, - говорит Елена Церетели, председатель Общественного совета по развитию малого предпринимательства при губернаторе Санкт-Петербурга

Сегодня в жилом фонде расположены более 80% объектов малых размещений. Сами отельеры уверяют, что от их присутствия жителям домов только польза. «К чему это приведет? За нами уйдут хостелы, уйдут «малые средства размещения, - заявляет Яна Окунева, президент союза хостелов России, - Для города это глобальная катастрофа. Мы легализованный бизнес. Более того, мы находимся в жилом фонде, понимаем свои права и разделяем свою территорию с соседями. Мы начинаем ремонтировать лестничные площадки, облагораживать домовую территорию».

Участники рынка уверены что выиграют от поправок только более крупные отельеры. Ведь Чемпионат мира по футболу длится всего месяц, а кризис диктует свои условия уже пару лет.

«Мы все являемся «малыми средствами размещения», общался вчера с представителем Всероссийской гостиничной ассоциации и он мне рассказал о крупных сетевых гостиницах, с их точки зрения все обострилось с развивающимся кризисом. - комментирует Владимир Васильев, президент

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

Фокус – Москва и столичный регион

Ассоциации малых отелей, - Законопроект Галины Хованской ждет два чтения. То есть еще есть время для того, чтобы скорректировать правила игры и сохранить петербургский рынок хостелов. По крайней мере, в легальной форме. Участники рынка не скрывают, что в противном случае они вынужденно уйдут в тень, а для работы пользоваться коррупционными схемами».

Пока же петербургские отельеры и работники малых средств размещения составили петицию в адрес президента России Владимира Путина. В ней выражена просьба об изменении данного законопроекта, поскольку он на сегодняшний день является непродуманным и несвоевременным шагом. Предприниматели предлагают отдать право регулирования МСР субъекту Федерации и позволить осуществлять данный вид деятельности в жилом фонде объектам прошедшим классификацию.

<http://prohotel.ru/news-219352/o/>

Петиция «Изменить законопроект о тотальном запрете временного проживания в квартирах и жилых домах». Путину Владимиру Владимировичу – Президенту Российской Федерации

Обращение к В.В.Путину – Президенту Российской Федерации по вопросу внесения на рассмотрение в Государственную Думу законопроекта 876688-6 "О внесении изменения в статью 17 Жилищного кодекса Российской Федерации в части запрета использования жилых помещений в качестве гостиницы, иного средства временного размещения, а также предоставления в них гостиничных услуг".

Уважаемый Владимир Владимирович!

9 сентября 2015 года в Государственную Думу Российской Федерации группой депутатов внесен законопроект 876688-6 «О внесении изменения в статью 17 Жилищного кодекса Российской Федерации», который по своей сути запрещает оказание гостиничных услуг в жилом фонде.

За последние годы Россия стала очень популярной страной для туристов со всего мира, вследствие чего, многие путешественники выбирают бюджетный отдых, размещаясь в хостелах, мини-отелях и гостевых домах. В связи со сложной экономической ситуацией в стране, многие постоянные клиенты престижных отелей утратили былую платежеспособность и стали выбирать более дешевый вариант для размещения. При принятии указанного законопроекта, большое количество таких туристов (как российских, так и зарубежных) просто не смогут приехать по экономическим соображениям или будут вынуждены пользоваться услугами черного рынка сдачи частного жилья, что приведет к налоговым потерям для бюджетов всех уровней.

На сегодняшний день только в Санкт-Петербурге работает более 1300 хостелов, гостевых домов и мини-отелей с номерным фондом более 30 000 единиц, что составляет около 30% всего номерного гостиничного фонда Санкт-Петербурга. В этой сфере деятельности занято свыше 20 000 человек. Большинство этих отелей расположены в жилых домах и будут вынуждены закрыться при принятии данного законопроекта.

Встанет вопрос и об организации Чемпионата Мира по футболу в 2018 году, так как каждый город просто не сможет принять огромное количество туристов без номерного фонда мини-отелей и хостелов, размещенных в жилом фонде.

Дополнительно просим обратить внимание на то, что при закрытии всех мини-отелей и хостелов, расположенных в жилом фонде, появятся

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

Фокус – Москва и столичный регион

дополнительные расходы на выплату пособий по безработице бывшим сотрудникам, так как сотрудники окажутся без работы на длительный срок.

От лица всех владельцев малых отелей и хостелов Санкт-Петербурга просим изменить данный законопроект, как непродуманный и несвоевременный, и предлагаем отдать право регулирования МСР субъекту Федерации и позволить осуществлять деятельность в жилом фонде тем, кто прошел классификацию.

С уважением,

Отельеры и работники малых средств размещения России

<https://www.change.org/p/изменить-законопроект-о-тотальном-запрете-временного-проживания-в-квартирах-и-жилых-домах>

Самые дорогие и дешевые гостиничные номера ЧМ-2018. Инфографика

Цена одной ночи в отелях городов-организаторов Чемпионата мира по футболу 2018 года и их сравнение с прожиточным минимумом – в инфографике «АиФ-Волгоград».

До старта Чемпионата мира по футболу осталось ровно 770 дней. Первый матч мундиаля состоится 14 июня: в 18.00 в Москве на поле стадиона «Лужники» выйдут сборная России и ее пока еще неизвестный соперник. С этого дня и до 15 июля футбольные фанаты со всего мира будут перемещаться от Калининграда до Екатеринбурга, от Сочи до Санкт-Петербурга. И останавливаться в местных гостиницах. О том, сколько там стоят номера сейчас и сколько будут стоить летом 2018 года – в инфографике «АиФ-Волгоград».

Не дороже 700 тысяч в сутки

Цена за проживание в гостиницах городов-организаторов во время Чемпионата мира регулируется постановлением Правительства РФ. Документ устанавливает минимальную и максимальную стоимость на период мундиаля. Самый дорогой гостиничный номер во время ЧМ-2018 будет, вероятнее всего, в Санкт-Петербурге – там верхняя планка за одну ночь установлена на уровне 700 тысяч рублей. В Москве номер не может стоить дороже 650 тысяч рублей за сутки. А самый дешевый номер можно будет найти в Калининграде – там нижняя планка установлена на уровне 2 400 рублей в сутки.

Сейчас самые дорогие гостиничные номера – в Москве. Цена за одну ночь в стандартном номере может достигать до 41 300 рублей. Цена за номера самого высокого класса мы в инфографике не учитывали.

С самым дешевым номером ситуация обстоит сложнее. Если верить сайту бесплатного бронирования отелей, то в пределах от 1 000 до 2 000 рублей за сутки гостиничный номер можно найти во всех городах-организаторах, кроме Саранска. Там цена начинается от 3000 рублей.

СКОЛЬКО СТОЯТ ГОСТИНИЧНЫЕ НОМЕРА В ГОРОДАХ ЧМ-2018



МОСКВА

Стоимость гостиничного номера за сутки
Сейчас: от 1 400 руб. до 41 300 руб.
Во время ЧМ-2018: от 3 480 руб. до 650 000 руб.
Прожиточный минимум: 14 413 руб.



ЕКАТЕРИНБУРГ

Стоимость гостиничного номера за сутки
Сейчас: от 1 500 руб. до 12 000 руб.
Во время ЧМ-2018: от 2 610 руб. до 47 00 руб.
Прожиточный минимум: 9 675 руб.



САМАРА

Стоимость гостиничного номера за сутки
Сейчас: от 1 500 руб. до 7 000 руб.
Во время ЧМ-2018: от 2 250 руб. до 75 300 руб.
Прожиточный минимум: 8 873 руб.



НИЖНИЙ НОВГОРОД

Стоимость гостиничного номера за сутки
Сейчас: от 2 000 руб. до 7 000 руб.
Во время ЧМ-2018: от 4 250 руб. до 70 700 руб.
Прожиточный минимум: 8 382 руб.



КАЛИНИНГРАД

Стоимость гостиничного номера за сутки
Сейчас: от 1 500 руб. до 6 750 руб.
Во время ЧМ-2018: от 2 400 руб. до 57 500 руб.
Прожиточный минимум: 9 630 руб.



САРАНСК

Стоимость гостиничного номера за сутки
Сейчас: от 3 000 руб. до 7 600 руб.
Во время ЧМ-2018: от 2 610 руб. до 26 400 руб.
Прожиточный минимум: 7 863 руб.



САНКТ-ПЕТЕРБУРГ

Стоимость гостиничного номера за сутки
Сейчас: от 1 200 руб. до 25 000 руб.
Во время ЧМ-2018: от 4 600 руб. до 700 000 руб.
Прожиточный минимум: 10 019 руб.



РОСТОВ-НА-ДОНУ

Стоимость гостиничного номера за сутки
Сейчас: от 1 000 руб. до 11 000 руб.
Во время ЧМ-2018: от 2 440 руб. до 52 300 руб.
Прожиточный минимум: 9 109 руб.



ВОЛГОГРАД

Стоимость гостиничного номера за сутки
Сейчас: от 1 800 руб. до 6 500 руб.
Во время ЧМ-2018: от 3 200 руб. до 45 000 руб.
Прожиточный минимум: 8 669 руб.



КАЗАНЬ

Стоимость гостиничного номера за сутки
Сейчас: от 1 300 руб. до 12 500 руб.
Во время ЧМ-2018: от 3 200 руб. до 80 100 руб.
Прожиточный минимум: 7 775 руб.



СОЧИ

Стоимость гостиничного номера за сутки
Сейчас: от 1 600 руб. до 26 500 руб.
Во время ЧМ-2018: от 2 800 руб. до 82 000 руб.
Прожиточный минимум: 9 261 руб.

Стоимость гостиничного номера за сутки:
■ сейчас ■ во время ЧМ-2018
■ прожиточный минимум

Если сравнивать цену на гостиницы во время чемпионата с прожиточным минимумом, действующим сейчас, то самыми «недоступными» оказываются гостиницы Нижнего Новгорода. Самый дешевый номер здесь в 2018 году обойдется в половину прожиточного минимума. А самыми «доступными» с этой

точки зрения выглядят номера в Москве, где одна ночь в отеле равна 24% от нынешнего прожиточного минимума. Но стоит отметить, что через два года эти цифры могут измениться.

Все в Москву

На данный момент FIFA одобрила 173 российских гостиницы для размещения туристов во время ЧМ-2018. 74 из них – в Москве, 25 в Санкт-Петербурге и 20 в Екатеринбурге. В Казани «одобрение» пока получили 11 отелей, в Сочи – 10, в Ростове – 9, в Самаре – 6, в Саранске – 5, в Калининграде – 4, в Нижнем Новгороде – 3, в Волгограде – 2. Еще 4 одобренных FIFA отеля находятся не в городах-организаторах, а рядом с ними. Но к самому чемпионату одобренных отелей должно стать больше.

Всего в рамках чемпионата будет сыграно 64 матча. 12 из них пройдут на двух московских стадионах, 7 – в Санкт-Петербурге, по 6 – в Самаре, Нижнем Новгороде, Казани и Сочи. В Ростове состоится 5 матчей ЧМ-2018, а в остальных городах – по 4. Сборную России на поле на групповом этапе можно будет увидеть в Москве, Санкт-Петербурге и Самаре. Если команда-хозяйка чемпионата выйдет из группы, то матч 1/8 финала с ее участием может пройти в Сочи или в Москве. А уж если дойдет до стадии 1/4, то выйдет на поле либо в Сочи, либо в Нижнем Новгороде. Полуфиналы пройдут в двух столицах, а финальная игра – 15 июля в 18.00 на стадионе «Лужники» в Москве.

http://www.vlg.aif.ru/infographic/memo/samye_dorogie_i_deshevye_gostinichnye_nomera_chm-2018_infografika

Туроператоры обеспокоены засильем китайцев в бюджетных отелях Петербурга

Петербургские туроператоры обеспокоены тем, что этим летом российским туристам может не хватить мест в бюджетных отелях города. Причиной тому стал наплыв китайских туристов, которые, не в пример европейцам, предпочитают останавливаться в трехзвездочных отелях.

В этом летнем сезоне российским туристам может не хватить мест в бюджетных отелях Петербурга из-за наплыва гостей из Китая, предпочитающих останавливаться в трехзвездочных отелях, сообщает в среду, 1 июня, Российский союз туриндустрии (РСТ).

РСТ отмечает, что Петербург не входит в число излюбленных мест отдыха жителей Китая в России. В топе, как и прежде, остаются Москва, Приморский и Амурские края, где число путешественников из Китая последние 2 года стабильно растет.

"По итогам первого квартала чиновники насчитали увеличение турпотока на 50% по сравнению с тем же периодом 2015 года. Точной статистики найти не удалось, однако известно, что только прямыми рейсами между Петербургом и городами КНР в 2015 году воспользовались 93,4 тыс. пассажиров, что на 91% больше аналогичного показателя 2014 года", — приводит РИА Новости данные РСТ.

По словам директора компании "Версия" Галины Богиной, проблема заключается в нехватке мест в трехзвездочных отелях, которые пользуются спросом у российских туристов. "Сейчас многие из них на весь сезон уже "расписаны" под китайских туристов. Если бы не это обстоятельство, мы могли бы принять больше россиян", — сказала Богина.

Гендиректор компании "Петротур" Игорь Мазулов отметил, что турпоток из Европы не восстанавливается, а число иностранных туристов растет за счет азиатских стран, прежде всего Китая. "Если европейцы останавливались чаще всего в отелях четыре звезды, то китайцы предпочитают три звезды, поток их велик и начинает конкурировать с российским за места в бюджетных гостиницах", — пояснил Мазулов.

http://www.dp.ru/a/2016/06/01/Turoperator_i_obespokoeni/

Сертификация услуг по стандартам «Халяль–Френдли» в отелях увеличивает поток туристов-мусульман

Не прибегая к каким-либо существенным дополнительным затратам, сертификация услуг по стандартам «Халяль–Френдли» в отелях сегодня позволяет увеличить поток туристов-мусульман, заявил Сергей Иванов, являющийся председателем Госкомитета РТ, на сессии Международной конференции «Халяль» в рамках VIII Международного экономического саммита KazanSummit 2016.

"Проект «Халяль–Френдли» стал инструментом внедрения этого стандарта, ориентированного на формирование сети различных предприятий туристской отрасли, которые предоставляют свои услуги по стандартам Халяль. Отели и рестораны являются основными объектами, участвующими в этом проекте, - отметил С.Иванов

Он также сообщил, что требования стандартов "достаточно просты и легко исполнимы". Стоит отметить, что сертифицироваться может как весь отель, так и отдельный номерной фонд (выделенные этажи или номера), а также услуги общественного питания и персонал..

Введение стандартов "Халяль-Френдли" позволит привлечению в Татарстан большего количества туристов-мусульман из разных регионов России, где в настоящее время проживает уже более двадцати млн. мусульман, а также из зарубежных государств.

Также глава отметил, что эксперты сегодня предсказывают активный рост индивидуальных поездок путешественников-мусульман. Считается, что в течении ближайших нескольких лет их рост значительно увеличится. По данным, число туристов выбравших халяльный туризм в 2014 году составило сто восемь миллионов человек (десять процентов от общего числа туристов), а оборот отрасли превысил сто сорок пять миллиардов долларов. По прогнозам, к 2020 году эта цифра составит порядка 200 миллиардов долларов.

Как сообщалось ранее, в начале года в Татарстане две гостиницы получили сертификаты соответствия стандартам "Халяль-Френдли": отели «Релита-Казань» и «Корстон». В беседе с корреспондентом РБК-Татарстан представитель власти Иванов сообщил, что пока количество "дружелюбных" гостиниц остается прежним и новых сертификатов "Халяль-Френдли" гостиницы Татарстана не получали.

<http://prohotel.ru/news-219364/o/>

Рынок посуточной аренды растет на фоне популярности внутреннего туризма

На фоне продолжающегося кризиса и растущей популярности внутреннего туризма в сегменте посуточной аренды фиксируется существенное увеличение спроса. По данным «Avito Недвижимость», в апреле текущего года спрос на

посуточную аренду по популярным направлениям вырос в среднем в 2-3 раза по сравнению с аналогичным периодом 2015 года.

Весной самым высоким спросом пользовалась недвижимость в популярных туристических центрах и городах черноморского побережья. Пик популярности, как и ожидалось, пришелся на майские праздники. Необходимо отметить, что аудитория сайта также постоянно увеличивается, что способствует росту спроса и предложения. Так, количество запросов контактов в Москве выросло на рекордные 220%, в Санкт-Петербурге – на 88%. В два и более раза чаще, чем в прошлом году, пользователи Avito интересовались квартирами в Ялте (189%), Сочи (158%), Геленджике (129%), Севастополе (103%) и Анапе (100%).

Несмотря на увеличение спроса, количество предложений в ряде курортных городов, напротив, сократилось. Наиболее ярко эта тенденция выражена в Крыму. В Севастополе число объявлений о посуточной аренде уменьшилось на 12%, в Ялте – на 18%. При этом в городах Краснодарского края, как и годом ранее, фиксируется увеличение объема предложения. Лидер по этому показателю – Геленджик, где количество доступных вариантов арендной недвижимости за год выросло на 77%. В Анапе и Сочи рост составил 55% и 54% соответственно.

Величина предложения на рынках Москвы и Санкт-Петербурга также демонстрирует положительную динамику. По сравнению с аналогичным показателем 2015 года количество объявлений в этих городах выросло на 174% и 63% соответственно.

Стоит отметить, что при активном росте спроса ставки аренды на квартиры и комнаты практически не изменились. В Санкт-Петербурге, Севастополе, Геленджике, Сочи и Ялте величина арендной ставки за год выросла на 2-4%, а в Анапе и Москве снизилась на 3% и 4% соответственно.

Средняя стоимость посуточной аренды

Город	Апрель 2015 г., руб./сутки	Апрель 2016 г., руб./сутки
Москва	2 725	2 617
Сочи	2 389	2 491
Геленджик	2 349	2 420
Санкт-Петербург	2 317	2 355
Ялта	2 293	2 347
Севастополь	1 805	1 859
Анапа	1 653	1 602

Самыми дорогими городами, как и год назад, стали Москва, Сочи и Геленджик. Чуть ниже оказались арендные ставки в Санкт-Петербурге и Ялте. По цене, не превышающей 2 000 рублей за сутки проживания, по-прежнему доступны квартиры только в Севастополе и Анапе.

«Увеличение спроса на посуточную аренду – это долгосрочный тренд, усиление которого зависит от сезонных факторов. По этой причине самых высоких цен стоит ожидать в августе. При этом количество доступных предложений будет сокращаться. Чтобы не попасть в непредвиденную ситуацию,

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

Фокус – Москва и столичный регион

стоит обратить внимание на несколько простых правил. В первую очередь, учитывайте соотношение цены и качества: предложение шикарных квартир по заниженной относительно рынка цене должно вас насторожить. Прежде чем перечислить деньги, убедитесь в добросовестности владельца недвижимости или договоритесь о бронировании без предоплаты. Эти простые рекомендации помогут найти идеальную квартиру без рисков даже в высокий сезон», – комментирует Эрик Сегерборг, руководитель направления «Avito Недвижимость».

<http://prohotel.ru/news-219374/o/>

Летняя терраса "Маринс Парк Отеля" в Сочи снесена по решению властей. Персонал попытался занять оборону. Конфликт может стоить отелю участка земли.

Администрация Сочи распорядилась снести летнюю террасу ресторана в четырехзвездочном "Маринс Парк Отель". Работники гостиницы попытались этому воспрепятствовать. Мэрия угрожает расторжением договора аренды земельного участка.

Еще в 2013 году собственники отеля обратились в мэрию с эскизным проектом террасы, чтобы согласование было обоснованным, проект отправили на доработку.

Накануне лета 2016 года руководство отеля решило расширить площадь ресторана, пристроив к нему террасу. Она должна была проработать до конца сезона, но сотрудники администрации города сочли стройку незаконной, по их мнению, документов на строительство представлено не было. Было принято решение снести объект как самострой, несмотря на то, что отель арендует этот участок земли.

Во время сноса постройки персонал гостиницы вышел на веранду и разместился за столиками. Работы на некоторое время пришлось приостановить. Однако городские чиновники довели дело до конца.

По словам первого заместителя главы города Мугдина Чермита, собственники хотели построить временное сооружение, но фактически возвели капитальное строение на муниципальной земле без каких-либо разрешительных документов.

В мэрии заявляют, что ранее уже обращались к собственникам отеля с требованием прекратить возведение летней веранды. Однако стройка продолжилась, и тогда в городской администрации решили пойти на радикальные меры. Ее представители говорят: земля, на которой ведутся работы – муниципальная, хоть и находится в аренде. А значит, никаких действий собственники гостиницы без разрешения местных властей предпринимать не должны.

Как заявил со своей стороны директор отеля "Маринс Парк Отель Сочи" Константин Фоминых, возведенное сооружение является временным и весь пакет необходимых документов был с администрацией города согласован. Уведомление о начале строительства было отправлено чиновника 18 апреля.

Теперь, уже после сноса здания, стороны намерены продолжить общение в суде, в мэрии намерены идти до конца. И если потребуется – расторгнуть договор аренды земельного участка.

Стоит отметить, что терраса ресторана Маринс Парк Отеля – не первый объект, который администрация Сочи сочла самостроем. С марта в городе, по примеру Москвы, началась компания по борьбе с незаконно возведенными

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

Фокус – Москва и столичный регион

объектами. В список объектов незаконного строительства вошел 41 объект, 35 из них – торговые павильоны Приморской набережной, которые считаются неотъемлемой частью курортной прибрежной зоны.

Кроме того, вопрос сноса самостроя коснулся не только мелкомасштабных строений, он затронул и сочинский аквапарк "Маяк", располагающийся на той же Приморской набережной уже 16 лет. Конфликт между администрацией города и владельцами аквапарка давно перенесен на судебное поле. Разбирательства по этому вопросу ведутся вплоть до сегодняшнего дня.

http://hotelier.pro/index.php?option=com_k2&view=item&id=1457:marins&Itemid=278

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

Hilton меняет подход к дизайну: Tru VS Hampton. Крутизна важнее комфорта. Starbucks, общественный центр и современный офис в одном отеле.

Крупные гостиничные сети, снижают расходы, обращаясь к людям, для которых стоимость и крутизна более важны, чем комфорт. Новый отель Hyatt в Денвере предлагает крафтовое пиво и предметы декоративно-прикладного искусства. В отелях Marriott Моху, открывшихся в апреле этого года в Новом Орлеане, в лобби стоит фотоавтомат. Hilton презентует в этом году свой новый отель Tru с ценами не выше \$90 за номер.

"Вопрос в том, как спроектировать новый гостиничный бренд, не думая о традиционном отеле, - говорит Фил Кордел, директор по глобальному развитию Hilton. –

Ответ: Мысленно объедините Starbucks, общественный центр и современный офис". Так, чего же ожидать? Сравним Tru и Hampton by Hilton .

Hampton

Номера



Обычные: четыре подушки, белое пуховое одеяло и кровать на раме, традиционный стол, и комод, который раздвигается под телевизор и кофеварку.

Лобби



Гостиная комната, используется как зона отдыха, обеденная зона и 24-часовой мини-маркет с закусками и напитками.

Бесплатный завтрак



Основной и фитнес-завтрак: яичница-болтунья, бекон, вафли, колбаса из индейки, яйца вкрутую.

Рабочее пространство



Традиционные бизнес-центры и конференц-залы, чтобы разместить всех желающих. В том числе и поспать.

Фитнес-центры



Отличные фитнес-центры, и вы даже может быть пойдёте в бассейн, всё зависит от цены.

Tru Номера



Никаких столов (на ноутбуке можно работать, полулёжа на кровати) или сервантов (впрочем, есть открытый шкаф с вешалками и крючками). Зато вы получите белое пуховое одеяло, но только три подушки.

Лобби



Пространство больше на 25%, есть зоны для работы с удобными для ноутбуков местами, настольный футбол и столы для пинг-понга, места для отдыха с шезлонгами и места для приёма пищи и дружеских посиделок.

Бесплатный завтрак



Довольно милый и комбинируемый: барная стойка для основ завтрака: греческий йогурт, рогалики и так далее, плюс превосходный бар с 30 наименованиями: от джема и жидкого сыра до глазури.

Рабочее пространство



Новому поколению придется по вкусу звуконепроницаемые кубы и принтер в лобби. Также здесь можно собрать всех своих друзей и болельщиков на чемпионат по пинг-понгу. Места вокруг стола будет достаточно.

Фитнес-центры



Как правило, никаких бассейнов. Зато вы получите естественный свет из огромных окон окна и большого пространства с матами для йоги и упражнений на растяжку.

Источник: Entrepreneur

http://hotelier.pro/index.php?option=com_k2&view=item&id=1448:tru&Itemid=282

5. Мнения по актуальным темам и методологические заметки

Аналитика TravelLine. Почему отелю нужно открыть продажи на год вперед. Брони на 5 миллиардов.

У Booking.com есть хорошая традиция – напоминать своим клиентам, что открывать продажи нужно минимум на один год вперед. Аналитики TravelLine решили проверить, все ли гостиницы следуют этому совету. Готовьтесь увидеть много цифр.

Ранних броней – на 5 миллиардов

Количество ранних бронирований у клиентов TravelLine – 201 899. Общая стоимость этих броней составила больше 5 329 млн рублей. Представляете, сколько теряют те, кто не загружает цены заранее?

Почувствуйте разницу. Есть две московские гостиницы с одинаковым номерным фондом. Одна открыла продажи до 30 июня, другая – до 31 декабря. И с мая сейчас у первой – 317 броней, у второй – 506. На июль-ноябрь вторую гостиницу бронировали уже 104 раза.

Другой пример. Краснодарский край. Сочи. Два небольших отеля. Первый загрузил цены до конца июня, второй – до конца года. Лидер по количеству ранних броней очевиден. 35 против 288.

Каким отелям доступно раннее бронирование

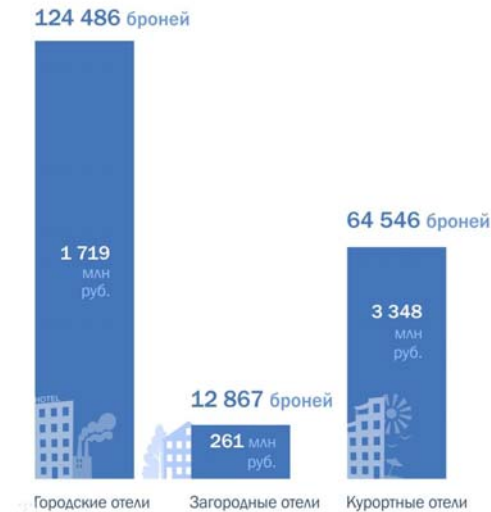
Ранние брони могут быть в каждой гостинице. Это не привилегия какого-то конкретного города или типа отеля. Даже в пятерке регионов-лидеров по загрузке ежегодно меняется порядок. К примеру, в 2016-ом здесь не оказалось Московской области, она на седьмом месте после Калининградской:

Топ-5 российских регионов и городов с отелями-лидерами по ранним бронированиям на май-декабрь 2016 года



Та же история с разными типами отелей. Ранние брони есть и у курортных, и у городских, и у загородных отелей:

Ранние брони по типу отеля на май–декабрь 2016 года



Как видите, гостинице недостаточно открыть продажи всего на пару месяцев. Теряется много клиентов. Возьмите в привычку загружать цены и доступность номеров заранее. Минимальный период – один год.

Стоит ли загружать цены больше чем на год

А теперь о максимальном периоде. У него может и не быть границ, но мы с вами понимаем, как важно учитывать состояние внутреннего туризма, инфляцию, политику конкурентов. Ориентируйтесь на ближайшие мероприятия, которые состоятся в городе, стране.

Возьмем Чемпионат мира по футболу – 2018. Он пройдет в Москве, Санкт-Петербурге, Екатеринбурге, Нижнем Новгороде, Сочи, Ростове-на-Дону, Самаре, Волгограде, Казани, Калининграде и Саранске. Отели в этих городах стоит уже сейчас открыть продажи к лету 2018 года.

TravelLine рекомендует на далекие даты поставить самый дорогой тариф. Так вы уменьшите риск финансовых потерь. Можно корректировать цены с приближением ЧМ–2018. Главное, дайте возможность футбольным поклонникам со всего мира забронировать у вас номера.

Учитывайте все крупные события города, сезонные праздники и каникулы еще за год до них. И смело загружайте на них высокие цены. Открывайте продажи на дальние даты. А о том, как вырастет число ранних броней, читайте в блоге [TravelLine](http://travelline.ru).

http://hotelier.pro/index.php?option=com_k2&view=item&id=1446:travelline&Itemid=281

Эксперты: лет через десять «доходные дома» будут нормой для Москвы

Агентство по ипотечному жилищному кредитованию планирует приобрести около 10 000 кв.м жилья в одном из домов-"книжек" на Новом Арбате с целью начать восстановление российских доходных домов. В дальнейших планах АИЖК – реформа непрозрачного на данный момент рынка арендного жилья. О нынешнем состоянии и перспективах формата доходных домов в России эксперты рассказали специально для портала UrbanLook.

Максим Морозов, управляющий партнер девелоперской компании M9 Development

Для того чтобы такие доходные дома стали интересны арендаторам и были способны изменить рынок, ставки аренды на них должны быть ниже текущих рыночных.

В районе Нового Арбата стоимость аренды однушки может составлять до 60 тыс. рублей, и непонятно, как АИЖК сделает эту стоимость в своих домах меньше. Жизнь в съемном жилье и так уже становится нормой для большинства обеспеченных и финансово-грамотных россиян: при доходности банковского депозита в 9-10% годовых, доход от сдачи квартиры в аренду составляет всего 3-4% годовых, а значит, выгоднее снимать, чем владеть.

Постепенно идея собственного жилья в виде квартиры трансформируется в идею собственного загородного дома, а это уже совсем другая история и степень самовыражения. Многие выбрали бы аренду загородного таунхауса или дома для круглогодичного проживания, вот это действительно был бы интересный рынок, если бы был прозрачным и число игроков на нем было большим, чем сейчас.

Юрий Неманежин, управляющий партнер GAVION GROUP

Рынок аренды жилья в России очень развит, и появление «доходных домов» — тренд последних лет. В Санкт-Петербурге эта система пользуется спросом, так как квартиры предлагаются в аренду по цене ниже рыночной. Если доходные дома будут созданы в Москве именно на Арбате, то локация станет дополнительным плюсом при принятии решения для потенциального арендатора, вопрос только в величине арендной платы.

В будущем, возможно, жизнь в съёмном жилье для россиян будет такой же нормой, как, скажем, для американцев. У нас меняется представление людей о жизни, люди становятся более мобильны и не хотят привязываться к определенному месту. Думаю, что для молодежи такой формат даже предпочтительнее, чем «зацепка» за квартиру.

Будет ли выгодно для девелоперов строить "доходные дома" или выделять часть уже построенных квартир под сдачу в аренду, зависит от того, захочет ли девелопер брать «доходные дома» под свое управление или отдаст «оператору» — фондам недвижимости как в Европе и США, которые возьмут на себя функции по управлению объектами арендного жилья.

Пока что нам необходимо разработать нормативные акты, которые бы позволяли работать с данным видом недвижимости, потому что не понятны механизмы ни реализации проектов, ни налогообложения, ни привлечения дополнительных средств.

Александр Морозов, директор департамент консалтинга, исследований и оценки S.A. Ricci

С точки зрения основных рыночных законов вопрос перспективы доходных домов выглядит однозначным: присутствует как колоссальный спрос, так и огромное предложение по аренде квартир разного объема и качества.

Жить на съемной квартире уже сейчас нормально для многих россиян, особенно в крупнейших городах, в Москве и Питере, в первую очередь в силу невозможности купить собственное жилье.

При этом рынок крайне непрозрачен и хаотичен, нет крупных системных игроков, разные компании делают первые шаги на этом рынке (например, строят апартаменты). Поэтому инициативу каждого нового игрока, выходящего на этот рынок, можно только приветствовать. Выход новых игроков неминуемо будет

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

Фокус – Москва и столичный регион

систематизировать рынок и в перспективе (если таких примеров будет больше) приведет к повышению стандартов, качества и в долгосрочной перспективе работает именно на жильцов/арендаторов.

Станет ли со временем проживание в съемном жилье для россиян такой же нормой, как для американцев или швейцарцев, 56% из которых живут в съемном жилье, пока остается под вопросом, потому что у россиян квартира часто является единственным активом, ценностью, передающейся по наследству.

Доходные дома – низкомаржинальный бизнес с длительным сроком окупаемости. Девелоперам, специализирующимся на жилье, и привыкшим к высоким доходностям и очень быстрым срокам окупаемости, такая модель бизнеса кажется дикой, и согласиться на нее очень трудно. Однако экономическая рецессия и сжатие платежеспособного спроса требуют новых подходов к работе.

Так, на помощь приходят разные механизмы, позволяющие сочетать продажу и аренду. Например, используется схема «выкупа с обратной арендой», распространенная в сфере курортной недвижимости по всему миру. Суть предложения заключается в том, что девелопер распродает квартиры/апартаменты, при этом осуществляет дальнейшее операционное управление данным комплексом для сдачи жилых помещений в аренду на рынке. Полученная прибыль в определенной делится между УК и покупателем.

Полагаю, что дальнейшее развитие кризиса приведет умы девелоперов к идеи timeshare (форма владения собственностью, при которой один объект недвижимости сдается в аренду нескольким лицам), фракционной недвижимости (при которой за каждым из собственников объекта недвижимости закрепляется право посещения объекта в год на несколько недель или месяцев (обычно от двух недель до трех месяцев) и прочим возможным схемам, распространённым в мире.

Никита Чулочников, член правления Ассоциации АКОН

Само понятие «доходный дом» нуждается в уточнении, так как на рынке складывается несколько форматов недвижимости для рентного дохода, рассчитанные для разных категорий потребителей.

Наиболее развит сейчас формат апартаментов, апарт-отелей, multifunctional комплексов, где есть помещения под аренду для проживания. Сейчас этот формат коммерческой недвижимости легализуют в качестве новой формы жилья с оптимизированными характеристиками.

Препятствует данной легализации в первую очередь, требования СанПин, и требования к застройщику по социальной нагрузке для обеспечения строительства жилых объектов.

Другой формат это немногочисленные дома в престижных районах, обычно высокого класса комфорта, которые один собственник поквартирно сдает в аренду. На самом деле рынку сейчас нужен третий формат – доходные дома низкого-среднего класса комфорта проживания, рассчитанные на массового потребителя, фактически улучшенный формат общежитий, с оптимизированными по площади жилыми помещениями и едиными для нескольких жильцов местами общего пользования.

Низкая арендная плата здесь будет компенсироваться собственнику высокой плотностью проживания. Такой формат станет реальной альтернативой многочисленным частным микрособственникам, сдающим свое жилье в аренду, принесет цивилизованные отношения на рынок аренды.

В настоящее время, в условиях резкого падения платежеспособности населения, строительство доходных домов с упрощенными характеристиками

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

Фокус – Москва и столичный регион

жилых помещений, уплотнении за счет экономии на общественных зонах и коммунальной инфраструктуре, является выходом из сложившейся ситуации, позволит собственнику существенно повысить собираемость арендных платежей с дома, при низкой арендной ставке.

Квартирография должна быть построена максимально оптимизировано именно для сдачи в аренду. Оптимальный формат - однокомнатная квартира до 30 кв.м., 2-х комнатная квартира до 40-45 кв.м.

Александр Самодуров, руководитель NAI Becar Apartments

Перспективы цивилизованного рынка различных форм арендного жилья весьма оптимистичные. Можно ожидать, что доля арендного жилья под управлением профессиональных управляющих компаний будет расти. Также будет расти спрос на цивилизованное арендное жилье в Москве и Санкт-Петербурге, но до американской модели в ближайшие 10 лет мы не дойдем, у нас не настолько «кочевой» образ жизни и больше ценится собственность на квартиру.

Строить доходные дома будет выгодно, особенно если АИЖК будет их выкупать по интересным для девелоперов ценам.

Владислав Мельников, старший вице-президент Банка ВТБ, руководитель проекта МФК Match Point

В настоящее время возрождение формата доходных домов будет иметь хороший потенциал. Уже сейчас молодое поколение предпочитает арендовать недвижимость, чтобы не быть привязанными к одному месту на протяжении нескольких лет, а также не заниматься длительными процедурами купли-продажи жилья и его ремонтом, пусть даже косметическим.

Сейчас в Москве сформировался еще один тип арендаторов, которые сдают свою собственную квартиру, а живут в арендованной. Одни таким образом решают вопрос увеличения жилплощади, другие – экономии времени, потому что арендуемое жилье ближе к работе или к школе, в которой учатся дети.

И в этой связи развитие формата доходных домов кардинально изменит ситуацию на рынке арендного жилья, который сейчас не всегда прозрачен (хотя стоит отметить существенное улучшение в связи с введенными мерами властей).

Думаю, при наличии хорошей PR-поддержки этого проекта, в рамках которой будут разъясняться все нюансы и положительные стороны жизни в арендном доме, и конкурентоспособных ценах, спрос будет достаточно высоким.

А в случае, если подобные объекты будут иметь удобную локацию с хорошей транспортной и социальной инфраструктурой, доказывать преимущества и не придется. Предполагаю, что лет через десять это будет норма для Москвы. Главное – хорошо проработать эту идею, не загубить на начальном этапе возрождение формата доходных домов.

Девелоперы заинтересуются данным сегментом только в случае получения преференций от властей в виде получения участков под строительство на льготных условиях. При этом такие участки должны иметь хорошее месторасположение – хотя бы на первых порах, иначе потенциальных арендаторов будет трудно убедить в преимуществах этого формата, они по привычке будут искать предложения от частных лиц. Другим стимулом для застройщиков могут стать условия льготного проектного финансирования, а также пересмотр нормативов для жилых объектов (например, снижение коэффициента по обязательному обеспечению машино-местами) или сокращение сроков согласования разрешительной документации.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Реализованные проекты доходных домов у нас есть, хотя далеко не в достаточном количестве. В качестве положительного примера можно привести известный Доходный дом в Б. Николоворобинском пер. Он был построен в 2002 году Правительством Москвы. Проект, на мой взгляд, очень успешный, показывающий, что государственная структура при разумном подходе вполне может быть эффективным арендодателем. На сегодняшний день все 47 квартир в доме заняты и приносят городу очень неплохой доход.

Основным недостатком проекта видится некоторая неповоротливость в ценообразовании – ведь цены утверждаются Правительством Москвы и это происходит не часто, что приводит к тому, что бывает то густо, то пусто. При этом Управляющая и менеджеры доходного дома делают действительно все возможное, чтобы проект был успешным.

Поэтому перспективы при наличии площадок для строительства в центре, правильном проектировании, грамотном управлении весьма заманчивые. К сожалению, те несколько объектов доходных домов, которые все-таки были реализованы в Москве, растворились в общем объеме предложения. Более того, сегодня почти все доходные дома относятся к сегменту жилья повышенной комфортности с соответствующей стоимостью найма. Однако, основной спрос на рынке аренды жилья находится все-таки в области эконо-класса. В дешевом сегменте у нас скорее представлены трехзвездочные гостиницы, плата за найм которых примерно равна посуточной аренде однокомнатных квартир в приближенных к центру районах.

Например, в популярной трехзвездочной гостинице Измайлово стандартный номер стоит 3 200 в сутки. Это ставка однокомнатных квартир, скажем, в районе Белорусской. В спальнях районах можно найти предложения и подешевле, например, за 2000 рублей в сутки в Алтуфьево.

Наверное, государству не очень нужны деньги, заработанные таким путем. Тем более, что есть уже положительный опыт. Трудности есть: необходимо найти соответствующий участок в Центре, построить «правильный» доходный дом, найти людей, которые будут его правильно эксплуатировать и т.д. Но, если честно, все вопросы решаемые, наверное, нужны люди с определенной политической волей и настроенные на работу в этой области.

Все, к сожалению, зависит от энтузиастов, как в случае с описанным доходным домом, который был детищем Л. Н. Краснянского.

Для развития сегмента доходных домов необходимо очень важное – уверенность в завтрашнем дне, в том, что у тебя не отберут бизнес вне зависимости от твоих взглядов ну и т.д. Это основная причина того, что в России все пытаются сделать «быстрые деньги», а здесь не тот случай. Другое дело, что этим не занимаются застройщики, инвесторы, потому что это не их бизнес – слишком длинные деньги. Даже вполне успешный проект Правительства Москвы «отбивается» не так быстро, как хотелось бы. И это при максимально выгодных внешних условиях. А если ты просто предприниматель, тебя поджидает множество опасностей. К тому же, во многих случаях, если не во всех, застройщики используют заемные средства, которые выгодно отдать быстро – а это только продажа. Вот и получается, что в России такие «долгоиграющие» проекты не выгодны, к сожалению!

Мария Литинецкая, управляющий партнер «Метриум Групп»

О развитии сегмента доходных домов идет речь не один год, однако никаких заметных подвижек в данном вопросе не произошло.

Экономика доходных домов говорит не в пользу их строительства. Не стоит забывать, что в России очень дорогие кредиты – порядка 14-20% годовых. Поэтому максимально быстро покрыть расходы застройщика на строительство может именно продажа, а не сдача жилья в аренду.

Доходный дом вовсе может окупаться 20-25 лет, что в принципе не выгодно ни одному девелоперу. Строительство доходных домов в той же Европе более оправдано, поскольку доходы от сдачи в аренду, как правило, покрывают проценты по кредиту застройщика. Кроме того, в европейских странах и вовсе другой менталитет: граждане предпочитают преимущественно снимать жилье, чтобы быть более мобильными. И это достаточно часто требует работа. Более того, не редко сама фирма снимает жилье сотрудникам.

В России такая практика встречается очень редко. Кроме того, к сожалению, средний уровень пенсии в нашей стране попросту не позволяет без больших финансовых затрат продолжать снимать квартиру.

В Европе другой уровень жизни и пенсионеры могут себе позволить спокойно арендовать квартиру. Плюс - неискореним российский менталитет и желание «иметь собственную крышу над головой». В конце концов, многие родители берут ипотеку даже не ради себя, а «чтобы оставить детям».

И последнее – рынок аренды, к сожалению, в нашей стране остается теневым. Единицы арендодателей платят налоги. Фактически, арендатор ничем не защищен с точки зрения закона и всегда может быть «выставлен на улицу» в самые короткие сроки по причине изменения тех или иных обстоятельств собственника квартиры. Поэтому единственный способ сделать так, чтобы доходные дома все-таки «прижились» в нашей стране – это повышение общего уровня жизни. Когда граждане не будут думать о том, как, выйдя на пенсию, они смогут дальше платить за квартиру, только тогда сегмент аренды будет развиваться.

Пока же доходные дома так и будут временным вариантом до того момента, пока у арендатора не появится первый взнос на ипотеку. Рынок доходных домов всегда проигрывал частному арендному бизнесу, поскольку последние предлагали в аренду самые различные площади в любом районе Москвы и на любой кошелек. Их предложения на рынке всегда были гибкими и конкурентоспособными.

Сегодня предложение на рынке аренды растет, а арендаторов можно привлечь скидками и повышенным уровнем комфорта. В таких условиях построение бизнеса по сдаче жилья становится еще более невыгодным. Сроки окупаемости проектов увеличиваются.

Потому девелоперам в данном вопросе необходимо поддержка государства. Например, сроки окупаемости проекта возможно сократить за счет продажи части квартир, а также при внедрении менее жестких строительных нормативов для данной категории недвижимости. К ним могут относиться снижение обязательного числа машиномест, уменьшение площади дворовых территорий и увеличение плотности застройки на определенных территориях.

Кроме того, продажа части квартир или апартаментов в доходном доме действительно может стать выходом из ситуации. При этом для поддержки арендного жилья нужен хороший пиар. Потребитель должен понимать, какие преимущества есть у квартиры в доходном доме. Самое главное из них – доступная арендная ставка. А если к этому добавится удобное месторасположение и хорошая транспортная доступность, жилье будет пользоваться спросом. Задача

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

Фокус – Москва и столичный регион

государства в данном случае – помочь инвестору, например, выделив участки под строительство доходных домов с выгодной локацией.

Мария Жукова, директор компании «МИЭЛЬ-Аренда»

Из-за высокой стоимости земли и длительных сроков окупаемости таких проект инвесторы все еще предпочитают строить на продажу, а не для аренды. Поэтому в настоящий момент доходное жилье представлено, в основном, проектами с достаточно высокими арендными ставками более 150 тысяч рублей в месяц, т.е. состоит из объектов высшей ценовой категории.

Это связано с тем, что срок окупаемости таких проектов довольно большой, а также столь высокие цены обусловлены большими затратами управляющих компаний таких проектов на охрану, инфраструктуру, коммунальные платежи, налоги и т.д.

В сегменте эконома существует большой спрос на недорогое арендное жилье. Основная цель создания доходных домов – предоставление доступного жилья в аренду тем, у кого нет возможности купить жилье, взять ипотеку или арендовать квартиру у собственника по рыночной цене. Для успешной реализации программы создания доходных домов, их нужно построить достаточно большое количество, и обеспечить стоимость найма ниже средней по рынку аренды.

Наверное, имело бы смысл, чтобы доходные дома представляли собой бюджетные квартиры для малообеспеченных арендаторов. Но для того, чтобы такие объекты могли успешно конкурировать с предложениями арендных квартир на вторичном рынке, цены на доходные дома должны быть значительно ниже, и таких объектов должно быть много.

На мой взгляд, программа строительства доходных домов в экономклассе или социальная аренда может быть реализована только как результат частно-государственного партнерства. Для привлечения девелоперов можно предложить налоговые льготы, упрощенную схему регистрации. Доходные дома целесообразно строить в локациях с высоким спросом на арендное жилье экономкласса, с развитой инфраструктурой и рабочими местами. А также необходимо учитывать, что в районах, где будут строиться такие объекты должно быть много свободных площадей под застройку.

Подмосковье, а также территория Новой Москвы являются наиболее подходящими площадками для реализации данных проектов – свободных территорий в Подмосковье больше, стоимость строительства ниже, а также в данных районах присутствует довольно высокий спрос на дешевое арендное жилье.

Даниил Селедчик, генеральный директор компании «Эталон-Инвест»

Арендное жилье во всем мире - достаточно большой сегмент. Для России арендное жилье - хороший инструмент повышения доступности жилья. Главное – грамотно организовать процесс и выбрать подходящее место для реализации таких проектов.

Представить такой проект в центре Москвы – на текущий момент все-таки достаточно сложно. Перспективность строительства арендного жилья, на мой взгляд, в регионах выше.

Что касается инвестиционной привлекательности этого сегмента, то арендное жилье – это хорошая мировая практика. И привлекательность инвестиций здесь обусловлена, в первую очередь, наличием гарантированного потребителя. Срок окупаемости таких проектов – 10-12 лет. И если этот рынок

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

Фокус – Москва и столичный регион

будут развивать не только девелоперы, но и стимулировать государство, например, через АИЖК, чтобы часть средств вкладывал застройщик, а часть – АИЖК, тогда этот сегмент будет интересен и привлекателен для девелоперов.

Султанбаев Вячеслав, руководитель аналитического отдела компании «Мобил Строй XXI»,

На самом деле жизнь в арендованной комнате или квартире уже давно стала нормой для Москвы и других больших городов. Если посмотреть на статистику по Москве то можно увидеть что комнат в аренду сегодня предлагается в полтора раза больше чем на продажу.

По квартирам статистика несколько иная: предложение аренды составляет где-то треть от предложения продажи, но и объемы существенно выше.

Сейчас на рынке представлено чуть менее 50 тысяч квартир в аренду в одной только Москве. То есть мы видим что объем рынка велик, уже начала формироваться прослойка рантье живущих на доходы от сдачи квартир и инвестирующих выручку в покупку жилья в строящихся новостройках для последующей сдачи в аренду.

Арендуют квартиры представители разных социальных слоев и профессий. Это и иностранные либо иногородние специалисты, которым снимают квартиры работодатели, мигранты и приезжие из других городов, не имеющие средств на покупку жилья, молодые семьи, желающие жить отдельно от родителей, и даже жители центра города, сдающие свою квартиру и арендующие себе жилье на окраине города и живущие на разницу арендной платы. Со временем число арендаторов жилья в нашей стране растет, сейчас только отдельные категории граждан могут рассчитывать на жилье от государства, остальные вынуждены копить, на это может уйти лет двадцать и даже больше, все это время им нужно где-то жить, и сегодня альтернатив арендному жилью практически нет.

Одной из проблем сложившейся ситуации со стороны государства является закрытость и непрозрачность арендного рынка, большинство арендных договоров никак не регистрируется, с них не платится никаких налогов, и даже среди зарегистрированных договоров нередки случаи занижения суммы арендной платы с целью снижения налогооблагаемой базы. В этих условиях, когда единственным прозрачным для государства сектором является аренда квартир предприятиями для сотрудников, инициативу агентства по ипотечному жилищному кредитованию следует, в первую очередь, рассматривать не как создание рынка арендного жилья – такой рынок уже есть – а как попытку вывести его из тени и цивилизовать.

От этого выиграет не только государство, но и арендаторы: они смогут спокойно зарегистрироваться в арендованной квартире, получить гарантии продления договора аренды на требуемый срок, ведь сейчас частник-арендодатель может разорвать договор аренды в любой момент по своему желанию и арендатор ничего не может ему противопоставить - ведь официально никакого договора не было.

Доходный дом также сможет предоставить дополнительные сервисы которых не даст аренда частной квартиры: аренду бытовой техники, прачечную, столовую - ведь у арендаторов зачастую нет своей мебели и бытовой техники и среди них высока доля холостяков и людей, временно живущих вне семьи.

Вложение в доходные дома может быть выгодно лишь инвесторам и девелоперам, рассчитывающим на долговременную перспективу, деньги вложенные в такой проект вернутся только через 15-20 лет. Редкая компания в России сейчас работает со столь долгим горизонтом планирования. С другой

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

Фокус – Москва и столичный регион

стороны, сама недвижимость за это время тоже вырастет в цене и такое вложение гарантирует стабильный доход в течение всего жизненного цикла здания, который для современных новостроек составит 100-150 лет. То есть это вложение не для тех, кто рассчитывает на скорую прибыль, например, с прицелом вывода средств за границу, а для предпринимателей, связывающих свое будущее с Россией.

Евгения Владимировна, руководитель проекта «Рамблер/недвижимость» Rambler&Co

В настоящее время предложение на рынке арендного жилья сильно превышает объем спроса. В связи с этим владельцы квартир стали более лояльно относиться к квартиросъемщикам. Однако по-прежнему арендаторы квартир в России не застрахованы, например, от внезапного повышения арендных ставок или от продажи арендуемого жилья, вынужденного переезда.

Сейчас арендные ставки снизились, поэтому собственники все чаще принимают решение продать квартиру и положить деньги на депозит. Дополнительная сложность заключается еще и в том, что документально отношения между владельцами недвижимости и арендаторами практически никак не регулируются. Чаще всего на первые 11 месяцев заключается договор, а далее становится достаточно устных договоренностей.

Безусловно, россиянам нужно доступное жилье. Развитие рынка ипотеки – это прекрасно, но очень большое число граждан не могут сегодня ни накопить капитал на первоначальный взнос, ни обсуживать в дальнейшем кредит. Выходом из ситуации как раз может стать аренда по выгодным ставкам, на длительный срок и, что самое главное, на прозрачных условиях с определенными гарантиями.

Кроме доступности, существенным плюсом аренды является большая мобильность, отсутствие постоянной привязки к месту. В некоторых городах Европы, например, процент граждан, проживающих в доходных домах, достигает 80-90%. Для девелоперов такой бизнес также может стать интересным, если им позволят сдавать большую часть квартир на рыночных условиях; необходимо также, чтобы власти снизили административные барьеры.

Максим Бойко, председатель Совета директоров компании «Управление капитального строительства «ЛАРЖ»

Сегодня в России не более 5% составляет арендное жилье, в то время как в США этот показатель приближается к 35%, а в отдельных странах Евросоюза превышает 60%. В текущей экономической ситуации реализация проектов по созданию доходных домов со сроками окупаемости порядка 5-7 лет представляется для инвесторов довольно привлекательной, а организация и развитие доходных домов как формы реализации частно-государственного предпринимательства позволит снизить существующую напряженность в решении жилищных вопросов для населения, частично решив проблемы на рынке найма и аренды жилья.

Аренда жилья имеет ряд преимуществ по сравнению с владением. В отличие от покупки жилья аренда оставляет возможность для мобильности арендатора - не привязывает человека к месту жительства и месту работы, освобождает от «бремени собственности», позволяет оперативно менять жилье в зависимости от изменения состава семьи, уровня доходов, места приложения труда и т.д. В проведенной Компанией "Управление капитального строительства "ЛАРЖ" сравнительной характеристики налоговых отчислений на примере 17-ти этажного, 3-х секционного дома в Москве было выявлено, что налоги от сдачи

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

Фокус – Москва и столичный регион

квартир в арендном доме в 4,2 раза больше, чем от продажи квартир в коммерческом.

Очевидны преимущества развития системы системных доходных домов и для девелоперов. Рассмотрим преимущества на примере экономической модели доходного дома в Юго-Западном административном округе Москвы (нетиповая серия с этажностью 25 этажей). Предполагается, что ставки найма и аренды квартир могут быть ниже рыночных на 13-17%, а ставки аренды нежилых помещений будут сопоставимы с рыночными.

В первый год эксплуатации дома квартиры принесут доход в размере более 135 млн. руб., а нежилые помещения – более 50 млн. руб. Объемы доходов по заключенным договорам составят 73% по квартирам и 27% по нежилым помещениям.

Исходя из проведенных расчетов, можно с уверенностью утверждать, что тенденция развития системы доходных домов будет только усиливаться. Особенно в мегаполисах, где потребность в жилье остается достаточно высокой.

<http://urbanlook.ru/eksperty-let-cherez-desyat-doxodnye-doma-budut-normoj-dlya-moskvy/>

5 мотиваторов для работников российских отелей и ресторанов.

Исследование Sec Hospitality Training and Consulting и Aethos Consulting Group. Не все решают деньги.

Анета Коробкина, управляющий директор Sec Hospitality Training and Consulting, и *Джеймс Хуран*, управляющий партнер Aethos Consulting Group опубликовали новое исследование на тему "Мотивация и вовлеченность сотрудников индустрии гостеприимства в России". Несмотря на то, что денежный фактор для большинства российских работников индустрии гостеприимства является решающим, значительно большее влияние на мотивацию сотрудников оказывают нематериальные факторы.

Анонимный опрос состоял из 11 вопросов, покрывающих социально-демографические характеристики респондентов, а также различные аспекты мотивации и вовлеченности участников в работу в сфере гостеприимства. Исследование проводилось среди менеджеров и супервайзеров, работающих в сфере гостеприимства в России. В онлайн-опросе приняли участие 374 человека.

Основной вывод исследования: значимость нематериальных факторов мотивации персонала не просто высока, но и зачастую превышает мотивирующий потенциал денег, хотя достойный уровень финансовой компенсации является обязательным условием для подавляющего большинства сотрудников.

Социально-демографические характеристики

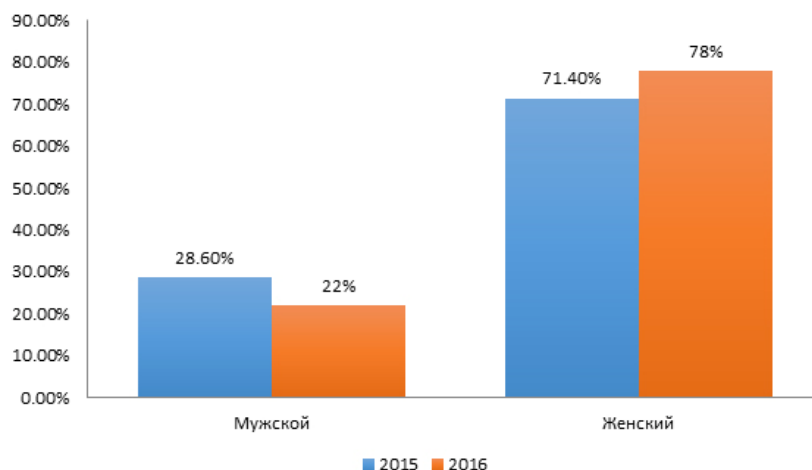


Рис. 1 Пол участников

Большинство участников опроса (78%) – женщины, 22% опрошенных – мужчины, что соответствует общей тенденции индустрии гостеприимства, где традиционно доля женщин-работников больше, чем мужчин.

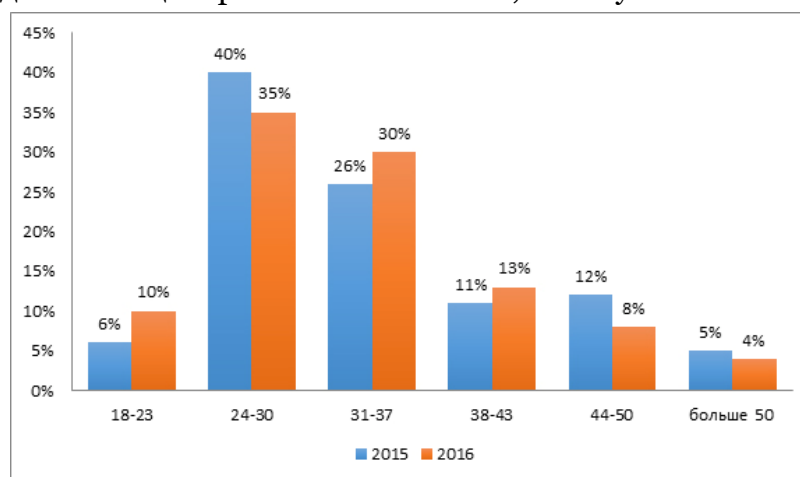


Рис. 2 Возраст участников

Большая часть опрошенных (35%) попадает в возрастной промежуток между 24 и 30 годами; 30% – между 31 и 37 годами; 25% старше 37 лет и 10% младше 24 лет. В целом основная часть опрошенных относится к поколениям X и Y. Поколение X (люди, родившиеся в 1964-1982 гг.) отличается прагматичностью, любовью к знаниям, ответственностью и ориентированностью на настоящее.

На рабочем месте "иксы" ценят автономность, они неохотно делятся информацией. К поколению Y принадлежат люди, родившиеся в 1983-1995 гг; основными чертами этого поколения являются активное использование технологий, оптимизм, уверенность в себе, предпринимательский дух, стремление к балансу работы и личной жизни.

Сегодня многие "иксы" являются начальниками, управленцами, в подчинении у которых находятся "игреки" – соответственно, обоим поколениям нужно понимать различия своих мотиваций и находить решения, в которых могут проявиться сильные стороны каждого.

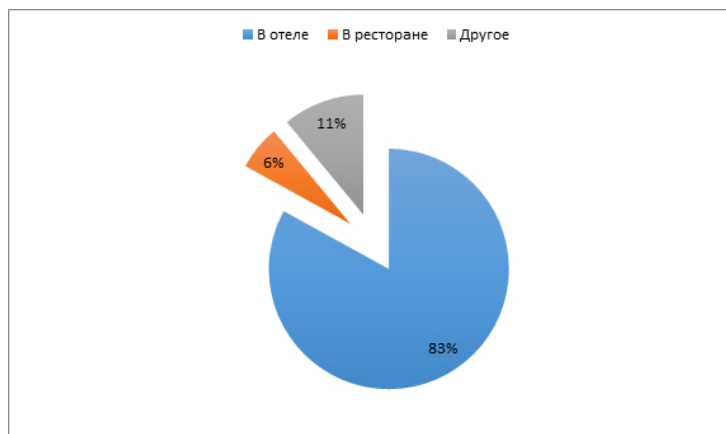


Рис. 3 Место работы участников

В этом году в опросе приняли участие не только сотрудники гостиниц (83% опрошенных), но и работники ресторанной индустрии (6% опрошенных) и других организаций сферы гостеприимства (11%): хостелов, турагентств и пр.

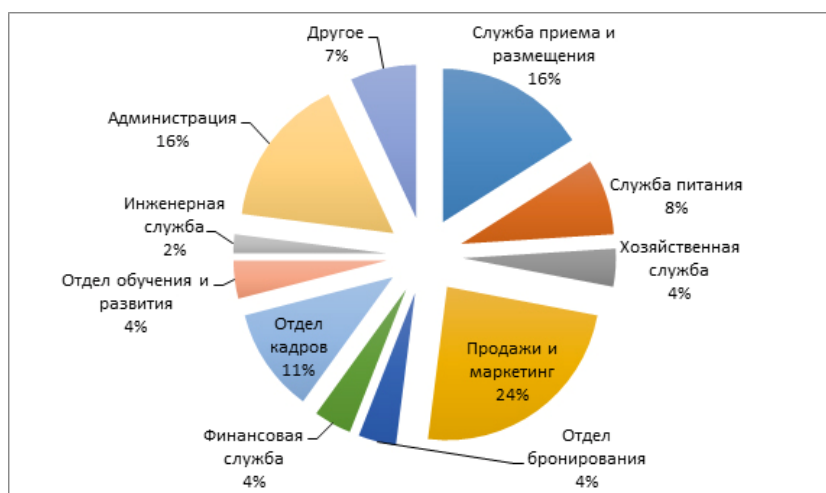


Рис. 4 Отдел, в котором работают участники

В исследовании приняли участие сотрудники как административных, так и операционных отделов организаций индустрии гостеприимства, что позволило получить более полную картину о вовлеченности и мотивации персонала. Большинство респондентов (24%) работает в отделе продаж и маркетинга; 16% работают в службе приема и размещения в отеле, 16% респондентов относятся к административному отделу; далее следуют отдел кадров (11% опрошенных) и служба питания (8%). Остальные участники опроса работают в других отделах, включая хозяйственную службу, отдел обучения и развития, финансовую службу, отдел бронирования, инженерную службу, СПА и др.



Рис. 5 Город работы участников

Если в прошлом году результаты опроса по большей части основывались на мнениях жителей столиц (97% опрошенных в 2015 г. были из Москвы и Санкт-Петербурга), то в этом году география исследования более разнообразна, что позволяет говорить о результатах по России в целом.

По-прежнему большинство участников проживают в Москве и Санкт-Петербурге (51% и 14% соответственно), однако среди респондентов были также жители Казани, Нижнего Новгорода, Сочи, Челябинска, Екатеринбурга и других городов.

Результаты опроса

1. Значимые факторы удержания персонала

Значение каждого фактора измерялось в соответствии со средней величиной по шкале из 5 пунктов, включая "крайне слабую мотивацию" (значение "1"), "слабую мотивацию" (значение "2"), "нейтральное отношение" (значение "3"), "сильную мотивацию" (значение "4") и "чрезвычайно сильную мотивацию" (значение "5").

Как и в прошлом году, топ-5 наиболее важных мотивационных в порядке убывания выглядят следующим образом:

Удовольствие от работы, интересные проекты (среднее значение = 4,3). Для 43% и 44% респондентов этот фактор является "сильной" и "чрезвычайно сильной" мотивацией соответственно. Это совпадает с результатами опроса, проведенного компанией Naus среди молодых людей 18-30 лет в России, согласно которому для 72% молодых людей самым важным фактором трудоустройства является интересная работа. Принимая во внимание специфику работы в индустрии гостеприимства, функционирующей 24/7, неудивительно, что отдача от работы, ее разнообразие и новые проекты являются приоритетными факторами мотивации сотрудников.

Коллектив, рабочая атмосфера (среднее значение = 4,1). 48% участников опроса отметили этот фактор как "сильную мотивацию" и 34% – как "чрезвычайно сильную" мотивацию. Индустрия гостеприимства – это бизнес про людей и для людей, в котором успех и репутация зависят в первую очередь от персонала и качества его работы. Поэтому дружный коллектив со здоровой атмосферой является одной из главных мотиваций сотрудников.

Самостоятельное принятие решений, ответственность (среднее значение = 4,1). Этот фактор является сильной мотивацией для 49% респондентов и

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

Фокус – Москва и столичный регион

чрезвычайно сильной мотивацией для 31% опрошенных. Этот результат согласуется с основной возрастной группой, принявшей участие в опросе.

Поколение X в целом отличается высоким уровнем ответственности и автономности, а поколение Y хочет и готово принимать участие в деятельности организации и брать на себя дополнительную ответственность с начала своего карьерного пути. Молодых людей сегодня не пугают амбициозные цели и сложные задачи – они расценивают их как способ продвинуться по карьерной лестнице и получить новые компетенции.

Руководитель-лидер (среднее значение = 4,0). 33% респондентов отметили этот пункт как "сильную мотивацию" и 41% – как "чрезвычайно сильную" мотивацию. Несмотря на желание быстрого карьерного роста и развития, сотрудники поколения Y признают авторитеты и готовы учиться "у старших", но только при условии, что это будут настоящие лидеры, компетентные и успешные в своей области.

Деньги (среднее значение = 3,9). Для 79% опрошенных денежный фактор имеет важное значение, при этом для 59% деньги являются "сильной мотивацией" и для 20% – "чрезвычайно сильной" мотивацией. Это говорит о том, что, хотя финансовая мотивация и не стоит на первом месте, достойная и конкурентная заработная плата является очевидным и обязательным условием для удержания сотрудника в организации.

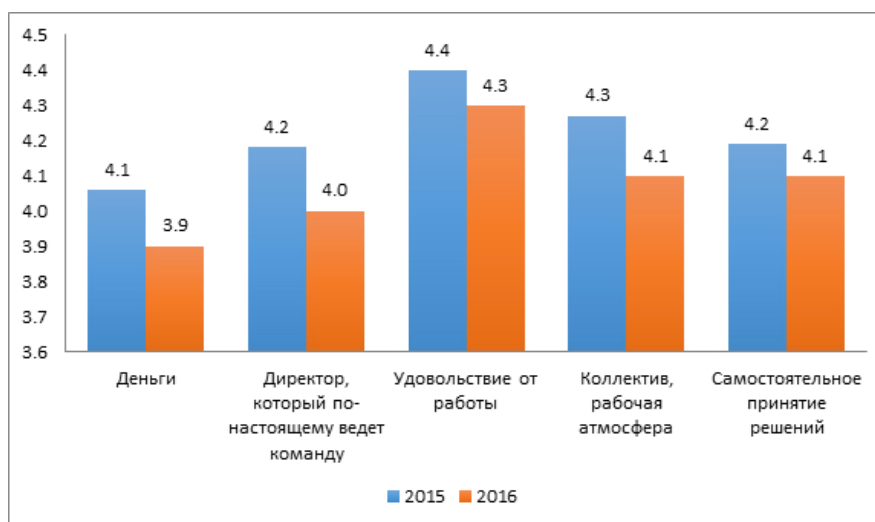


Рис. 6 Мотивация для удержания персонала

Другие предложенные для оценки факторы включали в себя:

- возможность повышения квалификации, обучение (среднее значение = 3,8);
- идеология компании – бренд/узнаваемость компании (среднее значение = 3,5);
- удобный график (среднее значение = 3,4);
- льготы, социальный пакет (среднее значение = 3,2);
- близость к дому (среднее значение = 3,0).

Результаты по данному вопросу в целом подтверждают основные мотивационные характеристики поколений X и Y. Сегодня молодые люди поколения Y прежде всего ожидают от работы интересные задачи, широкие возможности для развития, приятную атмосферу и поддержку сильных менторов;

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

Фокус – Москва и столичный регион

стабильность и социальные льготы уходят на второй план, поколение У не отличается большой лояльностью к работодателям – для них скорее важны новые, перспективные и интересные возможности.

При этом достойная финансовая мотивация воспринимается как само собой разумеющееся условие: для молодого поколения это не столько стимул, сколько естественное условие для работы в компании. При этом и для прагматичного поколения Х важна финансовая стабильность, а также самостоятельность и автономность в работе.

Организации в сфере гостеприимства должны принимать во внимание все эти факторы, чтобы быть привлекательными для сотрудников и по максимуму использовать их потенциал.

II. Мотивация для смены работы

Для 30% опрошенных предложение более высокой зарплаты является главным мотиватором для смены места работы. Неблагоприятная и нестабильная ситуация в экономике и на рынке труда, безусловно, влияет на значимость этого фактора, поэтому компаниям необходимо уделять повышенное внимание мониторингу актуальных уровней компенсации по всем позициям и, по возможности, корректировке внутреннего компенсационного пакета.

Предложение более высокой должности является главным фактором для 24% респондентов. Желание быстрого карьерного роста – одна из отличительных черт поколения У, а значит, компаниям необходимы четкие планы развития и продвижения сотрудников, которые помогут в мотивации и удержании лучших кадров.

Такие факторы, как повышение квалификации, обучение на новом месте работы и более творческая и интересная работа важны для 12% опрошенных. Это говорит о необходимости тренингов, курсов повышения квалификации, коучинга внутри организаций, а также важности разнообразия задач и предоставления дополнительных возможностей для реализации персонала.

Всего 12% участников опроса удовлетворены нынешней работой, что может говорить о том, что при появлении более интересных возможностей большинство респондентов будут готовы поменять работодателя. Данный результат подразумевает, что мотивирующие условия для сотрудников с высоким уровнем заработной платы, возможностями для развития и роста, комфортными условиями труда являются обязательными аспектами успешной организации, конкурентоспособной на рынке труда.

В 2015 г. эти же пять факторов в такой же приоритетности были выбраны респондентами. Незначительная часть респондентов главными причинами для смены работы назвала следующие пункты: "если то, что я буду делать на новой работе, будет вызывать уважение коллег и окружающих" (4%), "если новая работа даст мне больше самостоятельности (4%) и др.

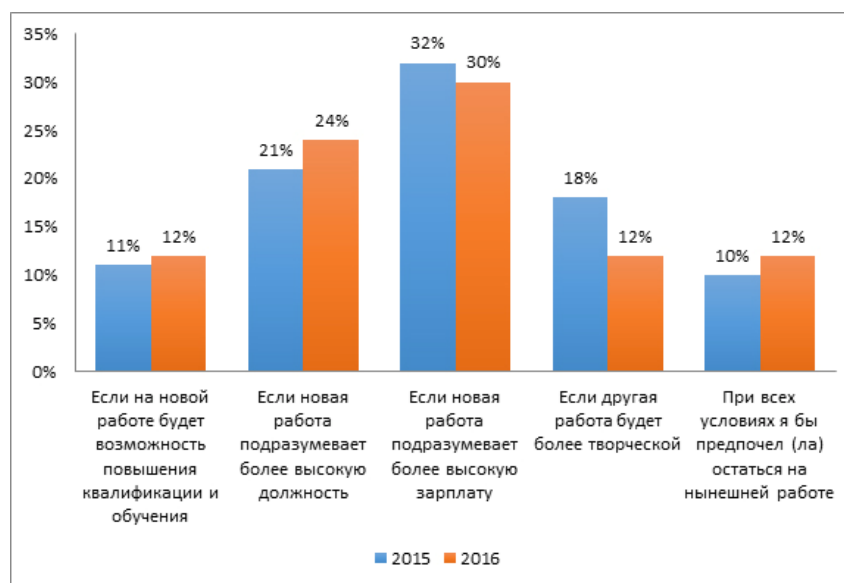


Рис. 7 Причины смены работы

III. Мотивация выбора текущей работы

Главные критерии выбора выглядят следующим образом:

- желаемая позиция (37% опрошенных);
- узнаваемый, сильный бренд (20% опрошенных);
- коллектив, команда (15%);
- хорошая зарплата (11%);
- близость к дому (6%).

В прошлом году респонденты называли эти же факторы приоритетными, однако близость к дому была более важным аспектом, чем хорошая зарплата (11% выбрали "близость к дому", 9% – "хорошую зарплату в 2015 г."). Данное изменение может быть обусловлено затянувшимся экономическим кризисом и растущей конкуренцией за рабочие места – стабильная зарплата в таких условиях является более приоритетным фактором, нежели время, потраченное на путь на работу.

Среди других факторов были названы интересные проекты и возможность реализации, репутация компании, совокупность факторов, отсутствие других вариантов трудоустройства и др.

Судя по результатам предыдущего вопроса, сегодня сотрудникам при решении смены работы важна не только более интересная позиция, но и более высокая заработная плата. При продвижении сотрудника внутри компании важно учитывать, что одновременное повышение финансовой компенсации будет важным мотивационным фактором.



Рис. 8 Причина выбора настоящего места работы

IV. Показатели успешности других сотрудников

Как и в опросе 2015-го года, в этом году абсолютное большинство респондентов (71%) считает уровень профессионализма и квалификации сотрудника главной оценкой его успешности. На втором месте в критериях успешности находится удовлетворенность сотрудника не только своей работой, но и жизнью – так ответили 14% опрошенных.

Эти результаты снова отвечают ценностям поколений X и Y: "иксы" ценят образование и опыт, они сами зачастую являются экспертами в организациях; "игреки" хотят профессионально развиваться и получать поддержку от более опытных коллег, а баланс работы и личной жизни является для них приоритетом.

Около 6% участников опроса назвали уважение внутри организации главным показателем успешности; 4% участников выбрали самостоятельность и независимость, также 4% опрошенных выбрали уровень дохода и материальное положение; незначительно число респондентов (1%) выбрали другие факторы.

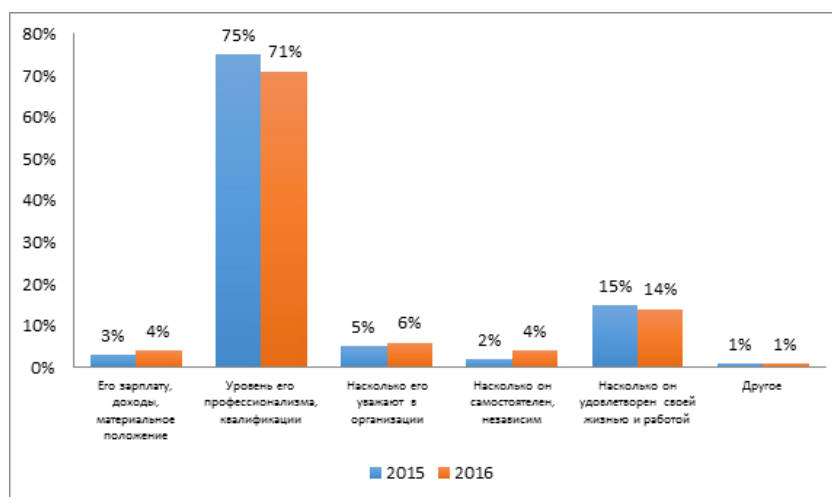


Рис. 9 Факторы успешности другого сотрудника

Указанные выше факторы стояли в таком же порядке приоритетности среди респондентов в опросе прошлого года.

V. Показатели признания достижений

Самые популярные ответы остались неизменными с прошлого года и включают в себя:

- продвижение по службе (82%);
- денежное вознаграждение (75%);
- профессиональное развитие/ конференции (72%);
- курсы повышения квалификации/ семинары (58%);
- публичная похвала/признание (44%).

Менее популярными факторами явились: автономность в ежедневной работе (28%), гибкий график работы (20%), почетная грамота/сертификат (15%), возможность предоставления отпуска для обучения/волонтерства (14%), предоставление дополнительного выходного дня (8%) и записка с благодарностью (7%).

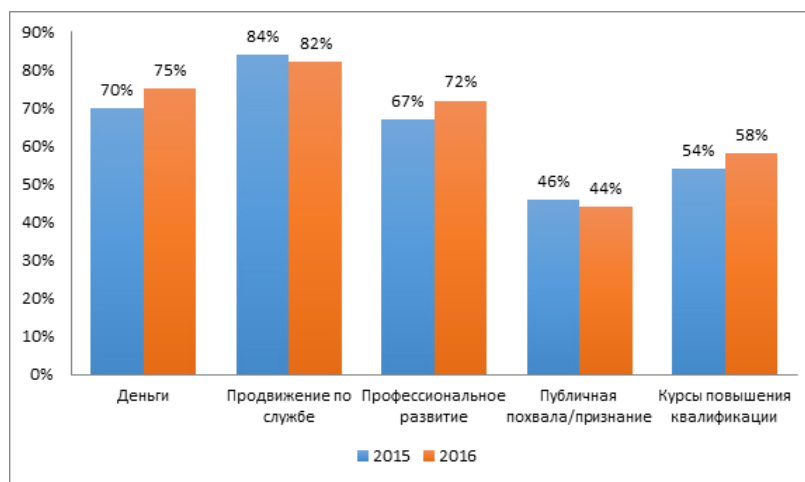


Рис. 10 Достойное признание достижений

VI. Оценки рабочего процесса с позиции вовлеченности

Среди положительных тенденций можно выделить следующие:

более 2/3 респондентов считают, что: ключевые ценности компании были ясно им объяснены (69% опрошенных в 2016 г.; 71% в 2015 г.), при приеме на работу их ожидал радужный прием (71% в 2016 г.; 68% в 2015 г.), и они четко понимают, что от них ожидается на работе (73% в 2016 г.; 68% в 2015 г.).

более половины участников опроса считают, что: сотрудники регулярно получают информацию о компании (51% в 2016 г.; 49% в 2015 г.), у них есть все необходимые для работы материалы, инструменты и оборудование (52% в 2015 и 2016 гг.), начальник отдела является хорошей ролевой моделью (52% в 2016 г.; 55% в 2015 г.), благодаря программе адаптации новых сотрудников была получена вся необходимая информация для успешного начала работы в компании (56% в 2015 г.; 51% в 2016 г.), сотрудники высшего менеджмента доступны для общения и создают комфортную среду (57% в 2016 г.; 50% в 2015 г.).

Помимо этого, негативные реакции получили следующие утверждения:

"всем сотрудникам предлагаются регулярные тренинги" (60% не согласны с этим утверждением в 2016 г. в сравнении с 48% в 2015 г.);

"я своевременно получаю оценку своей работы" (61% не согласны в 2016 г.; 54% – в 2015 г.);

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

Фокус – Москва и столичный регион

"менеджмент компании держит обещания и делает то, что говорит" (60% не согласны в 2016 г. и 57% не были согласны в 2015 г.).

Данные результаты могут говорить о том, что организациям необходимо совершенствовать свои внутренние коммуникационные системы и поощрять качественную обратную связь в коллективе.

Существует явная необходимость в улучшении программ адаптации, также сотрудникам нужны дополнительные ресурсы для обучения. Организации должны вкладывать силы в воспитание и развитие сильных и мотивирующих лидеров, в том числе в среде менеджеров среднего звена.

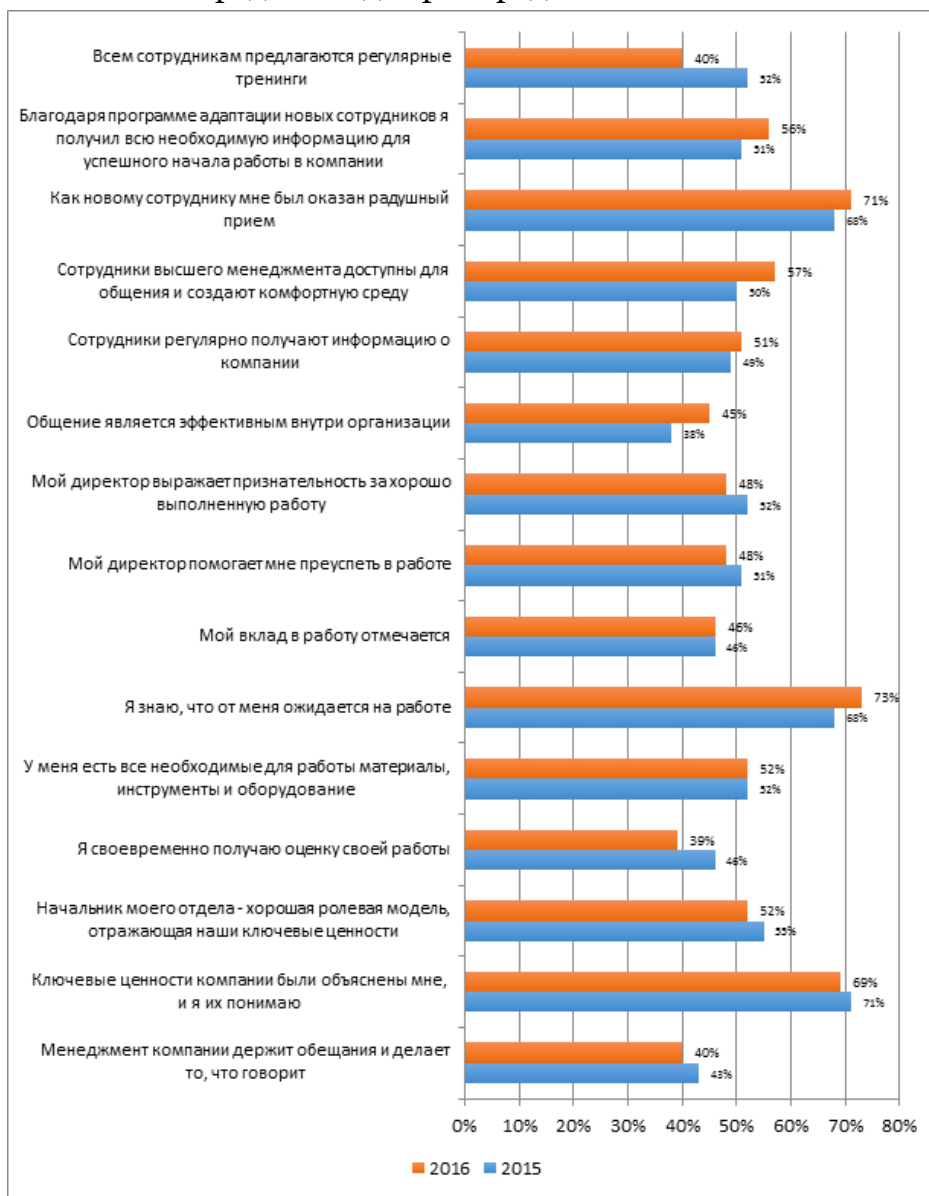


Рис. 11 Ответы "да" респондентов на утверждения о рабочем процессе

Выводы

Результаты исследования этого года полностью подтвердили прошлогодние результаты, что можно говорить о конкретных паттернах и тенденциях, которые нельзя не учитывать при работе с сотрудниками индустрии гостеприимства.

Согласно данным отчета, для большинства сотрудников индустрии гостеприимства в России мотивирующими являются такие факторы, как

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

Фокус – Москва и столичный регион

интересная работа, новые проекты, возможности развития и роста, удовольствие от работы. При этом достойный уровень финансовой компенсации является основополагающим и обязательным условием для персонала.

"Иксы" обладают опытом и экспертизой. Профессионализм, по мнению обоих поколений, является главным индикатором профессиональной успешности.

Наряду с многочисленными трудностями, с которыми сегодня имеют дело компании, удержание и развитие лучших кадров является обязательным условием для организационного роста и успешности в будущем.

Поколения X и Y сегодня формируют основной кадровый резерв в стране, поэтому организациям необходимо адаптировать свои практики и методы работы с обоими поколениями, учитывая их особенности и потребности. Это, в свою очередь, требует переосмысления и корректировки методов работы и системы управления людьми и вознаграждений – действовать необходимо уже сейчас.

HR-менеджерам и руководству организаций сферы гостеприимства важно найти баланс между немонетарной и финансовой мотивацией своих сотрудников для создания наиболее благоприятного климата внутри команды и максимальной эффективности работы.

Мы предлагаем следующие рекомендации для компаний в сфере гостеприимства:

- создание четких индивидуальных планов развития для лучших сотрудников, включая возможности не только для вертикального, но и горизонтального роста.
- разработка и внедрение системы наставничества в организации, возможность коучинга для лучших кадров;
- разработка системы тренингов и обучения, предоставление возможностей для повышения квалификации;
- постоянный мониторинг уровня компенсаций на рынке, разработка понятной для сотрудников системы бонусов и поощрений;
- пересмотр социального пакета и его адаптация в соответствии с текущими нуждами персонала;
- разработка немонетарной системы мотивации с последующим информированием сотрудников;
- проведение ежегодного исследования климата внутри компании и разработка плана действий по результатам.

АВТОРЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Анета Коробкина, MBA

Анета имеет 12-летний опыт работы в операционных отделах отелей и ресторанов в семи разных странах мира. Анета получила степень бакалавра в колледже АСТ в Греции и степень MBA в одной из лучших в мире школ в сфере гостеприимства – университете Cesar Ritz в Швейцарии. Анета является сертифицированным тренером гостиничного дела (CHT, AHLEI) и также аккредитованным тренером развития команды по Белбину (Belbin Team Roles).

Анета регулярно является спикером на различных мероприятиях в сфере гостеприимства (ICON, Hotel Business Forum, Hotel Expo PIR, международная туристическая выставка MITT, круглые столы, семинары для студентов). Анета проводит тренинги по следующим темам: лидерские качества, управление

эффективностью, высокое качество обслуживания. Анета является лектором магистерской программы в НИУ ВШЭ в Москве.

Джеймс Хуран, Ph.D

“Доктор Джим” Хуран имеет 20-летний стаж в области прикладных психологических исследований, а также он является автором публикаций и экспертом по вопросам максимальной эффективности, онлайн-тестирований, а также межличностной и организационной совместимости. Он является автором более 100 статей, его работы были освещены на многих каналах, включая Discovery Channel, A&E, BBC, National Geographic, NBC’s Today Show, USA Today, New Scientist, Psychology Today и Forbes.com.

Джеймс является членом ряда организаций, включая: American Psychological Association, American Psychological Society, Hospitality Sales and Marketing Association International и American Hotel and Lodging Association. Он является профессором исследовательской деятельности в Laboratory for Statistics and Computation, ISLA – Instituto Politécnico de Gestão e Tecnologia.ent.

AETHOS Consulting Group – это эксклюзивная консалтинговая компания с офисами в Нью-Йорке и Лондоне. Мы специализируемся на поиске персонала высшего звена в гостеприимстве, а также консалтинге в следующих областях: человеческий капитал в сферах бизнес-стратегии и организационной структуры, распознавание будущих лидеров в организации, дизайн компенсационного пакета, развитие лидерских качеств и коучинг.

SEC Hospitality Training and Consulting – компания, предлагающая поддержку в обучении и развитии персонала в сфере гостеприимства путем обозначения индивидуальных потребностей клиентов и разработки уникальных программ развития. Международное образование и обширный опыт в сфере гостеприимства дают нам все необходимое, чтобы помочь вашим сотрудникам улучшить свои персональные и профессиональные качества для достижения выдающихся результатов.

http://hotelier.pro/index.php?option=com_k2&view=item&id=1422:sec&Itemid=283

Дизайн в помощь хаускипингу. Настенная мебель, белое белье и виниловая плитка. Полировка и ковровые покрытия уходят в прошлое.

Дизайн интерьера отельного номера может многое сказать об эффективности хаускипинга, а также расширить представления о чистоте. Эксперты гостиничной индустрии определили тенденции в дизайне, которые помогут сделать хаускипинг более эффективным, и улучшить впечатление гостей от пребывания.

"Когда вы являетесь собственником и управляющим отеля, вы очень тщательно задумываетесь о возможных последствиях ваших решений, будь то обслуживание во всех его проявлениях или обычная уборка номера", – говорит Марк Варнер, исполнительный вице-президент по стратегии и управлению брендом в WoodSpring Suites.

По словам Варнера, портфель отеля длительного пребывания включает в себя бренды WoodSpring и Value Place примерно на 25 тыс. номеров в 203 отелях. В апреле прошлого года компания объявила о своем намерении сменить название с Value Place на WoodSpring Suites.

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

Фокус – Москва и столичный регион

"И для Value Place, и для WoodSpring Suites мы разработали 99%-ый процесс очистки, но чтобы он был эффективным, вам следует подумать об уборке номера перед тем, как вы начнете строить свой отель или задумываться о внутреннем дизайне, – заявляет Варнер. – Рабочая модель является абсолютно необходимым условием для длительного пребывания, особенно в ценовом сегменте, вокруг которого построен весь наш бизнес".

Расположение мебели и дизайн

В то время как Варнер признал, что в основном интерьеры гостиничных номеров разработаны больше с учетом дизайнерских взглядов, нежели с учетом административно-хозяйственных работ, Митул Пател, главный операционный директор отельной сети Peachtree Hotel Group, отметил, что и хаускипинг в свою очередь может влиять на дизайн номера.

Например, в рамках сети ведется разработка оптимального варианта размещения мебели, светильников и других элементов внутреннего дизайна, с тем, чтобы горничные беспрепятственно и быстро могли перемещаться по всему номеру.

Варнер сообщил, что уже сегодня их бренды "перешли" на настенную мебель везде, где это было возможно. Например, в некоторых номерах уже все столы, комоды и ночные тумбочки закреплены на стенах, что значительно облегчает работу горничным.

Когда дело доходит до спальной мебели, утверждает он, что здесь тоже весь вопрос в мобильности. "На самом деле конструкция спинок наших кроватей позволяет горничным довольно легко передвинуть их, когда это необходимо. При уборке номера мы снимаем спинку кровати со стены", – сказал он, добавив, что такой подход гарантирует чистоту и позволяет исключить проблему клопов.

По словам Варнера, все кровати имеют металлический каркас, который выручает своей практичностью: во-первых, это надежная защита от паразитов, которые не могут прятаться внутри материала, а во-вторых, легкость такой конструкции обеспечивает кровати подвижность, что довольно удобно для горничных, которым нужно передвигать кровать со своего места во время уборки комнаты, при 99%-ом процессе очистки. Чтобы обеспечить эту возможность, важно, чтобы кровать не была прикреплена к полу или стене и имела достаточно легкий каркас.

"Вы должны продумать дизайн до того, как разработать саму систему, которая была бы достаточно простой в обращении для горничных, но не влияла бы на восприятие гостя или на его мнение в целом", – добавляет Варнер.

Жаклин МакГи, главный дизайнер интерьеров СВТ Architects, которая работала со многими высококласными отелями, солидарна с Варнером. По ее словам, при разработке дизайн-проекта, нужно соблюдать баланс между практичностью, долговечностью и мобильностью.

"Если в номере есть стул, который нужно передвинуть с места во время уборки, сделав ее максимально эффективной, то этот стул должен быть не только достаточно легким, но и прочным одновременно.

Таким образом, мы создадим баланс, сделав стул крепким, практичным, но в тоже время у персонала не должно возникать проблем при его перестановке", – говорит МакГи.

Плитка на смену ковровым покрытиям

По мнению экспертов, благодаря более простому обращению в уходе, виниловая плитка класса "люкс" в качестве напольного покрытия – популярная тенденция в дизайне отельных номеров.

Патель из Peachtree сообщил, что использование такого напольного покрытия является одной из инициатив гостиничной сети, позволяющая создать "ощущение чистоты, которое ковер обеспечить не может". В своем портфеле компания имеет около 30 отелей общей вместимостью на 3,5 тыс. номеров.

"Мы на самом деле считаем, что применение виниловой плитки облегчит и ускорит процесс уборки, а также устранил необходимость использования пылесоса", – заявляет Патель.

Варнер также отметил, что данный дизайнерский аспект уже реализуется их компанией. "Когда речь зашла о дизайне для WoodSpring Suites, мы решили застелить виниловой плиткой весь пол в номере. Это же напольное покрытие мы использовали в качестве дизайнерского решения для Value Place. Интерьер от этого только выиграл, – говорит Варнер. – Теперь номер не просто выглядит чище, но сами гости признают, что он действительно смотрится гораздо аккуратнее.

– Следует отметить что, когда мы использовали ковровое покрытие в дизайне гостиничных комнат, наши клиенты и предположить не могли насколько чистый у них номер. Мы проводили уборку с шампунем буквально каждый раз после выезда очередного гостя. А с виниловой плиткой они не просто верят в это, они это видят".

Переход от коврового покрытия к виниловой плитке класса "люкс" не только обеспечивает номеру визуальную чистоту, но и позволяет, в конечном итоге, больше использовать номерной фонд, так как скорость очистки номеров возрастает.

"Когда нам приходилось мыть ковры между выбытием предыдущего гостя и заселением следующего, номер был не пригоден к размещению фактически в течение всего дня, потому как ковер элементарно должен был высохнуть. В нашем случае, мы действительно получили в свое распоряжение больше номерного фонда, то есть тех номеров, которые готовы к заселению", – говорит Варнер.

Чистые ванные комнаты

Гости достаточно много времени проводят в ванных комнатах, поэтому, дизайн должен быть таким, чтобы подчеркнуть все достоинства и сгладить недостатки. "Тут все дело именно в дизайне, а не только в чистоте. Конечно, уборка должна быть качественной. Но продумывая дизайн заранее, вы должны правильно подобрать отделочные материалы для вашего душа или ванной комнаты. Мы стараемся, чтобы наш интерьер был максимально гармоничен", – говорит Варнер.

Когда дело доходит до гостевых ванных комнат, МакГи считает, что использования металлических предметов в интерьере, таких, как держатели для туалетных принадлежностей, стоит избегать, хотя бы потому, что они достаточно прихотливы в чистке и нуждаются в ней довольно часто. Подобно им, все вещи, требующие полировки, могут доставлять неудобство в обслуживании.

А иногда, по ее словам, следует задуматься и о материалах, устойчивых к окрашиванию: "Например, кто-то может красить волосы... Так что, я считаю, что возможность просто очистить поверхность без риска быть окончательно испорченной, может оказаться для отельеров бесценной".

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

Фокус – Москва и столичный регион

Восприятие чистоты

Новый дизайнерский взгляд может расширить представление о чистоте. "Гости хотят, чтобы их номер был чистым, но они всегда ищут признаки обратного", – говорит Варнер. "В конце концов, главная цель дизайна интерьера гостиничного номера – произвести благоприятное впечатление на своего гостя", – отмечает Патель, приводя в качестве примера пуховое одеяло. По его словам, оно достаточно сложно в уходе, но гости любят ощущение "чистого, свежестыранного белья".

Варнер в качестве другого примера привел цветочные покрывала на кроватях, которые используются их компанией, подчеркнув, что они не создали у клиентов впечатление особенной чистоты. "Мы всегда стирали эти покрывала перед каждым новым заселением. Но кто-то в нашей индустрии пустил слух, что никто этого не делает. Конечно, достаточно много отелей среди наших конкурентов, которые этого действительно не делают, но мы не из их числа", – комментирует Варнер.

Компания заменила постельное белье на полностью белое, и, как подчеркивает Варнер, многие отельеры последовали их примеру, но для WoodSpring главной целью было доказать "чистоту" бренда. По его словам, гости очень положительно отреагировали на эти изменения, отмечая, что кровати стали выглядеть более современно и ухоженно.

Варнер замечает, что данное изменение было очень простым: они просто декорировали одеяло белым покрывалом. Но это простое решение произвело благоприятное впечатление на клиентов, создав впечатление номера более высокой ценовой категории.

"Они готовы платить больше, но и удовлетворение среди гостей, которые остановились в отелях WoodSpring Suites, было гораздо выше, чем среди гостей, предпочитающих номера Value Place, которые не имеют этих элементов дизайна", – резюмирует он.

Источник: [Hotelnewsnow.com](http://hotelnewsnow.com)

<http://hotelier.pro/housekeeping/item/1090-cleaning>

Как выбрать мебель для отеля и ресторана. Нюансы, на которые надо обратить внимание.

Выбор мебели для отелей и ресторанов – процесс трудоемкий и ответственный. Она должна быть практичной, долговечной, удобной и, конечно же, – она должна нравиться гостям. Поиск мебели, естественно, должен начинаться с подбора профессионального производителя. Как сделать правильный выбор в сети Интернет, рассказывают эксперты ведущего производителя мебели для индустрии HoReCa – компания OTTO STELLE.

Как сделать правильный выбор? Начнем с первого шага – поиска производителя через Интернет. Вбейте в поисковик тематические запросы: "мебель для отелей", "мебель для ресторанов" и т.д. Внимательно изучите выданные сайты.

На что необходимо обратить внимание при рассмотрении сайтов потенциальных поставщиков-производителей:

1. Нравятся ли модели, насколько они сложные и красивые? Каков ассортимент моделей? Все это говорит о профессионализме конструкторов и

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

Фокус – Москва и столичный регион

производителей. Ассортимент в 300 моделей (например, как OTTO STELLE) это не только широкий выбор, но и показатель профессионализма конструкторов. Большой опыт в разработки моделей очень важен, если вам нужны новые индивидуальные изделия.

2. Оцените список сделанных проектов. Если компания сделала больше 500 ресторанов и отелей, как OTTO STELLE, значит, она уже многому научилась.

Важно оценить не только количество, но и качество списка: повторяемость сетевых клиентов, особенно топовых. Совместная работа с крупными заказчиками в течение нескольких лет, говорит о стабильном качестве изделия и пунктуальности поставщика по срокам. Например, OTTO STELLE делает мебель признанным лидерам отельного и ресторанного бизнеса, плохую, непрофессиональную мебель они бы, вряд ли, купили. Бренды Hilton, Radisson, Sheraton, Korston, Mercure – говорят о многом.

3. Внимательно просмотрите Портфолио компании (фотоотчеты открытых заведений), насколько сложные и крупные были объекты? Обратите особое внимание, на совпадение моделей из каталога с моделями в портфолио – это позволит проверить достоверность выложенных снимков. "многие любят ставить наши фотографии, но нашей мебелью они не торгуют, и уж точно не производят. А то что могут сделать совсем не похоже на изделие на фото. Пусть пришлют фото "своих" изделий в интерьере (в открытом ресторане), эту же модель, но в других тканях (не как варианты с нашего сайта)".

4. Проверьте наличие сертификатов. Посмотрите на сайте или запросите у производителя документы качества, минимум российский – декларацию ЕАС, обязательную для любого мебельщика, без них вести бизнес преступление, они и вам могут пригодиться при проверке вашей организации надзорными органами.

Справка про ЕАС: Начиная с 01 марта 2016 г. вся мебельная продукция, выпускаемая в обращение на единой таможенной территории Таможенного союза должна соответствовать Техническому регламенту Таможенного Союза ТР ТС 025/2012 "О безопасности мебельной продукции"

Настоящий технический регламент распространяется на выпускаемую в обращение на единой таможенной территории Таможенного союза мебельную продукцию – изделия, наборы, гарнитуры мебели бытовой и для общественных помещений, в том числе изготовленную по индивидуальным заказам.

Единый знак обращения ЕАС свидетельствует о том, что продукция, маркированная им, прошла все установленные в технических регламентах Таможенного союза процедуры оценки (подтверждения) соответствия и соответствует требованиям всех распространяющихся на данную продукцию технических регламентов Таможенного союза.

Согласно "Защитительной оговорке", предусмотренной в статье 8 настоящего Технического регламента:

1. Государства – члены Таможенного союза обязаны предпринять все меры для ограничения и запрета выпуска в обращение мебельной продукции на единой таможенной территории Таможенного союза, а также изъятия с рынка мебельной продукции, не соответствующей требованиям безопасности настоящего технического регламента либо поступающей или находящейся в обращении без документа об оценке (подтверждении) соответствия и (или) без маркировки единым знаком обращения на рынке государств – членов Таможенного союза.

Уполномоченный орган государства – члена Таможенного союза обязан уведомить компетентные органы других государств – членов Таможенного союза о принятом решении с указанием причин принятия данного решения и предоставлением доказательств, разъясняющих необходимость принятия данной меры.

2. Основанием для применения статьи защиты может быть невыполнение требований настоящего технического регламента.

Таким образом, рестораны или гостиницы, приобретающие мебельную продукцию, не соответствующую вышеуказанному техническому регламенту и/или без маркировки несут риск изъятия такой мебели.

Лучше попросить еще и специализированные для HoReCa. Например, мебель OTTO STELLE тестировалась в Европе в лаборатории НИИ CATAS, там же, где тестируется большинство европейских брендов и IKEA.

5. Не забудьте про раздел с наградами специализированных выставок. Их наличие – дополнительное подтверждение профессионализм производителей и поставщиков.

6. Изучите раздел "Новости". Как часто они появляются? Оригинальные ли они, много или в них информации о заключенных контрактах, выполненных проектах и полученных наградах? Это важный показатель работоспособности компании. По новостям, мы практически ежедневно заключаем контракты на производство мебели для ресторанов, кафе или баров и это при том, что половина заказов обезличены. Мы просто не знаем названия заведений, куда уезжает наша мебель. Часто конечные места не говорят посредники. Дизайнеры иногда ставят нашу мебель в правительственные учреждения как "Италию" и, по понятным причинам, не делятся.

7. Прочитайте раздел "Статьи" (Пресса, Публикации): есть ли там материалы о компании? Не рекламные статьи, а профессиональные материалы из специализированных изданий по дизайну и архитектуре.

После того, как все несерьезные и непрофессиональные предложения в интернете отсеяны, пора встречаться с производителями

Итак, вы нашли то, что искали в сети (то, как это делать и на что обращать внимание – читайте в предыдущем материале). После того, как сайт производителя заинтересовал вас, надо назначать встречу: обязательно нужно посмотреть мебель в шоу-руме фабрики, а еще лучше – в работающих отелях и ресторанах.

Обратите внимание на образцы – похожи ли они на фото на сайте.

Попробуйте больше узнать о компании. Например, компания Otto Stelle открыла в 2009 году узкоспециализированное производство профессиональной мебели для HoReCa на базе холдинга "8 Марта", в который, на тот момент, уже входило 11 мебельных фабрик. На тот момент в России не было специализированной фабрики мебели для HoReCa и мы поехали за знаниями в Италию, где находится большинство самых известных мебельных брендов, в том числе и для HoReCa. Объединив наш многолетний опыт производства мебели и новые полученные знания, мы построили фабрику способную делать индивидуальную, специализированную мебель в промышленных масштабах. Не думаем, что в мире есть еще второе такое предприятие способное одновременно вести 40 проектов, которые содержат до 30 новых моделей.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Сейчас в Италии у Otto Stelle есть партнер – компания по производству мебели для HoReCa. Это бесценный опыт профессиональных знаний от компании, которая занимается этим бизнесом уже более 15 лет, многие модели разрабатываются совместно, и привозятся в Россию уже в виде полуфабриката – готового "скелета".

Едем на производство

Если рассказ производителя убедителен и образцы в шоу-руме внушают доверие, необходимо сделать следующий шаг – попросить показать производство. Первые два шага (сайты и шоу-румы) является продажей "картинок" мебели, но не ее самой. Изобразить и описать можно все, что угодно, а настоящее производство – совсем другая история. Обратите внимание на размер производства, количество специалистов, запасы материалов, их внешний вид,

Даже непрофессионалу станет ясно отличие. Качественная мебель не может изготавливаться в полутемных ангарах на окраинах Москвы, "специалистами" из Средней Азии. "Мебельные изделия" таких "фабрик" не просто не украсят ваш отель или ресторан, но и попросту выйдут из строя уже через несколько месяцев.

Требуйте "пилоты"!

Чтобы гарантированно защититься от недобросовестных производителей, нужно заранее протестировать образец заказанной мебели, а если такого еще нет – его пилотный экземпляр.

Сроки изготовления "пилотов" (обещал за неделю, а делал месяц), их внешний вид (схожесть с ТЗ, или больше с диваном из ИКЕА), качество изготовления (симметрия, аккуратность швов), крепость каркаса, удобство посадки – многое даже не производственнику будет понятно на этом этапе.

В нашей практике был случай, когда, уже разместив заказ на мебель у другого производителя, инвестор ресторана все-таки решил потратить время на то, чтобы посмотреть что получается и попросил производителя изготовить по одному экземпляру каждой модели и показать ему. Результат поверг в шок даже выдавшего виды опытного ресторатора. Он потребовал возврата всех денег из-за того, что мебель не соответствует его ожиданиям, и разместил заказ у нас, хотя у этого производителя уже было определенное портфолио.

К сожалению, пилотный образец мебели для гостиницы не всегда гарантирует 100%-ный результат. Сделать один образец "на коленке" – это одно, а сделать партию 200 или 300 штук – совсем другое. Для того, чтобы принять оптимальное решение, лучше поручить выбор компании-производителя мебели нескольким людям. И, конечно же, чем больше открытости в общении между клиентом и поставщиком, тем лучше результат. И, конечно же, стоит внимательнее изучить сайт компании и совершить экскурсию на саму фабрику.

<http://hotelier.pro/press/item/1419-ottostelle>

http://hotelier.pro/index.php?option=com_k2&view=item&id=1456:ottostelle&Itemid=399