



Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 0101-2023

С 01 по 20 января 2023 года

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

Кормчие и меры форматирования внутреннего туризма России в 2023 году

В Сети закрылся один из самых масштабных проектов Ростуризма

ГОСТ «Все включено» и «Ультра все включено» утвержден.

Отели будут предоставлять услуги «все включено» по ГОСТу

Названо количество российских отелей, которые смогут работать по системе «все включено»

2. Гостиничный рынок Москвы и Московского региона

В городе Истра Московской области построят крупный отель

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков

РФ

Наши мега-тренды-2023 на рынке туризма и гостеприимства

Тренды гостиничного бизнеса в 2023 году

Пять трендов BUSINESS TRAVEL 2022

Сергей Бачин: "Санкции не мешают строить и развивать гостиничный бизнес в России"

Оценки и отзывы об отелях vs классификация и звёздность

В России появился сервис для бронирования отдыха на природе
Naturalist.travel

Cosmos Hotel Group взяла в управление еще один отель в Сочи

4. Юридический практикум для отельеров и вопросы гостиничной безопасности

Генпрокуратура нашла нарушения в деятельности Ростуризма после его упразднения

74% отелей не защищены должным образом от киберугроз. Гостиничная индустрия стоит на втором месте по количеству утечек данных, после ритейла

5. Гостиничный рынок за рубежом

На турецком курорте опасаются резкого сокращения количества отелей

«Раздрай» в рядах аналитиков

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

Фокус – Москва и столичный регион

Если у сообщения имеется значок *): - приводимые в сообщении СМИ или персональном интервью фактические и аналитические данные и прогнозы могут содержать информацию, не подкрепленную реальными показателями гостиничного рынка, либо основанную только на отдельных сегментах рынка.

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

Кормчие и меры форматирования внутреннего туризма России в 2023 году

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

Новый закон о туризме, кодификации, дорожная карта... – что власти готовят отрасли в 2023 году?

На исходе 2022 года стало создаваться впечатление, что развитие туризма начало постепенно отходить в России на второй план в повестке государственных нацпроектов и интересов.

На заседании Совета по стратегическому развитию и национальным проектам в Кремле 15 декабря 2022, прошедшего под председательством Президента России, более чем за час совещания слово «туризм» не прозвучало ни разу (!). При этом на мероприятии присутствовал и курирующий отрасль вице-премьер Дмитрий Чернышенко, и министр экономического развития Максим Решетников, в ведение которого передали функционал упраздненного Ростуризма.

За пару месяцев до этого была купирована такая мощная мера поддержки внутреннего туризма, как туристический кешбэк (хотя эта мера прописана в нацпроекте). Несмотря на то, что среди утвержденных поручений Президента России по итогам заседания президиума Госсовета 6 сентября 2022 значится *предоставить предложения о выделении дополнительных средств на программу возврата части средств за поездки внутри страны в 2023-2025 годах (т.е. на туристический кешбэк). Срок был указан 1 декабря 2022 года.*

Срок, таким образом, вышел, предложения не представлены.

Такая череда событий насторожила участников рынка и внушила им мысль, что финансирование развития туризма со стороны властей может сократиться ради решения других задач, которые окажутся важнее в 2023 году.

«В России существует стратегия развития туризма, и разработан нацпроект, но за последние два года в мире и в стране очень много всего поменялось, и под эти реалии надо подстраиваться. Я говорил со многими коллегами и представителями властей, и они признают, что у них сейчас нет четкой картины будущего», – говорит, например, Дмитрий Богданов, президент Ассоциации отельеров АМОС.

С ликвидацией Ростуризма зависла разработка нового закона о туризме в России (его упраздненное ведомство пыталось «доделать» больше года). Минэкономразвития, впрочем, не замедлило сообщить, что самостоятельно разработает законопроект о туризме. Предоставленный Ростуризмом документ с пометкой «почти готов» на самом деле от этого был далек – заявил на заседании Комитета Госдумы по туризму и развитию инфраструктуры замглавы Минэкономразвития Дмитрий Вахруков.

При этом, по его словам, приоритетом нового законопроекта должны стать «кодификация направлений видов туризма и кодификации приоритетных дестинаций».

Пожалуй, участники рынка вправе ожидать расшифровки этой фразы и пояснения, почему «кодификация» является приоритетом.

«Мы предлагаем концептуально пересмотреть закон о туризме и стратегию развития отрасли, – в свою очередь сообщил глава комитета Госдумы по туризму и развитию туристической инфраструктуры Сангаджи Тарбаев. – Мы с коллегами в Госдуме, а также с экспертным сообществом пришли к выводу, что необходимо попытаться концептуально пересмотреть законопроект в сторону облегчения.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Потому что этот закон пытался регулировать очень много, и у нас вследствие этого появилось много дискуссионных развилок как с органами исполнительной власти, так и с экспертным сообществом, и с бизнес-сообществом».

«В целом мы видим основные направления развития законопроекта в трех направлениях, - добавил он. - Первое – это закрепление и синхронизация понятийного аппарата. Второе – описание, конкретное, туристической услуги, субъектов и объектов туристической деятельности. Ну и самое главное, закон должен иметь прямой характер действия, чтобы и бизнес, и туристы могли понимать, что регулирует этот закон».

Сангаджи Тарбаев также предложил пересмотреть стратегию развития туристической отрасли в России: «Ввиду того что мы предлагаем концептуально пересмотреть закон о туризме, мы предлагаем пересмотреть и стратегию развития отрасли».

При этом Сангаджи Тарбаев готов рассматривать как одно из направлений событийного туризма в России игорный бизнес (см. материал по ссылке: <http://www.worldtravelbiz.ru/News/В-Госдуме-предложили-считать-игорный-бизнес-частью-туристической-индустрии>).

Когда же первый заместитель Председателя Правительства Андрей Белоусов в декабре 2022 г. обсуждал с представителями бизнеса итоги реализации механизма «Трансформация делового климата» (ТДК) в 2022 году, министр экономического развития РФ Максим Решетников сообщил, что Минэкономразвития разрабатывает предложения по созданию «дорожной карты» ТДК для туристической отрасли.

Закон о туризме, кодификации, дорожная карта ... чем бы дитя (бизнес) не «тешилось», лишь бы не упрекало власти в бездействии и отсутствии ободряющей поддержки.

В конце декабря 2022 года глава Минэкономразвития Максим Решетников провел свою рабочую встречу с представителями туроператоров, гостиничного бизнеса, инвесторов, а также менеджмента ОАО «РЖД» и «Аэрофлота» и обозначил приоритеты ведомства на среднесрочную перспективу.

Основной стратегией ведомства для повышения доступности внутреннего турпродукта было названо не стимулирование спроса, а расширение предложения и развитие новых концепций отдыха.

«В том числе, цель в рамках нацпроекта к 2030 году выйти на ежегодный показатель в 140 млн поездок по стране, — заявил Максим Решетников. — По нашим оценкам, выполнить его можно только при увеличении номерного фонда на 30-40%».

Это заявление можно понимать так, что правительство не намерено возвращаться к программам туристического кешбэка и /или продолжать субсидирование туристических чартеров.

Что касается развития туристической инфраструктуры, одним из методов останется Постановление № 141 - оно предполагает субсидирование процентной ставки для инвесторов в сфере гостеприимства. В то же время в Минэке пока не называют сроки нового окна подачи заявок по проектам.

«Сейчас переходный период между Ростуризмом и Минэкономразвития. Старая история закончилась, а новая должна заработать с марта-апреля, и тогда станет понятно, как это работает, с каким финансированием, - резюмировал в интервью «Интерфакс» Сергей Бачин, глава компании «Васта Дискавери» (см. материал в разделе Дайджеста СМИ «Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ»).

«На мой взгляд оптимально для Минфина – не столько сокращать общее количество субсидий, сколько убрать из 141-го постановления несколько

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

Фокус – Москва и столичный регион

центральных регионов – таких, как Москва и Санкт-Петербург - которые могут развиваться и без поддержки государства», - добавил он.

Компаньоном Минэка фактически выступает госкорпорация «Туризм.рф». Она сфокусирована как раз на увеличении гостиничного фонда России.

Как сотрудничать с государственной корпорацией Туризм.РФ на специальном семинаре в Санкт-Петербурге в рамках Петербургского Travel HUB рассказал Сергей Красноперов, исполнительный директор АО «Корпорация Туризм.РФ» (см. публикацию КАК ПРИХОДИТЬ В СЕРЬЕЗНЫЕ ИНВЕСТОРЫ – см. по ссылке: <https://hotelier.pro/news/item/kak-prikhodit-v-sereznye-investory/>).

В общем виде ресурс Building.ru так представляет команду ключевых игроков, определяющих контуры рынка внутреннего туризма России сегодня:



В будущем «Туризм.рф» вынуждено — для завершения проблемных проектов, реализации крупных проектов и получения дополнительных источников прибыли — станет вторым гос-мастер-девелопером широкого профиля после ВЭБовского «ПроГорода» - прогнозирует развитие событий Building.ru.

Госкорпорация ВЭБ (через «ПроГород» и КБ «Стрелка») нацелена на упаковку «хотелок» от регионов в подобие мастер-планов, - продолжает Building.ru.

Борьба за контроль над новой версией нацпроекта по туризму развернется между «Туризм.рф», «Кавказ.рф» и ВЭБом – вангует ресурс. Скорее всего, победит «Туризм.рф», в который запустят частный капитал и отдадут под управление когонибудь из лидеров (Потанин-Бачин, Ткачев, Евтушенков или Клячин).

В дополнение представлен «оркестр» ведомств, привлеченных в проекты по туризму:

Оркестр нацпроекта по туризму

Декабрь 2022



Дирижер

Дмитрий Чернышенко
Вице-премьер

Правительство РФ

Минстрой
Главный распорядитель бюджетных средств по нацпроекту. Строительство обеспечивающей инфраструктуры

Минэкономики
Ростуризм, ОЗЗ

Минкульт
Музеи, музеи-заповедники, культурные события

Минприроды
Экотуризм, ООПТ

Минпромторг
Промышленный туризм, народные промыслы

Госкомпании

Туризм.РФ
Центр сборки кластеров
Госзаказчики в проекты
Мастер-планы кластеров

ВЭБ.РФ
Портфель проектов
Мастер-планы 12 микрорегионов
Проектное финансирование Байкал.рф, ИФРФ ВЭБ, ГЧП "ПроГород, КБ "Стрелка"

Кавказ.РФ
Курорты Северного Кавказа

РЖД
Ж/д-туризм, экспрессы

ДОМ.РФ
Мастер-планы кластеров



line/building2004

Одиннадцатого января стало известно, что открыт сбор заявок для участия в конкурсе на покупку всего курорта «Архыз».

Задумано, что горнолыжный курорт, созданный с нуля государством, в 2023 году перейдет частному инвестору на условиях открытого конкурса. По решению Совета директоров, который возглавляет вице-премьер Александр Новак, с 10 января по 14 февраля состоится сбор заявок для участия в конкурсе, в феврале запланировано проведение конкурсных процедур, а в марте-апреле с победителем конкурса будет заключен договор купли-продажи 100 % акций АО «Управляющая компания Архыз» (см. публикацию по ссылке: <http://www.worldtravelbiz.ru/News/Предложено-сменить-владельца-Архыза->).

Между тем, на Дальнем Востоке огромную роль играет КРДВ (Корпорация развития Дальнего Востока). А каждый губернатор субъектов - тоже очень важный участник системных больших проектов.

Как бы то ни было, рынку гостеприимства важно уметь самостоятельно держаться и развиваться без такой поддержки, как вливания федерального кешбэка. (Как это и было раньше!)

«Федеральный кешбэк скрылся за горизонтом», – констатировал в итоговом видео-выступлении 2022 года Александр Галочкин, CEO компании TravelLine. - Остается – брать инициативу в свои руки. «Отели могут «кешбэчить» гостей самостоятельно. TravelLine поможет настроить кешбэк локально».

Что ж, как говорили в Древнем Риме: «Aut inveniam viam aut faciam» – или найду дорогу, или проложу её сам. А осилит дорогу – конечно - идущий («Viam supervadet vadens»). Отельеры – как раз такие люди: упорно идущие вперед!

Материал Павла Баскакова

<https://hotelier.pro/news/item/kormchie-i-mery-formatirovaniya-vnutrennego-turizma-rossii-v-2023-godu/>

В Сети закрылся один из самых масштабных проектов Ростуризма

Сайт о путешествиях по России Russia.Travel, один из крупнейших онлайн-проектов Ростуризма, прекратил работу. По данным онлайн-детекторов, ресурс более не поддерживается. В открытом доступе остается только домен третьего уровня city.russia.travel, где размещена информация об отдельных спецпроектах Федерального агентства по туризму.

Портал Russia.Travel — один из самых «долгоиграющих» проектов Ростуризма. Сайт был открыт еще в 2013 году как информационный портал, рассказывающий о туристических возможностях России. Над его запуском работала команда бывшего главы Федерального агентства по туризму Олега Сафронова. На тот момент в создание ресурса было вложено около 200 млн рублей.

Позднее функционал сайта постепенно расширялся, и из информационного портала его планировалось превратить в маркетплейс, который бы использовали для реализации туров и отдельных туруслуг от российских поставщиков, в том числе для продажи иностранным туристам.

Проект полностью поддерживался силами команды Ростуризма, однако после его упразднения в конце октября 2022 года и передачи функций федерального агентства в Минэкономразвития Russia.Travel перестал поддерживаться.

Представитель Минэка в ответе на запрос Profi.Travel сообщил, что сайт будет перезапущен в скором времени после проведения технических работ. Он не уточнил, в чем заключаются работы и когда именно их планируется завершить.

Ранее в Сети также прекратил работу сайт Ростуризма, на котором содержались онлайн-реестры туроператоров и турагентов. В Минэке остановку сайта объяснили техническими работами и обещали в скорейшем времени восстановить работу реестра. Тем не менее, на момент публикации полностью восстановить реестры не удалось. К примеру, участники турагентского рынка отмечают не под запись, что реестровые записи восстановлены не полностью и в системе нет сведений обо всех заключенных турагентских договорах.

Источники, знакомые с ситуацией, не исключают, что у новых ответственных за туризм может оказаться недостаточно ресурсов для того, чтобы быстро восстановить весь функционал расформированного Федерального агентства.

UPD: позднее, 17 января, сайт возобновил работу, а от Минэкономразвития пришел комментарий о том, что технические работы закончены. Profi.Travel запросил у ведомства информацию о дальнейшей судьбе портала.

https://profi.travel/news/56609/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_24820_170123

ГОСТ «Все включено» и «Ультра все включено» утвержден.

Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии утвержден новый национальный стандарт ГОСТ Р 70587-2022 «Туризм и сопутствующие услуги. Услуги средств размещения «Все включено» и «Ультра все включено». Общие требования». Его положения впервые распространяются на оказание сопутствующих услуг в средствах размещения и дополняют нормативные документы о классификации гостиниц.

Развитие отечественно туристической отрасли неизменно влечет за собой появление все большего числа гостиниц, работающих по принципу «все включено». При этом, до настоящего времени отели, используя термины «все включено» самостоятельно определяли перечень и качество предоставляемых ими услуг, что зачастую могло ввести потребителей в заблуждение. О необходимости разработки

единого национального стандарта к данным услугам было заявлено в рамках Петербургского международного экономического форума в 2022 году.

Опираясь на лучший мировой опыт и международные требования к концепциям услуг «Все включено», а также на опыт отечественных курортных отелей, стандарт содержит минимальные количественные и качественные показатели предоставления услуг «все включено» и «ультра все включено» для применения в средствах размещения всех категорий и видов. При этом установлены требования в части номерного фонда, питания, наличия элементов инфраструктуры, их параметров и характеристик, развлекательных мероприятий, спортивных услуг, услуг для детей, спа-услуг и услуг водно-развлекательного комплекса – бассейнов и аквапарка, а также общего времени предоставления услуг в течение суток.

«Введение стандарта позволит повысить уровень качества услуг, предоставляемых российскими отелями и гостиницами, формированию привлекательного и конкурентоспособного продукта для внутренних и въездных туристов, повышению заинтересованности в российских туристических продуктах», – отметил руководитель Росстандарта Антон Шалаев.

Стандарт разработан в рамках реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года и плана мероприятий по ее реализации.

ГОСТ Р 70587-2022 разработан рабочей группой под руководством ООО «Звезды Отелям», ООО «Алеан» и Российского Союза Туриндустрии в рамках работы технического комитета по стандартизации №401 «Туризм и сопутствующие услуги» (ТК 401) и вступает в действие с 30 июня 2023 года.

Страница ГОСТ на сайте Росстандарта создана, но сам документ пока не подгружен.

С последней версией проекта данного ГОСТ можно ознакомиться по ссылке: <https://disk.yandex.ru/d/ANy8r1GP68vnTQ>

Отели будут предоставлять услуги «все включено» по ГОСТу

Об утверждении нового национального стандарта ГОСТ Р 70587-2022 «Туризм и сопутствующие услуги. Услуги средств размещения «Все включено» и «Ультра все включено». Общие требования», сообщает Росстандарт 18 января. ГОСТ вступает в действие с 30 июня 2023 года.

Как заявляет федеральное агентство, стандарт содержит минимальные количественные и качественные показатели предоставления услуг «все включено» и «ультра все включено» для применения в средствах размещения всех категорий и видов. Для них установлены требования в части номерного фонда, питания, наличия элементов инфраструктуры, их параметров и характеристик, развлекательных мероприятий, спортивных услуг, услуг для детей, спа-услуг и услуг водно-развлекательного комплекса – бассейнов и аквапарка, а также общего времени предоставления услуг в течение суток.

Как добавляет в Росстандарте, до настоящего времени отели, используя термины «все включено», самостоятельно определяли перечень и качество предоставляемых ими услуг, что зачастую могло ввести потребителей в заблуждение.

Впрочем, в туротрасли считают, что при желании и новый ГОСТ не спасет от введения потребителей в заблуждение. Как минимум потому, что национальные стандарты носят рекомендательный характер, и средства размещения вольны сами решать, будут ли их услуги «все включено» соответствовать ГОСТу, или нет.

Однако если впоследствии в систему классификации средств размещения будут внесены изменения, эти критерии могут стать и обязательными, считает Лилия Биткулова, гендиректор компании «Звезды Отелям», которая принимала участие в разработке ГОСТа. «Сейчас это, действительно, носит добровольный характер. Пока это некая основа, на которую стоит ориентироваться отельерам. При этом мы же с вами понимаем, что потребители всегда смогут проверить, соответствуют ли услуги того или иного средства размещения национальному стандарту. Получается, в интересах самих отельеров, чтобы их услуги не имели расхождений с новым ГОСТом».

Как добавила Лилия Биткулова, стандарт был разработан с учетом международной практики по форматам «все включено» и «ультра все включено», зарубежного законодательства, а также российских курортов, уже работающих по этим концепциям.

«На фоне пандемии и западных санкций спрос на отдых внутри страны существенно увеличился, что спровоцировало рост цен на услуги отелей. И именно на all inclusive было больше всего нареканий от потребителей, учитывая, что этот формат и так дороже прочих. Поэтому Ростуризм и начал разрабатывать этот документ, который бы ввел четкое понимание, каким должен быть набор услуг в отеле, работающем по концепции «все включено», и чем от него отличается, в свою очередь, «ультра все включено», — объясняет вице-президент Федерации рестораторов и отельеров Вадим Прасов. С его точки зрения, этот ГОСТ будет полезен прежде всего для предпринимателей, которые только начинают свой путь в гостиничном бизнесе, — чтобы могли оценить собственные силы при выборе своего формата. Большинство же управляющих компаний и так давно знакомы с мировой практикой all inclusive и ultra all inclusive, и очевидно, что в каждом случае все упирается прежде всего в финансовую модель отеля.

При этом участники отрасли отмечают: хорошо, что появилась такая «методичка», которую можно будет при необходимости дорабатывать, основываясь на реалиях российского гостиничного бизнеса. По сути, это первый шаг к тому, чтобы упорядочить систему оказания услуг «все включено» отелями. Помимо компании «Звезды Отелям» в составлении ГОСТа принимал участие туроператор «Алеан» и Российский союз туриндустрии.

Правда пока этот документ так и не выложен на официальных ресурсах, отмечают представители отрасли, и это вызывает вопросы. Как только последняя версия документа будет опубликована, можно будет проанализировать стандарт более глубоко. Profi.Travel следит за развитием событий.

https://profi.travel/news/56614/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_24852_190123

Названо количество российских отелей, которые смогут работать по системе «все включено»

Работать по новому стандарту размещения в отелях «Все включено» и «Ультра все включено» смогут не более 200 отелей по всей стране. Об этом вице-президент Федерации рестораторов и отельеров России Вадим Прасов рассказал «Парламентской газете».

О принятии новых норм Росстандартом стало известно 18 января. Для того чтобы бизнесу такой формат был выгоден, в отеле должно быть не меньше 150 номеров. «Это в Турции отель, в котором 200 комнат, — маленький, там в основном — от 500 и больше, — объяснил эксперт. — Номерной фонд российских отелей куда более скромный», — указал эксперт.

Предложенный ГОСТ написан настолько подробно, что полностью соответствовать ему вряд ли сможет хоть какой-нибудь отечественный отель, предположил вице-президент Российской гостиничной ассоциации Алексей Мусакин. «Мы с коллегами прикинули, что будет, если в номер предлагаемой минимальной площади попробовать запихнуть все то, что там должно быть по новым нормативам, — рассказал «Парламентской газете» специалист. — Кровать длиной 1,6 метра еще влезет, но чтобы выйти, через нее придется перешагивать. Ну что это за требование для гардероба — минимум семь вешалок-плечиков на человека? То есть для двоих 14! Какой длины должен быть шкаф?» — выразил недоумение вице-президент ассоциации.

Общий стандарт для русского all inclusive — идея изначально правильная, поскольку сегодня гостиницы обслуживают клиентов кто в лес, кто по дрова, согласились собеседники издания. Однако, чтобы привести работу отелей к общему знаменателю, достаточно было бы небольшой таблички единых требований, а не 18-страничного документа».

Это означает, что если теперь кто-то напишет про свой отель «все включено», то он не будет соответствовать ГОСТу», — заключил Мусакин.

<https://www.pnp.ru/politics/nazvano-kolichestvo-rossiyskikh-oteley-kotorye-smogut-rabotat-po-sisteme-vse-vklyucheno.html>

2. Гостиничный рынок Москвы и Московского региона

В городе Истра Московской области построят крупный отель

Об этом в минувшую среду сообщили сотрудники пресс-службы Главгосстройнадзора Подмосковья. Гостиничный комплекс расположится в шестиэтажном здании. Номерной фонд будет включать в себя 237 номеров различного уровня комфортности. Помимо этого на территории объекта будут работать спа-комплекс, ресторан, бар и магазины.

Дополнительно сообщается, что земельный участок, на котором проводятся строительные работы, находится рядом с Истринским водохранилищем и рекой Раменка. Введение в эксплуатацию намечено на 2027 год. Строительство началось в конце 2022 года.

В конце декабря 2022 года в СМИ публиковалась информация, согласно которой в прошлом году Московская область приняла порядка 22 миллионов путешественников. В 2021 году туристический поток составил 15.3 миллиона человек. Таким образом, турпоток увеличился на 43.7% и вышел на допандемийные показатели.

<https://hotelier.pro/news/item/v-gorode-istra-moskovskoy-oblasti-postroyat-kрупnyy-otel/>

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Начало нового года традиционно знаменуется публикацией прогнозов и «трендов» на предстоящий период. Знакомимся:

Наши мега-тренды-2023 на рынке туризма и гостеприимства

Почему наши? Потому что несколько лет Hotelier.pro публиковал обзоры мега-трендов наступающего года, отталкиваясь от доклада Skift Megatrends (пусть и с необходимыми корректировками и комментариями, исходя из специфики положения дел на рынке России). На этот раз Hotelier.pro подготовил обзор именно наших мега-трендов – фиксируемых конкретно на рынке туризма и гостеприимства России. Это наш обзор – обзор Hotelier.pro на основании предвидений в отношении наступающего года российских экспертов.

Мега-тренд: персонализация и гипер-персонализация

«В 2023 году самый глобальный тренд - это персонализация предложений с учетом пожеланий целевой аудитории. Романтические путешествия, например, теперь создаются отдельно для пар до 30 лет, отдельно для пар серебряного возраста. Семейный пакет необходимо разделять на три возраста детей и точно сегментировать анимацию», - говорит Инна Рындина, коммерческий директор группы отелей «Русские сезоны».

«В 2023 году персонализация выйдет на новый уровень – речь идет уже о гиперперсонализации. Чем больше потребностей постояльцев отельер будет знать и сможет их удовлетворить, тем чаще его отель будут выбирать повторно и рекомендовать знакомым», - замечает Сергей Фомин, генеральный директор компании Libra Hospitality.

«Сейчас мы также выделяем тренд, который вырос из персонализации - автоматизация персонализированной работы с гостем. Отельеры стремятся повысить число постоянных клиентов, при этом максимально оптимизировав рабочий процесс», - добавляет Анна Шамова, эксперт компании TravelLine по онлайн-продажам гостиничных услуг.

Мега-тренд: «Эмоции под ключ», пакетные предложения гостеприимства

«В индивидуальном сегменте главным трендом стали эмоции под ключ с упором на антистрессовую и оздоровительную составляющую, - отмечает Инна Рындина. - Например, в Подмосковье в отеле «Русские Сезоны Курорт Пересвет» 70% бронирований на период январь-февраль приходится на пакет «зимний антистресс», включающий не только любимые зимние развлечения и катания на лыжах, но и сеансы «скандинавского солнца», занятия на сапах в SPA, бокал шампанского в термальном комплексе с парными, утренние бани и детокс-пакеты, нацеленные на оздоровление и снятие стресса. В Санкт-Петербурге хит продаж «Все включено» для детей или даже для питомцев, а также гольф-каникулы с софт-барами и безлимитным мороженым для детей».

«Если раньше в пакетный тур входили перелет, питание и проживание, то теперь гости хотят впечатлений — экскурсии, мастер-классы, катание на коньках, собачьих упряжках, ужин с традиционной кухней под живую музыку», - продолжает Анна Шамова.

«На «Розе Хутор» востребована услуга «Консьерж под ключ» с эксклюзивными экскурсиями и активностями (семейные бои подушками, театр в номер или золотая рыбка на час). В загородном клубе «Утрау» популярна коллекция зимних парений для романтических путешествий, компаний друзей и тревел-девичников», - добавляет Инна Рындина.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Мега-тренд: Запрос на психологическую стабильность и созвучное человеческое общение

«Ковид, разделивший людей в 2020 году, и небезызвестные политические события в 2022 году усилили запрос на человеческое тепло, на общение, создание атмосферы того, что ты не одинок в этом мире, - говорит Кирилл Рузанов, генеральный директор и партнер управляющей компании «Начало. Сервис». – Людей тянет к обмену энергией и светом друг с другом. Осознанность, психологическая стабильность, человеческое взаимодействие в равной аудитории со схожими интересами и социальным уровнем - вот те запросы, что будут накладываться свой отпечаток на гостеприимство в ближайшие годы».

Мега-тренд: формирование комьюнити

Этот тренд сопрягается с трендом на созвучное человеческое общение.

«Подход к комьюнити может быть разный - в зависимости от класса и типа мест размещения, - рассуждает Кирилл Рузанов. - Объекты, которые позиционируются на более молодую аудиторию, начали привлекать комьюнити-менеджеров, выполняющих и часть работы консьерж-сервиса, и организаторов мероприятий. Они подбирают активности и создают "событийность". Для объектов с более старшей и высокодоходной аудиторией общность создает служба гостеприимства или персональный консьерж. Они привносят индивидуальность при обслуживании и также выполняют роль создателей комьюнити».

С трендом на формирование комьюнити связан и другой тренд: активное увеличение не арендопригодной, но очень полезной площади, ибо комьюнити требует общественных пространств. Этот тренд наблюдается и в городских, и в загородных отелях.

При этом комьюнити – это и новая лояльность. Не бонусы и скидки, а именно сопричастность и заинтересованность формируют лояльность гостей. Этот тренд первыми начали возвращать апартаменты, но теперь он решительно переключается и в классические объекты гостеприимства (с вовлечением консьержа, комьюнити-менеджера или без них).

Мега-тренд: Интерес к местному колориту

«Национальная культура и традиции всегда вызывают интерес путешественников, - говорит Сергей Фомин. - Если отель будет оформлен местными дизайнерами, на завтрак будут предлагаться блюда местного производства в посуде, изготовленной руками национальных ремесленников, это сотворит чудеса с вашим брендом, придав ему тонкий региональный колорит. Вы можете разнообразить досуг постояльцев, привлекая местные культурные и творческие сообщества, и даже сделать сотрудничество с ними неотъемлемой частью программы отдыха для ваших гостей».

«У гостей имеется запрос на необычный отдых и отдых, заточенный под особенности региона – природу, традиции, кухню. Люди хотят больше знать о том месте, где проводят время», - добавляет Анна Шамова.

Смотрите также интервью с министром туризма Самарской области Артуром Абдрашитовым: САМОБЫТНОСТЬ – ДОСТОЯНИЕ РЕГИОНА <https://hotelier.pro/interviews/item/samobytnost-dostoyanie-regiona-letom-i-zimoy-intervyu-s-arturom-abdrashitovym-ministrom-turizma-samarskoy-oblasti/>

Мега-тренд: Решительная битва с костями и ФОР

«Отели пожили в 2022 году в новом не дивном мире. Они хотят в 2023 году понятную и эффективную систему онлайн-дистрибуции, хотят меньше брать на себя

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

Фокус – Москва и столичный регион

костов. ФОТ – самое дорогое, что у нас есть. В этом отношении любой технологичный отель будет выигрывать у не технологичного», - прокомментировал ситуацию Александр Галочкин, генеральный директор компании TravelLine, во время онлайн-выступления по итогам года 23 декабря <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=OThghYaR24o&feature=youtu.be>.

Мега-тренд: господдержка внутреннего туризма

В 2023 году продолжится тенденция господдержки внутреннего туризма и предпринимателей этого сектора – считают эксперты 101Hotels.com.

Помимо программы кешбэка, появятся новые меры популяризации не только курортных, но и других направлений на территории России – полагают в компании.

Hotelier.pro делал в ноябре публикацию по поручениям Президента РФ и мерам поддержки гостиничного и туристического рынка России: какие меры поддержки может ожидать туристический и гостиничный бизнес России в 2023 году по инициативе властей – см. статью <https://hotelier.pro/news/item/reinkarnatsiya-turisticheskogo-keshbeka-obzor-porucheniy-prezidenta-rf-i-mery-podderzhki-gostinichnogo-i-turisticheskogo-rynka-rossii-v-2023/>

Также, если помните, Hotelier.pro недавно сообщал в своем телеграм-канале - <https://t.me/HotelierPRO> - что Минэкономразвития продолжит субсидирование процентной ставки в 2023 году на строительство и реконструкцию отелей.

«Сейчас мы имеем 38 заемщиков. Суммарный портфель кредитов – 166 млрд рублей. На все эти 38 проектов мы будем дотировать 138 млрд. Не вся сумма кредита, естественно, дотируется. На сегодняшний день выборка по этим кредитам, несмотря на то, что отбор был в 2021 году, очень маленькая, порядка 30 млрд рублей. Все обязательства по этому отбору с точки зрения субсидий банкам Минэкономразвития подхватит в 2023 году», – заявил 19 декабря замминистра Минэка Дмитрий Вахруков.

Сейчас деньги на эту программу сконцентрированы в Минфине. «У правительства есть полномочия распределить их по статьям расходов. Таким образом, они будут распределены на субсидии банкам, на льготные кредиты в том числе. Мы пока планируем, что они будут распределены в том объеме, в котором правительство вносило проект в первом чтении. Если мне не изменяет память, то там порядка 6,5 млрд рублей на 2023 год», - добавил замминистра.

См. также публикацию на Hotelier.pro о том, КАК ПРИХОДИТЬ В СЕРЬЕЗНЫЕ ИНВЕСТОРЫ <https://hotelier.pro/news/item/kak-prikhodit-v-sereznye-investory/>

Мега-тренд: Энтузиазм на Эко

«Неоспоримый тренд - это эко-отели, расположенные в местах с красивой природой или ландшафтом,- говорит Роман Сабиржанов, председатель МОО «Союз отельеров», руководитель УК HotConsulting. - По сути, это не капитальные сооружения на воздушной подушке, каркасного типа, с необычной архитектурой и дизайном. Такой тип размещения пользуется спросом у upper middle class. Ему важен комфорт и обособленность. Такие люди не хотят, выезжая за город, жить в многокомнатных гостиницах, даже, если это сегмент люкс».

«Все больше гостей будут останавливаться в отелях, имеющих экологические сертификаты», - добавляет Сергей Фомин. «Мы наблюдаем резкий переход спроса на коттеджи, хотя они дороже, чем проживание в «главном корпусе» (если таковой на объекте имеется)», - рассказывал недавно на форуме АЗО (загородных отельеров) Антон Басин, основатель и директор компании BASINN Hotel Development.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Глэмпинги останутся в тренде как особый вид «экотуризма» - говорят эксперты 101Hotels.com

Мега-тренд: Обаяние оздоровления и велнеса

Тренд не новый. Но ... «Велнес - по-прежнему будет приоритетом для гостей в 2023 году, - говорит Сергей Фомин. - Это означает, что вам следует переориентировать свой отель на более целостные пакеты услуг с вовлечением велнеса».

Пакетирование предложений (см. выше) и велнес зачастую идут рука об руку. Тут один мега-тренд цепляется с другим. «Резкое увеличение спроса на всевозможное оздоровление: спа, бани, термы и др. - мощный тренд. Это направление может давать до 15-20% выручки даже в классическом отеле, а в загородном - существенно больше», - замечает Антон Басин.

Отельерам приходится подстраиваться под актуальные представления гостей о хорошем отеле. В том числе, под тягу к «велнесу». Нюанс, впрочем, в том, что представления гостей о «велнесе», а точнее – ЗОЖ, могут быть разными – констатировал Hotelier.pro недавно (см. публикацию КАКОЙ ЖЕ ХОРОШИЙ ГОСТИНИЧНЫЙ ГИБРИД БЕЗ ВЕЛНЕСА! <https://hotelier.pro/news/item/kakoy-zhe-khoroshiy-gostinichnyy-gibrid-bez-velnesa/>).

К теме велнеса примыкает тренд на «санаторизацию» отдыха. Отели, расположенные не в самых популярных местах у туристов, могут вводить у себя функционал профилакториев. Да и в целом – отельеры все больше рассматривают «санкурское» дополнение как привлекательное наращивание потенциала объекта с точки зрения выручки и доходности.

Мега-тренд: Благоволение к бутик-отелям

«В связи с тем, что россияне стали чаще совершать путешествия в российские города с туристическими целями, возрос спрос на качественные гостиницы категории 4 звезды плюс. Бутик-отели как раз удовлетворяют этот спрос», - считает Роман Сабиржанов.

Мега-тренд: Заманчивый загород

«Востребованность загородного отдыха во всех регионах страны вырастет в разы, в 2023 он будет на пике популярности, - полагают эксперты 101Hotels.com. - И не только для празднования торжеств, но и как вариант регулярного ежемесячного отдыха от городских будней. При этом острый дефицит гостевых объектов (баз отдыха, коттеджей, кемпингов) в этом секторе открывает большие возможности для отельеров». «Только обеспечьте гостям возможность удаленной работы, - советует Сергей Фомин. - Настроить свой отель для «цифровых кочевников» не сложно. Достаточно обеспечить широкополосный интернет через Wi-Fi и оборудовать конференц-зал, зоны коворкинга или хотя бы позаботиться о наличии письменного стола в номерах. Вы даже можете оснастить некоторые из ваших комнат мини-кухнями».

Мега-тренд – реализация проектов по схеме sale & leaseback

«При схеме sale & leaseback (продажа с обратной арендой) часть или весь номерной фонд девелопером делится и продается микро-инвесторам, после чего девелопер берет фонд обратно в аренду и управление», - поясняет Антон Басин. «Мы переняли эту схему от городских отельеров, в первую очередь, от создателей апартаментов, - не скрывает он, - и теперь успешно применяем ее в загородных объектах».

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

Фокус – Москва и столичный регион

При этом инвесторы гораздо меньше сейчас создают объекты «для себя» или по каким-то личным причинам, а в первую очередь выбирают инвестиции, чтобы «припарковать деньги», в том числе, надолго.

Мега-тренд: Цифровое обслуживание

«Технологии продолжают развиваться, - говорит Сергей Фомин. - Современные гости привыкли к ним дома, и рассчитывают встретить аналогичный комфорт и на отдыхе в отеле. Предоставьте им виртуального консьержа, который оказывает помощь круглосуточно, мобильную регистрацию заезда или функции «умного дома» в номерах, например, включение света голосом, интерактивные стены или вход в номер без ключа и т.п. Все эти функции уже сейчас становятся все более важными для постояльцев и будут востребованы в 2023 году».

Отдельно стоит добавить про ИИ и нейросети. Не за горами их постепенное встраивание в продукты гостеприимства. «Но для успешного применения нейросети нужна Big Data, - предупреждает Александр Галочкин. - У отдельно взятых отелей и даже сетей отелей data не big. Встраивать ИИ и нейросети в свои продукты смогут агрегаторы».

Переворот в сфере туризма, включая внутренний российский рынок, коснулся как объектов размещения, так и сервисов бронирования – подчеркивают в 101Hotels.com/ «В 2023 году российские ОТА будут догонять Booking по функционалу, - предсказывает Анна Шамова. - Растить в B2C он им особо не давал, мощно доминировал, и в тени большого дерева наши ОТА были всего лишь небольшими кустами. Сейчас нужно в темпе «допиливать» лояльность, открытое API, взаимодействие с гостем, внедрять оценки, отзывы и прочее. ОТА начнут активно набирать свою программу лояльности. Этакую разновидность Genius».

«Шанс на успех у отечественного ОТА может быть только при наличии трех критериев: готовая технологическая база, большие бюджеты на продвижение и уже существующая релевантная клиентская база, - продолжает эксперт. - Если хоть что-то одно отсутствует, то, увы, стать «русским Букингом» шансов нет. Гонка будет среди четырех-пяти ОТА, через пару лет останется два основных лидера. Но если вдруг Booking вернется в перспективе одного года - двух лет, то лидер будет один».

Мега-тренд: безопасность отдыха и поездок

Речь о безопасности во всех отношениях – это и безупречная чистота в отелях, и эпидемиологическая защита гостей (кварцевание, обеззараживание и т. д.), и анти-террористические меры (об этом неохотно говорится вслух, но этому вопросу отельерам необходимо уделять отдельное внимание).

Немало нового 2023 год может принести и в вопросах оснащения и дизайна номеров. Разумеется, Hotelier.pro в своих публикациях в 2023 году еще вернется к анализу трендов на рынке гостеприимства.

Материал Баскакова П.

<https://hotelier.pro/news/item/nashi-mega-trendy-2023-na-rynke-turizma-i-gostepriimstva/>

Тренды гостиничного бизнеса в 2023 году

События 2022 года изменили туристическую индустрию: то, что работало раньше, не работает сейчас. Гости стали искать новые каналы бронирований, больше доверять официальным сайтам и ценить персонализацию.

Собрали для вас пять трендов гостиничного бизнеса в 2023 году, которые помогут вам развиваться и быть на одной волне с гостями.

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

Фокус – Москва и столичный регион

1. Загородный отдых

Загородный отдых начал набирать популярность еще в 2020 году: многие самоизолировались за городом во время пандемии. С тех пор эта тенденция остается, но добавляются тренды на формат отдыха — он становится более комфортным и современным.

Чтобы соответствовать запросам гостей, загородные объекты делают ребрендинг и предлагают уникальные услуги. Например, загородный клуб «Утрау» стал предлагать гостям барбекю-сети при аренде мангала, для усиления спа — меню массажей и спа-процедуры без проживания.

Подробнее о том, как «Утрау» смог увеличить ежемесячный доход объекта в 4 раза, поднять загрузку на 67%, а доход от спа — на 230%, читайте в кейсе или смотрите видео.

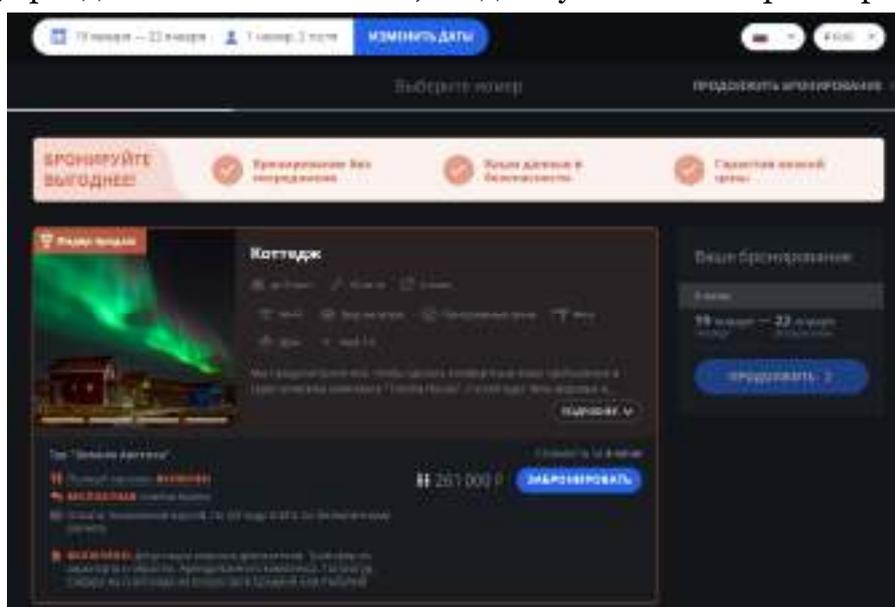
«Еще сохраняются тенденции на небольшое окно бронирования в 2–3 недели, остается высокий спрос на семейный отдых, более явная конкуренция с курортными объектами. А также — что основными донорами остаются города-миллионники: большая концентрация загородного отдыха именно вокруг них», — отмечает Светлана Чернова, директор по работе с загородными отелями и базами отдыха в TravelLine.

2. Пакетные туры

Если раньше в пакетный тур входили перелет, питание и проживание, то теперь гости хотят впечатлений — экскурсии, мастер-классы, катание на коньках, собачьих упряжках, ужин с традиционной кухней под живую музыку.

У гостей есть запрос на необычный отдых и отдых, заточенный под особенности региона — природу, традиции, кухню. Люди хотят больше знать о том месте, где проводят время. Это новый формат пакетных туров: вы полностью составляете программу, продумываете все развлечения за туриста и продаете готовый пакет впечатлений.

Например, туристический комплекс Tundra House на Кольском полуострове предлагает гостям забронировать не только проживание на территории, но и готовые туры. В программе туров — сафари на снегоходах, дегустация морских деликатесов, аренда банного комплекса, обеды и ужины от шеф-повара.



Гость может прочитать программу тура на сайте, а потом сразу перейти к бронированию

3. Персонализация

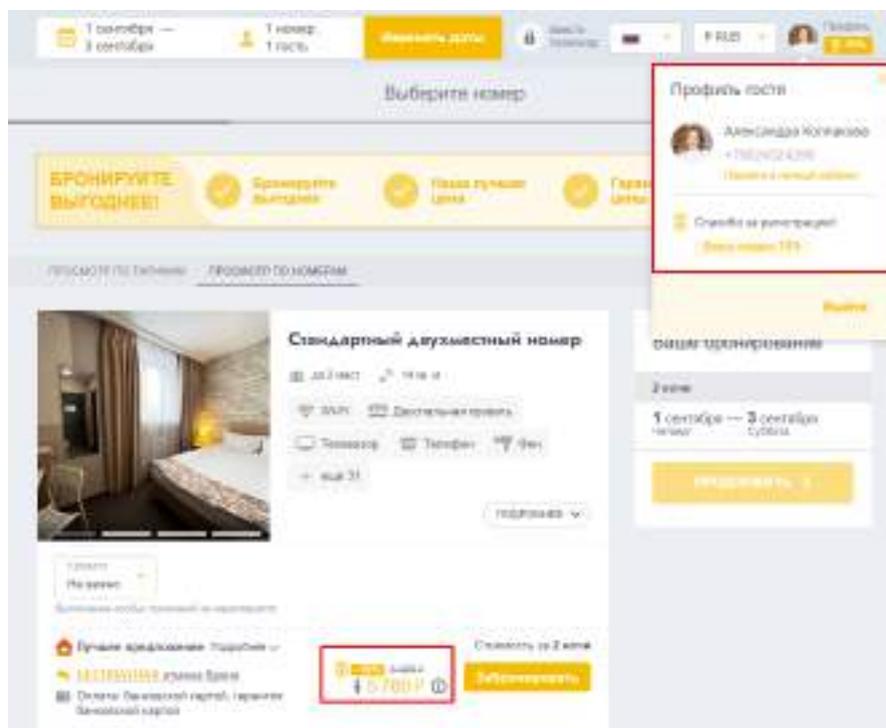
Сама по себе персонализация как тренд — вещь уже не новая: о ней говорят больше пяти лет. Сейчас мы выделяем тренд, который вырос из этого, — автоматизацию персонализированной работы с гостем. Отельные стремятся повысить число постоянных клиентов, при этом максимально оптимизировав рабочий процесс.

Начать персонализацию можно с разработки программы лояльности отеля — системы вознаграждения и поощрения гостей, которые часто приезжают в отель, чтобы мотивировать их приезжать еще чаще. Чем выше уровень гостя в программе лояльности, тем больше скидка на проживание или другие привилегии.

Зачем отелю программа лояльности: ответы на частые вопросы

Например, сеть отелей Norka разработали свою программу лояльности и запустили ее на сайте через модуль бронирования TL: Booking Engine. Фишка этой программы — в автоматизации: гостям не нужно иметь при себе карту лояльности, чтобы получить скидку. Достаточно просто зайти на сайт отеля и залогиниться в модуле бронирования по номеру телефона.

Кейс отелей Norka: как вывести программу лояльности гостей на новый уровень



Гость получит скидку, согласно своему уровню в программе лояльности, прямо при бронировании на сайте, а отелю не придется делать скидки вручную

Следующий уровень персонализации — работа с базой гостей. Важно разделить ее на сегменты и отправлять персонализированные предложения. Например, семьям с детьми — рассылку с акцией «Семейные выходные», сноубордистам — информацию об открытии горнолыжного сезона и небольшую скидку на проживание или ски-пасс.

Команда TravelLine уже работает над инструментом, который поможет вам сегментировать базу, а потом отправлять точечные рассылки гостям. Следите за новостями в нашем Телеграм-канале. ;)

4. Борьба ОТА за гостя

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

5 марта 2022 года онлайн-продажи в России перезапустились: вслед за сервисом аренды жилья Airbnb работу приостановил Booking.com. Гостям и отельерам пришлось быстро перестраиваться: гости стали искать замену Букингу, отели — новые источники броней.

Наш гендир Саша Галочкин считает, что в 2023 году российские ОТА будут догонять Букинг по функционалу, бороться за гостя и лидерство на рынке. Вот как он комментирует этот тренд:

- Наши ОТА сейчас активно догоняют Букинг по функционалу: действительно, расти в B2C он им особо не давал, мощно доминировал, и в тени большого дерева наши ОТА были всего лишь небольшими кустами. Сейчас нужно в темпе допиливать лояльность, открытое API, взаимодействие с гостем, оценки, отзывы и прочее.

- Три критерия, которые позволят ОТА стать лидером в России: шанс на успех у отечественного ОТА может быть только при наличии трех критериев: готовая технологическая база, большие бюджеты на продвижение и уже существующая релевантная клиентская база. Если хоть что-то одно отсутствует, то увы, стать русским Букингом шансов нет.

- Гонка отечественных ОТА: гонка будет среди четырех-пяти ОТА, через пару лет останется два основных лидера, все по классике от Джека Траута. Но если вдруг Букинг вернется, то лидер будет один.

- Программа лояльности для гостей: ОТА начнут активно нарабатывать свою программу лояльности. Пример — баллы Плюс на Яндексе: бронируешь отель, потом баллами платишь за такси. Этакая разновидность Гениуса.

- Big Data для персонализированной выдачи: ОТА научатся и начнут использовать свою Big Data для персонализированной выдачи. Букинг это мастерски делал последние годы.

Самый актуальный топ-10 каналов в России — в дашборде TravelLine. В нем вы можете выставить фильтр по региону, звездности и номерному фонду, чтобы получить максимально точный рейтинг для вашего объекта.

5. Прямые продажи

Доля прямых продаж в 2022 году увеличилась вдвое. Гости стали больше доверять официальным сайтам отелей благодаря акции с кешбэком от Ростуризма и уходу крупных игроков с рынка онлайн-дистрибуции. Подробнее о том, как клиенты TL сделали ставку на прямые продажи и не прогадали, читайте в нашем блоге:

Материал Александра Галочкина, основателя и CEO TravelLine

<https://www.travelline.ru/blog/trendy-gostinichnogo-biznesa-v-2023-godu/>

Пять трендов BUSINESS TRAVEL 2022

Эксперты компании «Аэроклуб», лидера рынка делового туризма подвели итоги 2022 года и назвали топ-5 трендов отрасли на фоне трансформации политической и экономической ситуации в России.

Исследование показало, что к наиболее значительным колебаниям спроса на командировки привели уход с российского рынка зарубежных компаний и трансформация международных брендов.

Среди глобальных компаний-клиентов «Аэроклуба» порядка 38% изменили название, отделились от головного офиса и существенно обновили внутренние политики; около 22% изменили название, отделились от глобального офиса, но в тоже время сохранили прежние корпоративные процедуры; не более 15% не вводили вообще никаких изменений. При этом 25% компаний объявили об уходе с

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

Фокус – Москва и столичный регион

российского рынка, но вместе с тем некоторые из них фактически сохраняют офис и штат сотрудников и находятся в режиме ожидания более устойчивой ситуации на рынке.

При этом только порядка 9% глобальных брендов в 2022 году увеличили объем деловых поездок по сравнению с 2021 годом и 20% сохранили количество командировок на прежнем уровне. Преобладающее число зарубежных компаний, работающих на российском рынке (61%), снизили объем бизнес-поездок в среднем на 35% к 2021 году, а у 10% клиентов спрос упал до нуля — в том числе, по причине полного ухода с российского рынка.

Обратная тенденция наблюдается со стороны локального бизнеса: в 2022 году зафиксирован существенный рост объема заказанных российскими компаниями услуг — на 30% к 2021 году, что соответствует показателям «эталонного» 2019 года. Подобная динамика свидетельствует о необходимости в условиях санкций налаживать новые партнерства, выстраивать логистические цепочки и искать новые рынки сбыта.

Обеспечение максимального объема контента в условиях закрытия авиасообщения с Европой, выхода международных авиакомпаний из BSP Россия и блокировки российских карт стало главным требованием клиентов к агентствам делового туризма.

«Устойчивость к внешним изменениям, наличие договоров с зарубежными партнерами в иностранных BSP, возможность не просто предлагать альтернативные сценарии поездки, но оформлять билеты любых авиакомпаний на востребованные маршруты и проводить любые платежи стало основным преимуществом поставщика на фоне санкций и гарантией обеспечения бесперебойной командировочной активности клиента. Этот год стал действительно уникальным с точки зрения поиска новых решений и расширения границ возможностей», — поделилась Юлия Липатова, управляющий директор компании «Аэроклуб».

Новые стандарты коммуникации с клиентом — скорость, персонализация и омниканальность — требуют от агентств делового туризма новых подходов к сервису.

«Сегодня мы говорим о возможности оформить заявку на командировку не только в онлайн-системе, почте или по телефону, но и из любого мессенджера, будь то WhatsApp, Telegram или встроенный корпоративный чат, — рассказывает Юлия Липатова. — Сотрудники клиента не приемлют формальных ответов, поэтому эмпатия и человеческое общение стали неотъемлемой частью сервиса. При этом ответ на запрос должен быть не только максимально персонализированным, но и быстрым — пометка «срочно» (не более 15 минут на обработку запроса) в 2022 году стояла в 53% обращений».

Эксперты «Аэроклуба» отмечают, что 39% сообщений деловых путешественников по всем каналам коммуникации поступило в ночные часы и/или праздничные и выходные дни и было обработано службой 24/7 — доля таких сообщений выросла на 18% по сравнению с 2021 годом, при этом на них пришлось 21% от всех оформленных услуг.

Тренд на сокращение горизонта планирования командировок, появившийся в «пандемийном» 2020 году, сохранился и в 2022. Обеспечение потребностей бизнеса «здесь и сейчас», а также максимальная гибкость по отношению к внешним обстоятельствам стали важнее корпоративных процедур. Поэтому если в 2019 году 45% зарубежных и 31% внутренних командировок оформлялось более чем за 14 дней до планируемой даты поездки, то сейчас это требование исключено из политик многих компаний, в результате чего почти 60% деловых поездок оформляется менее чем за 7 дней до отправления.

Стремление бизнеса упростить процесс оформления командировок, исключить «ручные» операции, сократить время работы сотрудников и, как следствие, оптимизировать расходы на деловые поездки привело к самому большому за последние годы всплеску спроса на автоматизацию бизнес-процессов — он составил 46% к 2021 году. Наиболее востребованными стали проекты, обеспечивающие передачу информации по API, интеграцию с кадровыми и бухгалтерскими системами клиента и переход на полностью «бесшовный» процесс оформления деловых поездок на одной платформе.

Сохранился тренд на рост доли онлайн-заказов, которая в 2022 году составила 68% (+7% к 2021 году, +9% к 2020 году и +12% к 2019 году). При этом онлайн в прошлом году оформлялось 73% отелей, 71% железнодорожных и 59% авиабилетов.

Обеспечение кибербезопасности также вошло в число наиболее востребованных ИТ-проектов 2022 года. «На фоне сообщений из различных отраслей об участившихся случаях хакерских атак и сливов баз данных, клиент ожидает от агентства делового туризма не только гарантии сервиса, но и гарантии безопасности своих денег, данных и сотрудников», — рассказала Юлия Липатова.

«Можно с уверенностью прогнозировать, что тренд на технологичность командировок сохранится и в 2023 году. Автоматизация обеспечивает сразу несколько требований бизнеса: оптимизацию расходов, эффективность, гарантию безопасности. По-прежнему будут востребованы вариативность выбора и гибкие условия бронирования. Среди перспективных трендов мы прогнозируем рост запросов на новые финансовые инструменты, такие как виртуальные карты, повышение спроса на квартиры и апартаменты для длительного проживания вместо отелей, а также новый для России тренд на «экологичные командировки», который предполагает как внедрение соответствующих инструментов отчетности и контроля, так и расширение спектра «безбумажных» сервисов», — подвела итог эксперт.

<https://hotelier.pro/news/item/pyat-trendov-business-travel-2022/>

Сергей Бачин: "Санкции не мешают строить и развивать гостиничный бизнес в России"

Генеральный директор компании "Васта Дискавери" Сергей Бачин – один из ведущих в России девелоперов и инвесторов объектов гостиничной и туристской инфраструктуры. Среди реализованных им проектов – курорты "Роза Хутор", "Ярославское взморье", "Завидово" и другие. О том, каким стал 2022 год для внутреннего туризма, как влияют санкции на строительство туристских объектов, и почему снижение глубины бронирования выгодно владельцам отелей, бизнесмен рассказал portalу "Интерфакс-Туризм".

– Как вы оцениваете ситуацию во внутреннем туризме по итогам 2022 года? Как она складывалась на тех курортах, которыми вы управляете?

– Туристическая отрасль в России неплохо развивается. Если сравнить спрос на наши туристические услуги в этом году и в прошлом, то он однозначно выше. Особенно там, где рядом есть большой мегаполис.

Мы отвечаем за несколько групп проектов, это и уже работающие курорты, и строящиеся, и те, которые пока находятся на стадии планирования. В первую очередь, это проекты, владельцем которых является "Интеррос", дальше проекты "Норникеля" и собственные.

Все работающие курорты пользуются спросом, при этом самый большой рост сегодня – у тех проектов, которые находятся недалеко от Москвы: "Завидово" в Тверской области и "Бухта Коприно" в Ярославской. Если говорить про удельный рост спроса, то там он самый большой. Но в целом рост спроса наблюдается везде. И

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

Фокус – Москва и столичный регион

я бы отдельно выделил категорию туристов, которая очень сильно выросла в этом году – это турист на автомобиле, который может удовлетворить свои потребности путешествовать, не садясь в самолет. Этот сегмент прямо прыгнул вперед.

Ситуация, которая сейчас сложилась, может быть в целом вызывает сложности у тех, кто хотел бы свободно путешествовать по всему миру, но не надо забывать, что у нас колоссальная часть населения с достатком средним или выше среднего, которая переориентировалась на внутренний туризм. И думаю, что эта тенденция сохранится по крайней мере в ближайшие пару-тройку лет. Поэтому мы считаем, что сейчас особенно интересно развивать внутреннюю туристическую инфраструктуру.

– При этом все отельеры и туроператоры говорят о снижении глубины продаж.

– Да, глубина бронирования изменилась. Сейчас все время кажется, что мы будем через месяц или два стоять пустыми. Но за две недели или даже за два дня бронирования происходят. В итоге ожидания не самые оптимистичные, а получается не хуже, чем в прошлые годы.

Берем, например, курорт "Завидово" и смотрим, что получилось за этот год. Все время глубина бронирования небольшая, а по факту гостей больше. В той же "Роза Хутор" в Сочи мы ожидаем загрузку на уровне прошлого года, несмотря на рост продаж в последний момент. Есть неуверенность в обществе, что произойдет через два-три месяца, и не так радостно люди бронируют отдых заранее. Но если они видят, что время отпуска подходит, ситуация спокойная, то его не отменяют и все равно едут отдыхать. С точки зрения бизнеса это даже лучше. Если весь год глубина продаж меньше, но общая загрузка такая же, то доход от одного и того же продукта больше, потому что его покупают позже и не получают возможные скидки за раннее бронирование. Да, для нас это означает некую неуверенность, продадим или не продадим номера, но в итоге дает дополнительно 5-10% прибыли, хотя цены не повышаются.

– По оценкам некоторых туроператоров, рост внутреннего туризма в этом году был меньше, чем можно было ожидать с учетом закрытия большинства направлений выездного туризма, за счет вымывания дешевого сегмента. Вы с этим согласны?

– Я считаю, что дешевый сегмент действительно частично ушел, но произошла сдвигка. Как мы сегментируем? Мы говорим, что есть дешевый сегмент, средний и люкс-сегмент. А я еще один добавляю сверху, назовем его "склонные к зарубежному дорогому туризму". И у нас получилось, что средний сегмент частично перешел в более дешевый, люксовый перешел в средний, при этом люксовый сегмент заняли те, кто много времени проводил в Европе и других странах. Это видно не только в туризме, но и по покупкам недвижимости на наших объектах. Появилась целая группа состоятельных людей, которые раньше не рассматривали покупку чего-либо на российском курорте. У них в голове были Испания или Италия. Сейчас они рассматривают такую возможность.

Поэтому если в целом на турпоток смотреть и внутренний, и зарубежный, он стал меньше, но за счет того, что спрос на отдых за рубежом уменьшился, внутри России мы наблюдаем столько же или даже больше туристов. У нас больше загрузка, и у нас за счет более поздних бронирований выше доходы.

– А как чувствуют себя ваши проекты в сфере туризма, которые находятся в стадии реализации?

– Если посмотреть на все наши туристические проекты, мы не просто не сокращаем инвестиции, но даже немного их увеличиваем. Все проекты, о которых мы заявили, в работе и будут реализованы. Ближайший объект, который введем в эксплуатацию, – это новая гостиница "Коприно Плаза" на 125 номеров в парк-отеле "Бухта Коприно". Она откроется и примет гостей уже в середине лета следующего года. Этот проект получил по 141 постановлению субсидирование процентной ставки, мы его успешно строим и уже понимаем, что вернем кредит быстрее, чем планировали.

Следующий проект в стадии реализации – это "Завидово парк". Стройка идет по плану, и я очень оптимистично отношусь к этому проекту: в январе 2025 года он должен быть открыт для туристов. Этот проект мы ведем совместно с корпорацией "Туризм.РФ" и "ВЭБ РФ" – ведущим институтом развития в нашей стране, для которого участие в инфраструктурных туристических проектах является одним из приоритетных направлений.

Следующий ближайший к реализации проект – Парк "Три вулкана" на Камчатке, основным инвестором которого является "Интеррос". Мы находимся в Главгосэкспертизе, предполагаем весной оттуда выйти, уже приступили к подготовке стройплощадки, и к началу 2024 года запустим полномасштабную стройку.

Масштабы проекта и инвестиции в него будут даже несколько больше, чем было заявлено раньше, во всем – и по количеству мест проживания, и по числу возможных активностей. Например, мы добавили уникальное проектное решение, которое не реализовано нигде в России. Центральная деревня "Сопка Горячая" будет стоять на стилобате, и весь транспорт, загрузка–разгрузка, технологические решения будут происходить не на улице, а в цоколе на минус первом этаже. Это было специально сделано с учетом того, что зимой на Камчатке очень глубокий снежный покров, чтобы не сталкиваться с проблемой очистки улиц от снега. А верхняя часть стилобата, где пешеходные улицы, будет дополнительно прогреваться термальной водой, как это делают в Исландии. То есть круглый год будут чистые тротуары, а весь автомобильный трафик под землей. В России ничего похожего нет, и я думаю, что наши гости по достоинству это оценят.

Следующий проект – это "Долина Васта", которую иногда называют "Роза Хутор-2". Мы сейчас занимаемся проектированием, все основные концептуальные решения уже приняты, строительство планируем начать в 2024-2025 годах. Этот проект также финансирует "Интеррос" как основной инвестор. И практически во всех наших проектах мы являемся со-акционерами с корпорацией "Туризм РФ".

– Вам стало удобнее работать, когда была создана корпорация?

– Работать стало понятнее. "Туризм.РФ" выполняет роль координатора задач, которые возникают вокруг проекта. Мы же строим не просто гостиницу у существующей дороги или пляжа. Проекты, которые ведет "Васта Дискавери", – это, как правило, "грин филд". Мы начинаем в чистом поле и развиваем всю территорию комплексно. Конечно, очень важны дороги, электричество, коммуникации, канализация, вода. Здесь корпорация выполняет очень большую роль, чтобы в одном месте собиралась, обрабатывалась вся информация и решались задачи по строительству всей сопутствующей инфраструктуры.

На Дальнем Востоке огромную роль играет КРДВ (Корпорация развития Дальнего Востока). И каждый губернатор субъектов, на территории которых мы находимся, – это тоже очень важный участник системных больших проектов. Профильные министерства тоже важны, так как наши проекты – больше, чем просто строительство счетного количества средств размещения, это уровень государственных задач.

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

Фокус – Москва и столичный регион

– Упразднение Ростуризма влияет на вашу работу?

– Агентство не просто ликвидировано, его функции переданы в Минэкономразвития, т.е. это не ликвидация, а реорганизация. У меня есть уверенность, что Минэкономразвития станет плавным правопреемником агентства по туризму. Конечно, любая реорганизация требует времени. Например, сейчас мы ждем возобновления системной работы госструктур по 141 постановлению, так как рассчитываем на субсидирование процентной ставки для наших проектов. Пока эта работа приостановилась, но я надеюсь, что через пару месяцев, после окончания переходного периода Минэкономразвития ее продолжит.

Возвращаясь к нашим планам, у нас есть проекты за полярным кругом, в Мурманской области, Красноярском крае, их инвестор – "Норильский никель". "Валла-Тунтури" на берегу Баренцева моря уже реализуется, на первом этапе введен в строй круглогодичный парк-отель "Китовый берег". Это единственный подобный туристический объект в Русском Заполярье, побывавшие там гости оставляют самые восторженные отзывы. В 2023 году планируем "Китовый берег" расширять. Сейчас также решаем инфраструктурные вопросы – дорога, электричество. В дальнейших планах комплексный проект – туристическая деревня, сеть маршрутов и троп, различные активности.

Туристический комплекс "Затундра" вблизи плато Путорана в Красноярском крае – это еще один проект, где основной инвестор "Норильский никель". Для жителей Норильска и гостей Заполярья создается сеть уникальных туристических маршрутов с кемпингами и приютами. Этот проект мы также постоянно улучшаем и добавляем средства размещения.

В рамках проекта "Архипелаг Онекотан" приступили к строительству гостиницы "Эбеко" в Северо-Курильске на острове Парамушир. Через два года введем ее в эксплуатацию, и это будет первая качественная гостиница на Северных Курилах. Хочу подчеркнуть, что мы работаем только на Северных Курилах, которые очень близки к Камчатке. Туда проще попасть именно с Камчатки, а не из Владивостока или Сахалина. Расстояние между южными и северными Курильскими островами – почти 1,5 тыс. км, как от Москвы до Сочи. Мы концентрируемся, и наша зона развития – это Камчатка и прилегающие к ней Северные Курилы.

В 2026 году мы планируем освоить, сделать доступным для туристов первый остров Парамушир, а дальше каждый год или два добавлять по острову, на которых есть интересные локации. Например, на острове Онекотан замечательный вулкан Креницына, он находится в озере Кольцевом, а само озеро – в кальдере вулкана большего размера. Собираемся и там построить гостиницу, причальные сооружения для небольших катеров и яхт.

– Вы думаете, эти проекты окупятся с учетом, что они явно рассчитаны на дорогой, не массовый туризм?

– Большинство наших проектов ориентировано на широкую аудиторию туристов. Но есть и эксклюзивные предложения, которые рассчитаны на небольшой турпоток. Небольшой поток очень богатых гостей для окупаемости часто лучше, чем большой поток небогатых. Камчатка – это народный проект, массовый, а Северные Курилы – это эксклюзивный туризм. Мы работаем в разных сегментах.

– "Туризм.РФ" участвует в северокурильском проекте?

– "Туризм.РФ" поддерживает те проекты, которые подразумевают массовый туризм. Поэтому на Камчатке мы работаем вместе с госкорпорацией, а Северные Курилы – наш собственный проект. Плюс мы занимаемся развитием

экспедиционного круизного туризма на Дальнем Востоке. Это значит, что мы будем делать ежегодно круизы одного, а позже двух кораблей вдоль Курильских островов.

Летом 2022 года мы уже провели 6 пробных круизов на теплоходе "Профессор Хромов", с 2023 года планируем до 10-15 круизов за сезон. "Хромов" – пассажирское экспедиционное судно, которое находится в ведении Минприроды, и мы его фрахтуем на летний сезон. Все круизы будут выполняться из Владивостока до острова Врангеля, но по нескольким маршрутам – между Владивостоком, Южно-Сахалинском, Петропавловском-Камчатским, Бухтой Провидения, внутри Охотского моря.

– Прежде подобные дорогие круизы покупали в основном иностранные туристы, сейчас их заменили россияне?

– Да, сейчас покупают в основном российские граждане. Эта тема не очень раскрыта, но мы ей занимаемся. У иностранных туристов такие круизы тоже никогда не были массовыми, экспедиционный туризм всегда эксклюзивный. И у нас в России достаточное количество людей заинтересованы в таком туризме. Раньше они пользовались иностранными судами, сейчас мы хотим переориентировать их на наши.

В основном наши клиенты – это люди активные, так как сама суть этих круизов – не просто наблюдение за птицами или животными, это высадки на территорию, трекинг по острову к вулкану, который может составлять и 5, и 7 км. Это активная история, и она не подразумевает пятизвездочного сервиса на корабле. Мы должны предоставлять услугу качественную и безопасную, но не стремимся, чтобы это были очень дорогие каюты с отделкой деревом. У нас другой акцент. Мы продаем не корабль, а эксклюзивное место, куда корабль может подойти и показать природу. У нас есть договоренность с Минприроды, чтобы мы могли посещать уникальные локации на заповедных территориях.

– Сколько стоят такие круизы?

– Порядка 300-400 тыс. рублей с питанием на неделю на человека в зависимости от типа размещения.

– На Восточном экономическом форуме в сентябре вы говорили, что для развития экспедиционных круизов в России остро не хватает судов и предложили использовать для этих целей научный флот.

– Такая проблема действительно есть, сейчас мы решаем ее фрахтом существующих судов. По большому счету, на Дальнем Востоке всего два судна, подходящих для этих целей, но им за 30 лет. Поэтому если мы говорим про развитие, в России должна быть разработана программа специального финансирования строительства круизных экспедиционных судов. Потому что через пять–семь лет надо вводить в эксплуатацию современные суда. Я допускаю, что мы выступим инициаторами реализации подобной программы.

– Влияют ли введенные против России Европой и США санкции на сроки реализации ваших проектов?

– Когда появились санкции, часть поставщиков, например, вентиляционных систем, некоторых отделочных материалов, ушла из страны. Но, так или иначе, все эти вопросы уже решены. И в целом у нас поменялись поставщики, но это не значит, что они все стали неевропейские. Есть и европейские, и североамериканские. Если какая-то группа товаров не попала под санкции, они все равно поставляются в соответствии с законом. А те, что попали, заменены другими производителями. И турецкими, и азиатскими. Я не вижу в строительстве отелей каких-либо позиций,

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

Фокус – Москва и столичный регион

которые не могут быть заменены. Санкции не мешают строить и развивать гостиничный бизнес.

Все решается. Многие вопросы решаются внутри РФ: например, такие, как поставки предметов интерьера, мебели, и я не думаю, что визуально гости смогут определить, кто производитель. За те годы, что Россия была открытой, мы много впитали, многому научились, и все это работает.

– Получается, что у вас нет проектов, которые бы пострадали из-за текущей экономической ситуации? Нужна ли вашим стройкам какая-то дополнительная поддержки от государства?

– У нас нет. Некоторые из них видоизменились с точки зрения материалов и комплектующих. Но внешние характеристики, объемы проектов никак не изменились.

Говоря о поддержке, в круизном туризме нужна субсидия на топливо, потому что те суда, которые у нас есть, очень неэффективны с точки зрения топливной составляющей. В остальных сферах мы неоднократно обращались с предложениями, и они все прорабатываются так или иначе.

Я бы лишний раз подчеркнул, что принятое в феврале 2021 года правительством постановление №141, по которому субсидируется процентная ставка для инвесторов в туристскую инфраструктуру, является самым важным, ключевым элементом того, чтобы внутренний туризм в РФ развивался. Не надо создавать новые механизмы, надо поддерживать старый механизм, который уже создан. Очень важно, сколько Минфин выделяет субсидий под это постановление, чтобы не получилось его выхолащивания: механизм есть, а финансирования под него нет.

– Существует ли какая-то угроза финансированию ваших проектов по 141 постановлению?

– Мне трудно однозначно сказать, потому что сейчас переходный период между Ростуризмом и Минэкономразвития. Старая история закончилась, а новая должна заработать с марта-апреля, и тогда станет понятно, как это работает, с каким финансированием. Наши проекты хорошо подготовлены и есть большая доля вероятности, что при отборе они будут в первой пятерке или десятке, благодаря чему нам хватит финансирования.

Но я бы убрал из постановления возможность пользоваться им проектам в Москве, Петербурге, всех областных центрах. Наша задача – развивать новые дестинации и точки притяжения. А гостиница в центре Москвы формально подпадает под постановление, но оно создавалось не для того, чтобы внутри Садового кольца построить еще 2–3 гостиницы. У них экономика сростается и без субсидирования процентной ставки. С точки зрения возврата вложенных средств самое выгодное – вдоль МКАДа открывать мотели. Формально ты строишь средство размещения, но тебе не надо никакую инфраструктуру развивать: есть электричество, канализация, работай себе с дешевым капиталом. Но это никак не связано с туризмом, и должны быть критерии, которые подобные проекты отбраковывают.

Поэтому на мой взгляд оптимально для Минфина – не столько сокращать общее количество субсидий, сколько убрать несколько центральных регионов, которые могут развиваться и без поддержки государства.

– В какие туристические объекты, по вашему мнению, сейчас есть смысл вкладываться инвесторам?

– По сравнению с тем, что было два или три года назад, ничего не изменилось. Надо ориентироваться на то, какой сегмент подходит к тому месту, где ты строишь.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Самый экономически состоятельный курорт – это курорт в лучшем месте недалеко от мегаполиса. Он всегда экономически выиграет по сравнению с тем, который расположен просто в хорошем природном месте. В России под мегаполисом подразумевается Москва и частично Санкт–Петербург. Минимум до 60% клиентов на любом курорте в любой части России дает Москва. Еще процентов 20% Санкт–Петербург и оставшиеся 20% приезжают со всей России. Москва настолько превалирует с точки зрения спроса, что ни один другой город с ней не сравнится.

Курорты, которые близки к Москве и хорошо расположены – лучший вариант с точки зрения экономики. Пример – наше "Завидово": 100 с небольшим км от Москвы, легкая транспортная доступность и большая вода, так как это место, где Волга ближе всего подходит к столице.

Безусловно, для туристов всегда будут интересны курорты в уникальных природных локациях, очень важен для России и сегмент пляжного отдыха.

– Каков ваш прогноз по поводу развития внутреннего туризма в 2023 году?

Мы конечно зависим все от неких политических событий. Но если не будет какого–то шока, я прогнозирую, что 2023 год в туризме будет лучше 2022. Потому что происходит привыкание к ситуации, которая в 2022 году была новой. То, что сейчас происходит, – следствие шока: он произошел – поведенческая модель изменилась. Если новых не будет, то мы вернемся к прежней модели поведения, увеличится глубина бронирования. И те, кто откладывали отдых в расчете, что ситуация изменится, они тоже привыкнут и будут ездить отдыхать. Поэтому моя оценка, что 2023 год не очень существенно, но на 5-10% будет лучше 2022.

<https://tourism.interfax.ru/ru/interview/interview/94309/>

Оценки и отзывы об отелях vs классификация и звёздность

Что происходит с отзывами и оценками отелей после выхода иностранных ОТА и отельных сетей? Продолжаются споры, что важнее гостя, что больше влияет на его выбор, звёздность отеля или отзывы о месте размещения. Достаточно небольшое по выборке исследование на 6000 респондентах в Европе дает однозначный ответ.

Отзывы и рейтинг в агрегатах ли, на ОТА или на сайте отеля превалируют над звёздностью. То есть, при прочих равных, потенциальный гость может выбрать отель с меньшим количеством звезд если отзывы о нем и общий рейтинг будут сильно выше более статусного конкурента.

Нужно отметить, что в России до ухода booking, именно этот ресурс был важнейшим источником откликов и рейтинга отелей. Да, популярность этого американского ОТА была крайне высокой на территории России.

Далее (и ниже по значимости) шли разные для разных типов объектов сервисы:

- карты (Yandex и Google)
- tripadvisor
- сайты международных сетей, которые имеют свою систему отзывов и их публикации
- прочие "отзовики" и небольшие ОТА (ostrovok, 101отель и пр.). Их доля и совокупный вес и влияние на выбор были ниже, чем у booking.

Дилемма гостя

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

Фокус – Москва и столичный регион

Сейчас у гостя в России дилемма. Где смотреть релевантные, реальные подтвержденные отзывы? У отеля проблема, как получить реальную обратную связь и какие отзывы опубликовать?

Ни для кого не секрет, что оставить отзыв на booking или на сайте сети отелей (кроме российских, там вообще нет такого функционала) невозможно было без реального проживания. Исключения могли просачиваться, но это доли процента и картины не меняло.

К примеру, на сайте самого крупного российского отельного бренда - Azimut, вы не найдете никаких отзывов или оценок по их отелям. У Cosmos Hotels то же самое. Отправляют ли они гостям анкеты? Возможно и даже очень вероятно. Я просто никогда не останавливался в этих отелях.

Схема работает так: если ты бронируешь через booking или напрямую в любимой сети отелей (международной), выезжаешь с теми или иными впечатлениями и тебе через приложение и на электронную почту поступает просьба дать оценку и оставить отзыв. В случае с сетями - дается две опции опубликовать для всех на сайте сети или же просто отправить. При этом выставленные оценки повлияют на средний бал в любом случае. В случае с ОТА ваша оценка и отзыв (если вы его написали) в любом случае будет опубликованы и пойдет в зачет для расчета среднего бала.

Причины и следствия

На самом деле реализовать такую систему внутри сети не так и просто. Это достаточно трудоемко и затратно, а экономический эффект отложен во времени и его невозможно оценить заранее. Вернее, его и не будет прямого. Поясню - booking и подобные системы работы и публикации отзывов у международных сетей были в том числе интегрированы с PMS отеля. Кому это надо, если качественной российской PMS до сих пор нет? Есть разные, но все они настолько кривые поделки пока, что ориентироваться на них не стоит. Разработать качественную PMS, дорого и коммерчески для одного российского рынка не выгодно.

Мы видели кейс с ОС Аврора, а это операционная система, с намного большим потенциалом к масштабированию даже внутри России, а не какая-то там систему управления отелем. Причины, почему никто этого не делает можем разбирать долго, но пока мы там где мы есть. Придётся копаться в тоннах отзывах на сервисах карт и tripadvisor, где могут быть тысячи левых отзывов от людей которые мимо даже не проходили.

Материал Якова Адамова

https://adamov.expert/otzyvy_otsenki_otelei_segodnya

В России появился сервис для бронирования отдыха на природе Naturalist.travel

В России появился особенный сервис онлайн-бронирования жилья на природе Naturalist.travel: пользователи могут выбирать глэмпинг, кемпинг или эко-отель по виду активностей и источнику впечатлений и, главное, сразу бронировать и оплачивать свой выбор.

В основе идеи «Натуралиста» лежит желание создать проект, который заменит западные сервисы, и предоставит отечественному пользователю большой функционал самого современного инструмента бронирования.

Проект разработан российской командой под руководством Управляющего партнера Николая Сергунина.

«Путь от зарождения идеи до поездки — и есть само путешествие! Задача Натуралиста – с помощью современных технологий сделать этот путь комфортным. Удобный интерфейс, простая регистрация и быстрая оплата позволяют получать приятные эмоции от путешествия с самых первых шагов», — делится Николай Сергунин.

Идеолог и сооснователь «Натуралиста» Вали Ковалевский, в свою очередь, отмечает: «В интернете полно информации, почти у каждого глэмпинга есть свой сайт и соцсети, но желающие найти новые впечатления от комфортного отдыха на природе вынуждены тратить на поиск и бронирование много времени. Это именно то, с чем мы сами сталкивались много лет, ведь команду Натуралиста объединила любовь к природе и увлеченность природным туризмом».

Сегодня на сайте Naturalist.travel размещены только проверенные партнеры. Для удобства пользователей есть готовые подборки по видам впечатлений: у костра, на воде, на велосипеде, на лошадях, с искусством, с романтикой, pets-friendly и другие. На старте проекта в каталоге представлены глэмпинги Подмосковья, но в ближайшее время к ним прибавятся кемпинги, эко-отели, ретрит-центры и другие виды размещения.

Пилотную версию проекта успела оценить президент Ассоциации глэмпингов Жанна Кира: «Проект «Натуралист» от других подобных сервисов отличает ряд преимуществ, включая то, что можно выбирать не только глэмпинг или отель, но и активность. Также здесь очень точно подобран интерфейс именно для той целевой аудитории, которая предпочитает такой вид отдыха и неформальный подход. Команда проекта – молодые предприниматели, которые отлично понимают смежные рынки и смогут очень грамотно развивать платформу. Это проект с новой парадигмой для нового уникального и быстрорастущего рынка. А значит, он будет лучше любых других сервисов».

В планах проекта на 2023-2026 годы — добавить в базу регионы России и страны СНГ, включить возможность бронирования проживания вместе с экскурсиями, развлечениями и необходимым для комфортного отдыха снаряжением.

Одна из приоритетных задач — перевод сайта на английский и китайский языки, а также предоставление возможности оплаты для туристов из-за рубежа.

<https://hotelier.pro/news/item/v-rossii-poyavilsya-servis-dlya-bronirovaniya-otdykha-na-prirode-naturalist-travel/>

Cosmos Hotel Group взяла в управление еще один отель в Сочи

Гостиничный портфель Cosmos Hotel Group (далее – Cosmos HG, входит в Группу АФК «Система») в Сочи пополнился новым объектом. Отель под названием Cosmos Stay Le Rond Sochi располагается в живописном курортном районе поселка Дагомыс, входящем в городской округ Сочи.

Cosmos Hotel Group впервые берет в управление апартамент-отель. К услугам гостей предлагается 458 номеров различных категорий с полнофункциональными кухнями, в которых могут располагаться как семьи с детьми для длительного отдыха, так и бизнес-туристы. Апартамент-отель обладает обширной инфраструктурой, включающей крытый и открытый бассейны, СПА-комплекс, ресторан и лобби-бар под управлением Novikov Group, детскую комнату, спортивный зал, несколько открытых площадок, включая летний кинотеатр. Отель также обладает инфраструктурой для проведения мероприятий. Cosmos Stay Le Rond Sochi имеет собственный пляж на берегу Черного моря.

Отель Cosmos Stay Le Rond Sochi полностью соответствует концепции бренда Cosmos Stay apartments, как за счет развитой инфраструктуры, современной

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

Фокус – Москва и столичный регион

архитектуры, так и интерьерных решений и наполнения номеров для комфортного пребывания гостей.

«Мы уверены, что экспертиза и знание гостиничных услуг, которыми обладает Cosmos Hotel Group позволят нашему отелю открыть новые ниши рынка и занять лидирующие позиции среди сочинских отелей», - отметил генеральный директор ООО «Леронд Девелопмент» Дмитрий Малыхин.

Президент Cosmos Hotel Group Александр Биба заявил: «Открытие отеля Cosmos Stay Le Rond Sochi не только позволит нам расширить свою линейку брендов, но и укрепит позиции Cosmos Hotel Group в наиболее привлекательном курортном районе РФ – Краснодарском крае, где под нашим управлением уже работает Cosmos Sochi Hotel 4*, а в 2023 году откроется Cosmos Adler Hotel 4*. При этом развитая инфраструктура Cosmos Stay Le Rond Sochi позволит обеспечить высокий уровень комфорта гостей и занять лидирующие позиции в данном районе».

<https://hotelier.pro/news/item/cosmos-hotel-group-vzyala-v-upravlenie-eshche-odin-otel-v-sochi/>

4. Юридический практикум для отельеров и вопросы гостиничной безопасности

Генпрокуратура нашла нарушения в деятельности Ростуризма после его упразднения

...И потребовала от Минэкономразвития устранить выявленные недостатки.

Генеральная прокуратура РФ провела проверку деятельности упраздненного в конце 2022 года Ростуризма и выявила в ней нарушения законодательства. Об этом говорится в запросе ведомства на имя Министра экономического развития РФ Максима Решетникова (есть в распоряжении редакции Profi.Travel).

Надзорный орган указывает в документе на ряд нарушений закона 132 ФЗ «Об основах туристической деятельности в РФ». В частности, Ростуризм, по мнению представителей прокуратуры, «не принимал исчерпывающих мер» по созданию благоприятных условий для развития туристической индустрии.

А именно, в документе указано, что не достигнуты целевые показатели: в 9 регионах по объему инвестиций, а в 16 субъектах — по количеству размещенных туристов. В обращении прокуратуры сказано, что Федеральное агентство по туризму не обеспечило ввод в эксплуатацию большинства (21 из 30) запланированных к сдаче объектов туристической инфраструктуры в 2021 году. Хотя многие из этих объектов по факту построены. Остались «хвосты» и по заявленным проектам в 2019-2020 годах.

Кроме того, Ростуризму вменяют недостаточный контроль за выполнением обязательств получателями грантов и субсидий. Кое-где, по мнению специалистов Генпрокуратуры, это вылилось в нецелевое расходование средств. Например, в Карелии вместо запланированного газоснабжения туристического кластера 85 млн рублей потратили на строительство газопровода к жилым домам. Упоминает прокуратура и про систему «Электронная путевка», на создание которой еще предыдущее руководство Ростуризма потратило более 500 млн рублей.

Также проверка показала недочеты в распределении субсидий туроператорам на сумму 51 млн рублей. Так, в 2021 году эти деньги получили даже те компании, которые не отчитались об уплате налогов и страховых взносов. А в механизме субсидирования туроператоров по въезду был нарушен порядок информирования рынка об условиях конкурса. С другой стороны, затягивание процедуры подписания соглашений с победителями грантового конкурса привело к тому, что 25 грантополучателей отказались от денег из-за потери актуальности и удорожания проектов.

В конце письма первый заместитель генпрокурора Анатолий Разинкин просит Решетникова устранить выявленные нарушения, как и условия, которые к ним привели. А также выработать комплекс мер по соблюдению финансовой дисциплины при проведении торгов, расходовании бюджетных средств, оплате товаров, работ и услуг.

Мнение турсообщества по поводу последствий проверки для бывшего руководства Ростуризма разделились. С одной стороны, выявлены достаточно серьезные обвинения, которые при должном рассмотрении тянут на уголовное дело, отмечают эксперты. Показательным примером является корпорация «Кавказ.РФ».

С другой стороны — подобные проверки всегда проводятся после ликвидации ведомств, и найденные нарушения не критичны и совершенно типичны для российской действительности, заявил Profi.Travel юрист в сфере туризма на условиях анонимности.

«Если сейчас взять и проверить любое другое действующее ведомство, нарушение найдутся и в его деятельности. При распределении финансов часто

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

Фокус – Москва и столичный регион

невозможно обеспечить функционал без малейших отступлений от законодательства. Документ датирован 7 ноября. Я думаю, если бы результаты проверки были достаточно серьезными, то уже сейчас было бы известно о предварительном следствии в отношении конкретных лиц. Достаточно вспомнить претензии к предыдущему руководству Ростуризма и необоснованным расходам на электронную путевку, которые ни к чему не привели. Потому что это очень сильно роняет репутацию государственной системы в целом», — отметил собеседник Profi.Travel, предположив, что и в этом случае все ограничится штрафом за нарушения процедуры госзакупок.

Однако судя по тому, что документ адресован одному министру, вполне вероятно, что в нем указаны не все выявленные нарушения, отмечают наблюдатели. Соответственно, полный отчет будет иметь другой вес и другие последствия.

В конечном итоге результат будет зависеть от того, кто дал поручение о проведении этой проверки. Ее мог инициировать сам министр экономического развития Максим Решетников, чтобы избежать претензий за действия своих предшественников и поставить некую временную отсечку. Инициатором также могли быть и президент, и председатель правительства РФ. И в этом случае последствия проверки уже будут иметь более серьезный эффект, как только отчет ляжет на стол заказчику.

Еще одним фактором для проведения проверки, по мнению экспертов, может быть попытка задать для Минэкономразвития высокую планку в вопросе финансовой чистоплотности. «Вероятно, таким образом Решетникову продемонстрировали серьезность задачи», — резюмировал один из собеседников Profi.Travel.

https://profi.travel/news/56608/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_24820_170123

74% отелей не защищены должным образом от киберугроз. Гостиничная индустрия стоит на втором месте по количеству утечек данных, после ритейла

С июля 2018 по июнь 2020 года исследователи Akamai зафиксировали более 100 млрд с хакерских атак с кражей персональных данных. Компания, специализирующаяся на кибербезопасности и облачных решениях, обнаружила 63 млрд инцидентов в отелейной и ритейл-индустриях, сообщает welcometimes.ru.

В «Прогнозном отчете об отелях за 2018-2022 годы» PwC, гостиничная индустрия стоит на втором месте по количеству утечек данных, после ритейла. Эксперты утверждают: 74% отелей не обладают должной защитой от киберугроз.

ПРОГНОЗЫ И ФАКТЫ

Этот отчет оказался пророческим. Так, две из пяти нашумевших атак 2020 года поразили сети отелей. Кибермошенники украли персональные данные 5.2 млн гостей Marriott и 10.6 млн клиентов MGM Resorts. Злоумышленники завладели даже паспортными сведениями и информацией о водительских правах клиентов.

А в начале октября 2021 зафиксирована атака программы-вымогателя, направленная на испанскую сеть отелей Meliá. Хакеры получили контроль над частью внутренней сети и несколькими веб-серверами. В руках киберпреступников оказалась система бронирования номеров.

В середине октября 2021 от атаки пострадала сеть отелей в Таиланде премиум-класса Centara Hotels&Resorts. Хакерская группировка Desorden завладела 400 Гб персональных данных. А ведь эти файлы принадлежали миллионам клиентов по всему миру!

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

Фокус – Москва и столичный регион

В ЧЕМ УЯЗВИМОСТЬ БАЗ ДАННЫХ ОТЕЛЯ?

При бронировании пользователи вводят номера карт на специальном сайте или в приложении. И если в этот момент случится веб-атака, банковская информация попадет в руки к преступникам. Также многие отели запускают программы лояльности, собирают данные клиентов в специальных формах. Организации рассылают электронные письма и SMS-сообщения с напоминаниями и обновлениями. Но при взломе программы лояльности, хакеры получают персональные данные клиентов. Дальше киберпреступники требуют выкуп за эти сведения или продают информацию в темном вебе.

WI-FI – БЕДА ИЛИ БЛАГО?

Как сообщает Hospitality Net, на сегодняшний день главной угрозой безопасности является Wi-Fi соединение. С одной стороны, любой отель должен предоставить беспроводной Интернет гостям. С другой, в гостевых сетях часто находят уязвимости, открывающие портал в мир хакерских атак. Как правило, в гостевом Wi-Fi запрограммированы пароли, которые хакер легко подберет. Учитывая, что программы для взлома Wi-Fi можно за пару долларов купить в темном вебе, это сделает даже школьник. Итак, киберпреступник взламывает Wi-Fi, удаленно подключается к настройкам, заходит в базы данных. Программирует сеть так, как ему заблагорассудится, даже может перенаправлять ничего не подозревающих пользователей на вирусные сайты.

Но у этой проблемы, оказывается, есть простые решения.

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ.

На отеле лежит ответственность за сохранность персональных данных гостей в соответствии с 152 ФЗ РФ «О персональных данных». Поскольку отель является оператором персональных данных, в случае кражи и распространения данных гостей, включая персональные данные и данные платежных карт, отель несет ответственность за их сохранность. Лица, виновные в нарушении требований 152 ФЗ РФ «О персональных данных», несут гражданскую, уголовную, административную ответственность, а на отель может быть наложен штраф до 18 млн рублей!

СТАТУС И ИМИДЖ

Плохие отзывы про безопасность данных в отеле ведут к снижению бронирований. Более 50% гостей не поедут в отель, если узнают, что отель не соблюдает правила безопасности данных (по статистике компании Morfices -системы кибербезопасности).

Одна из причин утечки персональных данных – человеческий фактор.

По данным исследования Лаборатории Касперского около 58% всех киберинцидентов в компаниях (например, утечек данных в открытый доступ или краж денег со счетов клиентов) происходит по вине сотрудников. Чаще всего безопасность фирмы под угрозу ставится не по злому умыслу работников, а из-за неосторожности или незнания.

АНТИТЕРРОР И ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ - ГДЕ СВЯЗЬ?

А связь очень простая.

Дело в том, что требованиями по антитеррористической защищенности гостиниц (п. 16 постановления Правительства РФ №447) и санаториев (п. 16 постановления Правительства РФ №8) установлены соответствующие требования для владельцев и руководителей таких объектов.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Таким объектам предписывается организовать обеспечение информационной безопасности, разработать и реализовать меры, исключая несанкционированный доступ к информационным ресурсам объектов (территорий), применять современные информационно-коммуникационные технологии для обеспечения безопасности объектов, а также осуществлять мероприятия по защите информации.

КАК ВСЕ ЭТО УЧЕСТЬ И ВЫПОЛНИТЬ?

Так как защитить персональные данные гостей отеля, а свой гостиничный бизнес от хакеров и огромных штрафов? Можно ли минимизировать риски утечки персональных данных через специальные правила работы с паролями? Что такое фишинг и как с ним бороться? Как устранить одну из ключевых причин утечки персональных данных — "дырявое" программное обеспечение? Как и где получить знания по основам кибербезопасности? Можно ли самостоятельно исключить дыры в Wi-Fi? Какие технологии применять и к кому обращаться в связи с уходом с рынка многих брендов в сфере информационной и кибербезопасности?

На эти вопросы эксперты сферы информационной безопасности постараются ответить на страницах специального Практического пособия для отельеров и владельцев (руководителей санаториев).

Предлагаем Вам направить разработчикам проблемные вопросы по данной тематике, а также требующие разъяснений стоящие перед Вами актуальные задачи по информационной и кибербезопасности для учета в обновленном Практическом пособии.

https://www.tourismsafety.ru/news_one_7441.html?utm_campaign=ИТОГИ_КОНФЕРЕНЦИИ&utm_medium=email&utm_source=MailoPost

5. Гостиничный рынок за рубежом

На турецком курорте опасаются резкого сокращения количества отелей

Представители турбизнеса в турецком Бодруме опасаются существенного сокращения отельной базы и массового реформирования объектов в комплексы апартаментов. Такой тренд сформировался в результате резкого роста издержек, которые поставили целую отрасль на грань рентабельности, сообщают турецкие СМИ.

По словам президента Ассоциации профессиональных управляющих отелей Бодрума (BOYD) Сабахатина Думана, только за последний год номерной фонд курорта сократился минимум на 10 тысяч спальных мест (около 5 тысяч номеров) в результате того, что комнаты были преобразованы в апартаменты и жилые помещения. В общей сложности, речь идет о нескольких десятках отелей, преимущественно в центральной части Бодрума. Это создает серьезные риски для туристической индустрии всего региона.

В качестве основной причины такого тренда глава BOYD называет резко возросшие операционные расходы отелей. В результате перед собственниками встает непростой выбор: либо поднимать цены на проживание с риском потерять клиентов, либо реформировать свои объекты под долгосрочную аренду и переложить значительную часть операционных расходов на арендаторов.

«Чрезмерный рост цен на продукты питания, повышение тарифов на электроэнергию, повышение минимальной заработной платы на 50%, сокращение туристического спроса в результате продолжающегося конфликта между Россией и Украиной, нехватка в провинции рабочего персонала из-за чрезмерного роста цен на аренду жилья, повышение акцизов на спиртные напитки и даже неопределенность относительно даты президентских выборов. Все это создает большую неопределенность для отельеров и вынуждает менять бизнес-модель на менее рискованную», — рассказал Сабахатин Думан.

Помимо этого, на цены давит и налог на проживание, который взимается со всех отелей начиная с 1 января. Налогооблагаемой базой являются все продукты и услуги, реализуемые на территории отелей, ставка составляет 2%, и для отелей это является серьезным ударом по экономике.

В то же время стоимость аренды жилья в Бодруме сильно выросла за прошедший год. Одной из главных причин является массовый приток мигрантов из России и Украины. Это заставляет собственников отелей переделывать свои объекты в апартаменты с целью увеличения прибыли. В этом случае им не нужно тратиться на коммунальные платежи — эти расходы ложатся на арендаторов, кроме того, арендодатели жилья не должны оплачивать «налог на проживание».

«Около десяти тысяч спальных мест в Бодруме были переделаны в жилье и резиденции. Если так будет продолжаться и дальше, в Бодруме просто не останется отелей. Мы просим Министерство культуры и туризма Турции защитить наши права. Отели не выдержат большего бремени», — продолжает Думан.

Отели в центральной части Бодрума в основном представляют собой комплексы их нескольких корпусов небольшой этажности, которые относительно легко переделать в жилые компаунды. Однако такая ситуация может оказаться и временной, считают участники рынка, поскольку апартаменты для долгосрочной аренды также можно легко переделать назад в отели, как только рыночная ситуация изменится.

https://profi.travel/news/56629/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_24852_190123

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

Фокус – Москва и столичный регион

«Раздрай» в рядах аналитиков

Аналитики рисуют неоднозначную картину для гостиничных компаний в 2023 году – сообщает популярный портал Skift.

Аналитики инвестиционных банков колеблются в своих прогнозах на 2023 год. Показатели отелей остаются высокими, но заметны экономические сложности. Картины, которые рисуют аналитики, достойны «Голубого периода» Пикассо с его яркими образами, оттененными мрачной синевой – едко комментирует Skift ситуацию в своем Daily Lodging Report.

Итак...

Понедельник, 9 января. Jefferies* понизил рейтинги компаний Marriott и Hilton до «Держать», оставив только Wyndham с рекомендацией «Покупать». Понижение рейтинга основано на макроэкономических опасениях, а также на том, что, поскольку большинство аспектов восстановления на рынке уже исчерпаны и надвигается рецессия, потенциал роста прибыли и оценки акций гостиничных компаний ограничен.

*Jefferies Group LLC - американский многонациональный независимый инвестиционный банк и компания, предоставляющая финансовые услуги, со штаб-квартирой в Нью-Йорке

Вторник, 10 января. Банк JP Morgan (JPM) представил свое видение перспектив рынка гостеприимства на 2023 год, заявив, что считает REIT (инвестиционные фонды недвижимости) относительно слабыми по сравнению с S-Corps (S Corporation является бизнесом, принадлежащим акционерам, купившим акции компании). В целом, они считают отели Wyndham и Hyatt относительно лучшим выбором среди объектов размещения. JPM заявил, что не видит практически никакого влияния замедления макроэкономических показателей на тенденции спроса, эластичность цен или существенное влияние на процесс девелопмента / подписания договоров по объектам размещения. При этом банк прогнозируют замедление роста RevPAR в 2023 году.

Банк Barclays ожидает, что фонды REIT будут проявлять осторожный оптимизм в отношении роста RevPAR в 2023 году, когда будут сообщены результаты за 4 квартал, поскольку цены на отдых остаются высокими, а спрос на проведение мероприятий, как ожидается, вырастет в 2023 году. Все больше фирм возвращается к более привычным схемам деловых поездок.

Среда, 11 января. Свой предварительный обзор рынка гостеприимства на 2023 год представила компания Truist*. Она заявила, что видит смешанную картину тенденций в отношении спроса, цен и предложения для гостиничных компаний. Основной движущей силой является экономическое воздействие роста процентных ставок и инфляции. Truist считает, что теперь риск влияния Covid для большинства инвесторов и руководителей публичных компаний вторичен по сравнению с макроэкономическими соображениями. Неизбежное признание этого начнет появляться в дальнейших дискуссиях / комментариях о доходах, поскольку такие тенденции больше всего касаются инвестиционных фондов, работающих с отелями.

Перспективные тенденции по RevPAR в сфере туризма продолжают оставаться устойчивыми, но они почти полностью обусловлены ADR на данном этапе, поскольку новое конкурентоспособное предложение по краткосрочной аренде и открытие международных рынков, таких, как Европа, Карибский бассейн и Канада, в сочетании с благоприятными валютными курсами для американских туристов и возвращением круизов оказывают определенное давление на заполняемость отелей внутри страны.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Truist* считает лидером среди C-Corps корпорацию Hyatt.

*Truist Financial Corporation — американская финансовая холдинговая компания, входит в десятку крупнейших банков США

Четверг, 12 января. Baird* представила свой прогноз по гостиничным REIT на 2023 год, заявив, что в начале 2023 года фонды придерживаются более сбалансированного подхода, поскольку макроэкономические риски и растущее давление на расходы заставляют их быть избирательными.

* Robert W. Baird & Co. — американский многонациональный независимый инвестиционный банк и компания, предоставляющая финансовые услуги

Skift при этом замечает: гостиничные компании активно объявляют новые проекты, запускают новые бренды по всему миру) (см., например, о Spark by Hilton), особенно на Ближнем Востоке. И все это активное движение вперед и рост происходит даже без возобновления международного выездного туризма из Китая. (На счет возвращения Китая на международную туристическую арену и конкретно в Россию см. публикацию на Hotelier.pro БЕЗ КИТАЙЦЕВ – КАК БЕЗ КИТА?).

Хотя американские банки, в основном, говорят об американском рынке, в их здравых постулатах и прогнозах звучит то, что и нам не лишне «намотать на ус» и «взять на карандаш». Как говорил Шерлок светоч Холмс: «Отбросьте все невозможное - то, что останется, и будет ответом, каким бы невероятным он ни казался».

Итак, будет ли развитие событий в 2023 вероятным ил невероятным... в качестве возможного подспорья для собственных умозаключений можно использовать инсайты из недавней публикации на Hotelier.pro НАШИ МЕГА-ТРЕНДЫ 2023 НА РЫНКЕ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

<https://hotelier.pro/news/item/razdray-v-ryadakh-analitikov/>