



Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 0302-2023

С 13 по 27 марта 2023 года

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

Закон о туризме на ООПТ принят в третьем чтении

Объём соглашений по кредитованию гостиничного сегмента в Сбере составил более 100 млрд рублей

Для строительства гостиниц в 33 регионах РФ сохранена низкая ставка кредитов

2. Гостиничный рынок Москвы и Московского региона

В отелях Москвы за месяц стало на 12% больше гостей

Мостуризм запускает образовательный проект для сотрудников столичной туристической отрасли

В Москве на месте старых домов могут появиться гостиницы

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Российские отели возобновят сервис China Friendly

Борьба за место Booking.com в России ужесточается

В сегменте отельных агрегаторов активно идет борьба за лидерство

Спрос на туры сдерживает нехватка средств размещения

В Крыму отели из-за низкого спроса вынуждены снижать цены на лето

Cosmos Hotel Group взяла в управление отель в Грозном

ZONT Hotel Group представила новый пятизвездочный отель

4. Юридический практикум и вопросы безопасности отелей

Как заселить россиянина и иностранца: три вопроса отельеров

Раскрыты средние зарплаты сотрудников отелей

5. Полезное и интересное для отельера

«Люди ищут уединения и тишины – как начать свой путь в отельном бизнесе»»

Как оформить интерьер номера в отеле: советы дизайнеров

Дополнительные услуги отеля 2023: тренды

Андрей Михайлец: Гостиничный бизнес и 10 трендов маркетинга – 2023

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

Фокус – Москва и столичный регион

Тот, кто хочет стоять у руля отельного бизнеса, должен любить людей

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

Закон о туризме на ООПТ принят в третьем чтении

Об этом вчера сообщили сотрудники пресс-службы Государственной Думы. Принятый закон начнет действовать с 1 сентября 2023 года. В сообщении говорится, что принятие нового закона позволит создать единые правила регулирования вопросов организации туристической деятельности на территориях заповедников и национальных парков:

«Документом вводятся основные критерии, среди которых сохранение уникальных природных комплексов, объектов растительного и животного мира, соблюдение предельно допустимой рекреационной нагрузки, создание специально оборудованных туристических мест и маршрутов, сохранение объектов культурного наследия, а также обеспечение безопасности туризма».

Дополнительно сообщается, что новое законодательство устанавливает запрет на изменения как местоположения, так и границ заповедных и особо охраняемой зон. На таких территориях нельзя строить жилые дома, но возможно создание объектов для временного размещения.

Для развития туристической инфраструктуры на территории ООПТ заключается соглашение между инвестором, который победил на торгах, и федеральным органом исполнительной власти. В документе тщательно прописываются все мероприятия, которые позволят избежать нанесения ущерба окружающей среде. Если условия соглашения будут нарушены, его можно досрочно расторгнуть.

Напомним, что законопроект о туризме на территории ООПТ был принят в первом чтении в мае 2021 года, после чего находился на доработке. Второе чтение прошло 3 марта 2023 года.

<https://hotelier.pro/news/item/zakon-o-turizme-na-oopt-prinyat-v-tretem-chtenii/>

Объём соглашений по кредитованию гостиничного сегмента в Сбере составил более 100 млрд рублей

Объём кредитования гостиничного сегмента в Сбербанке составил 100 млрд рублей. Гостиницы составляют 6% от портфеля кредитования коммерческой недвижимости в банке. Об этом рассказал управляющий директор, начальник Управления по работе с клиентами недвижимости Сбербанка Арсен Оганджян, выступая на Международной выставке по туризму и индустрии гостеприимства в рамках пленарной сессии «Государственное регулирование и меры поддержки туристической индустрии».

На сегодняшний день банк кредитует 85 проектов, а к концу 2024 года эта цифра может вырасти вдвое, поскольку у гостиничной отрасли есть значительный потенциал для роста.

<https://hoteliernews.ru/obyom-soglasheniy-po-kreditovaniyu-gostinichnogo-segmenta-v-sbere-sostavil-bolee-100-mlrd-rublej>

Для строительства гостиниц в 33 регионах РФ сохранена низкая ставка кредитов

Правительство выделит в 2023 году 5,3 млрд рублей на программу реконструкции и строительства гостиниц. Соответствующее предложение

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

Фокус – Москва и столичный регион

Министерства экономического развития России было поддержано на заседании Правительства России, 24 марта.

«Это значит, что больше людей смогут отдохнуть в различных уголках России в комфортных условиях», – отметил премьер-министр России Михаил Мишустин.

Как отметил вице-премьер Дмитрий Чернышенко, средства пойдут на сохранение ставки 3%-5% по 87 проектам, вошедшим в программу льготного кредитования в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» в 2021-2022 годах.

«Субсидию получают 10 банков. На строительство гостиниц за 2 года они выдали кредиты на 33,7 млрд. По нашим расчетам, до конца года эта сумма вырастет до 113 млрд», – отметил министр экономического развития Максим Решетников.

Инвесторы могли привлечь заемные средства на строительство или реконструкцию отелей категории не менее «три звезды» площадью не менее 5000 кв. м. или с номерным фондом от 120 номеров, а также санаториев. Льготные кредиты выдавались на срок до 15 лет по ставке 3-5% годовых. Однако при этом сам проект должен быть в высокой степени проработки – инвестор должен уже получить документы на землю и разработать бизнес-план.

<https://hoteliernews.ru/dlya-stroitelstva-gostinits-v-33-regionah-rf-sohranena-nizkaya-stavka-kreditov>

2. Гостиничный рынок Москвы и Московского региона

В отелях Москвы за месяц стало на 12% больше гостей

За последний месяц наполняемость московских гостиниц выросла без малого на 12 процентов. А их выручка, сообщил в своем блоге мэр Сергей Собянин, приблизилась к 5 миллиардам и вот-вот догонит допандемийные доходы.

По словам главы города, ренессанс столичной гостиничной сферы связан с развитием внутреннего туризма. По оценке экспертов, в ближайшее время оживет и иностранный турпоток. Особые надежды они возлагают на Индию и Китай. «Индия уже вошла в список стран-лидеров по количеству туристов из дальнего зарубежья, посетивших нашу столицу, — подчеркивает председатель комитета по туризму города Москвы Евгений Козлов. — Одна из самых популярных целей поездок — деловые визиты».

Во время пандемии загрузка отелей Москвы сократилась с 76 до 44%, а сейчас превышает 55%.

<https://hoteliernews.ru/v-otelyah-moskvy-za-mesyats-stalo-na-12-bolshe-gostey>

Мостуризм запускает образовательный проект для сотрудников столичной туристической отрасли

Проект «Школа гостеприимства» для сотрудников гостиниц, туроператоров, турагентств, МICE-сектора и гидов. Преподавателями станут лидеры московской туристической отрасли с опытом работы более 10 лет и профильные эксперты.

Программа курса включает пять направлений подготовки: стандарты гостеприимства и сервисы гостиничной отрасли, принципы и основы устойчивого туризма, маркетинг и владение цифровыми инструментами для продвижения услуг.

«Для нас важно предоставить еще одну меру поддержки и мотивации для работников туристической отрасли Москвы. Бесплатные курсы повышения квалификации «Школа гостеприимства» открываются уже в апреле. Мы уверены, что пять направлений программы, включая цифровые инструменты продвижения услуг для гостиниц, туроператоров и турагентов, а также основы устойчивого туризма, повысят стандарты качества туристической отрасли города в целом», — отметила заместитель председателя Комитета по туризму города Москвы.

Подробнее изучить программу и зарегистрироваться на курс можно по ссылке: <https://edutoria.ru/lp/tourism/>

Обучение бесплатное, старт первого потока начнется 1 апреля.

<https://hoteliernews.ru/mosturizm-zapuskayet-obrazovatelnyy-proekt-dlya-sotrudnikov-stolichnoy-turisticheskoy-otrasli>

В Москве на месте старых домов могут появиться гостиницы

МОСКВА, - РИА Недвижимость. В Москве на месте трех ветхих жилых домов могут появиться гостиницы, написала газета "Ведомости".

В материале уточняется, что столичный департамент инвестиционной и промышленной политики (ДИиПП) проведет конкурс на реконструкцию домов в центре и на западе Москвы.

Речь идет о зданиях, построенных в период с 1875 года по 1917 год, по адресам: Киевская улица, дом 21 (площадь 1,2 тысячи квадратных метров), Брошевский переулок, дом 2, строение 4 (524 квадратных метра), Большой Сухаревский переулок, дом 21, строение 7 (506 квадратных метров).

Согласно лотовой документации, с инвестором будет заключен договор концессии на реконструкцию этих объектов в гостиницы, то есть собственником комплексов останется город, но заниматься их эксплуатацией будет победитель конкурса.

Объекты перейдут инвестору бесплатно, но, как уточняется в материале, вложения в реконструкцию составят не менее 436 миллионов рублей. В обязанности победителя конкурса также войдет оснащение объектов новым оборудованием, инвентарем и мебелью.

Реконструкция зданий должна занять не более двух лет с момента передачи объектов инвестору, указывается в статье. В результате на Киевской улице должен появиться отель на 50 номеров, в Брошевском переулке – на 15 номеров, в Большом Сухаревском переулке – на 27 номеров.

<https://realty.ria.ru/20230315/gostinitsy-1857949533.html>

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Российские отели возобновят сервис China Friendly

Российские отельеры намерены возобновить программу China Friendly для китайских туристов после того, как в КНР вновь разрешили выезжать из страны туристам в составе организованных групп со снятием ковидных ограничений. Путешественники смогут оплатить проживание в гостиницах с помощью карт платежной системы Union Pay, сообщил в понедельник президент Российской гостиничной ассоциации Геннадий Ламшин.

Программа China Friendly реализуется с 2014 года для увеличения в России потока туристов, владеющих китайским языком. Проект охватывает гостиницы, рестораны, музеи, развлекательные центры, а также компании, оказывающие туристические и экскурсионные услуги.

«Китайские туристы раньше оплачивали гостиницы через свои карты Union Pay, работала программа China Friendly, соответственно, российские отели, которые входили в эту программу, подстраивались под нее. Это работало и сейчас будет возобновляться. Туристы из Китая только что поехали, первые группы, десятки групп», — сказал Ламшин.

<https://hoteliernews.ru/rossiyskie-oteli-vozobnovyat-servis-china-friendly>

Борьба за место Booking.com в России ужесточается

По данным компании TravelLine, в сегменте отельных агрегаторов после ухода Booking.com и Airbnb активно идет борьба за лидерство. И сейчас сервис «Яндекс Путешествия» занял уверенное первое место по количеству онлайн-бронирований на курортах большого Сочи и Краснодарского края, отвоевав долю в 14%. При этом в целом по России все еще лидирует «Островок.ру», так же с большим отрывом.

Как рассказал на выставке «Интурмаркет» генеральный директор компании TravelLine Александр Галочкин, пока трудно проэкстраполировать эту динамику на конец года и предсказать, кто будет лидером-2023 с точки зрения онлайн-дистрибуции. Тем не менее, с его точки зрения, «Яндекс Путешествия» — один из главных претендентов на это. Компания постоянно и вполне закономерно держится в топе популярных каналов.

«Яндекс» — это игрок с огромной гравитацией, с максимально узнаваемым B2C-брендом, наверное даже более узнаваемым, чем у Booking.com, поэтому у него есть все шансы войти в сознание потребителей. Помимо прочего, это очень технологическая компания, и развиваются они очень бодро и уверенно. С нашей точки зрения, у «Яндекс Путешествий» сейчас потенциал для роста просто грандиозный. Тем более, что «Яндекс» — российская компания и никуда с российского рынка не уйдет», — пояснил свою позицию Александр Галочкин.

По словам экспертов, в то же время сравнивать «Яндекс Путешествия» с тем же Booking.com не совсем корректно. В первую очередь потому, что у первых не такая большая собственная отельная база, как у западного IT-гиганта. А то, что они вырвались вперед на таком емком направлении для массового туризма, как Краснодарский край и Сочи, объясняется тем, что там достаточно много самостоятельных туристов, которые не обращаются к туроператорам.

Гендиректор сети «Ателика» Алексей Высоканов рассказал, что отели его сети, расположенные в Краснодарском крае, чаще бронируют напрямую и через туроператоров. Тогда как сервис «Яндекс Путешествия» в первую очередь продается через channel-менеджеры. По его мнению, сервис продает больше городских отелей, нежели курортных.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Как пояснил эксперт, все ОТА заточены в первую очередь на городские гостиницы, где небольшая глубина продаж. По его оценке, до 90% продаж отелей этого сегмента идет через системы ОТА. По загородным объектам, где глубина продаж от 2 недель до месяца, ситуация другая — их чаще бронируют напрямую частные гости и «корпораты». Доля ОТА в них не превышает 10-15%, туроператоры продают также около 10%. На рынке курортных отелей и санаториев львиную долю объемов продаж (до 50%) генерируют туроператоры, значительная доля продается напрямую и через корпоративные структуры, в случае с санаториями.

«На самом деле отельерам с «Яндекс Путешествиями» очень сложно договориться. Мы уже несколько месяцев не можем заключить с ними договор, у них очень косная структура. Я слышал о такой же проблеме от других отельеров. По нашим отелям все ОТА в целом продают не более 20% номеров. В отличие от командировочных, туристы тщательно подходят к выбору места отдыха, дольше его выбирают и бронируют заранее. И обычно через другие каналы. Поэтому, думаю, что это лидерство довольно мнимое», — резюмировал Высоканов.

По словам гендиректора туроператора «Дельфин» Сергея Ромашкина, лидирующая позиция Яндекс.Путешествий связана с тем, что холдинг имеет неограниченные рекламные ресурсы и является самым узнаваемым игроком, который может поставить свое предложение в поисковой выдаче выше остальных. Однако это преимущество носит временный характер, так как основной канал работы ОТА – шлюз с отелем, который ограничен определенным количеством номеров.

«Это своеобразный виртуальный магазин в который попадает запрос от всех агентов в момент бронирования номера. Для Яндекса это единственный канал. А у туроператоров обычно есть еще выкупленные жесткие блоки, которые в совокупности составляют не менее 50% всего номерного фонда отеля, но иногда доходят до 80% мест. Есть отели которые туроператоры выкупают целиком. Сейчас, пока мест много, Яндекс показывает свою максимальную эффективность. Когда места начнут заканчиваться, тогда и посмотрим. Мало быть известным в августе, надо иметь места в наличии на момент бронирования», - рассказал Ромашкин.

<https://profi.travel/news/56959/details>

В сегменте отельных агрегаторов активно идет борьба за лидерство

По данным компании TravelLine, сервис «Яндекс Путешествия» занял уверенное первое место по количеству онлайн-бронирований на курортах Сочи и Краснодарского края, отвоевав долю в 14%. При этом в целом по России все еще лидирует «Островок.ру», так же с большим отрывом.

Как рассказал на выставке «МИТТ» генеральный директор компании TravelLine Александр Галочкин, пока трудно проэкстраполировать эту динамику на конец года и предсказать, кто будет лидером-2023 с точки зрения онлайн-дистрибуции. Тем не менее, с его точки зрения, «Яндекс Путешествия» — один из главных претендентов на это. Компания постоянно и вполне закономерно держится в топе популярных каналов.

«Яндекс — это игрок с огромной гравитацией, с максимально узнаваемым B2C-брендом. Яндекс, наверное, даже более узнаваемый, чем Booking.com, поэтому у него есть все шансы войти в B2C-шное сознание» — пояснил свою позицию Александр Галочкин.

<https://hoteliernews.ru/v-segmente-otelnyh-agregatorov-aktivno-idet-borba-za-liderstvo>

Спрос на туры сдерживает нехватка средств размещения

Об этом в минувшую среду сообщили представители Российского союза туриндустрии (РСТ). Прочитируем это сообщение:

«Как отмечают туроператоры, первые два месяца продаж в этом году внушают оптимизм. Некоторые направления выросли на 50%, в среднем рост продаж составляет 10-20%. Но есть и факторы, сдерживающие рост. Это отмена программы туристического кешбэка. Кроме того, завершился перенос спроса с зарубежных направлений на внутренние, который наблюдался на рынке последние два года. Но главная проблема – нехватка объектов размещения, особенно на популярных курортах».

Эксперты считают, что из-за нехватки средств размещения значительное увеличение внутреннего туризма невозможно. Есть прогнозы, согласно которым в сезон у различных объектов будет 100% заполняемость. Небольшой потенциал роста есть только в новых направлениях и туристических продуктах.

В сообщении цитируют президента РСТ Илью Уманского. Эксперт считает, что некоторые возможности для роста есть в межсезонье. Раньше в этот период действовал туристический кешбэк, но сейчас эта программа не работает. Впрочем, в РСТ не оставляют попытки вернуть эту стимулирующую меру. В то же самое время, поддержку внутреннему туризму оказывает достаточно высокий курс национальной валюты и значительный рост цен на отдых за границей.

<https://hotelier.pro/news/item/spros-na-tury-sderzhivaet-nekhvatka-sredstv-razmeshcheniya/>

В Крыму отели из-за низкого спроса вынуждены снижать цены на лето

Крымские отельеры на фоне невысоких темпов бронирования отдыха на полуострове предлагают туристам программы лояльности и скидки до 30 процентов, сообщил министр курортов и туризма республики Вадим Волченко.

"Средства размещения научились динамично реагировать на спрос, они снижают цены, предлагают дополнительные опции, чтобы привлечь туристов, и это дает результат. Бронировать летний отдых в Крыму уже сейчас выгоднее, чем в прошлом году, и доступнее по сравнению с другими регионами", — приводит слова чиновника пресс-служба ведомства.

По информации министра республики, бронирований на лето пока не много.

Это связано также с тем, что туристы теперь оплачивают отдых ближе к дате отпуска, примерно за 14 дней до заезда. В связи с этим, подчеркнул он, отели и санатории делают сейчас очень выгодные предложения.

<https://ria.ru/20230315/krym-1858086255.html>

Cosmos Hotel Group взяла в управление отель в Грозном

Гостиничный портфель Cosmos Hotel Group (далее – Cosmos HG, входит в Группу АФК «Система») пополнился объектом на Северном Кавказе.

Самый большой пятизвездочный отель на Северном Кавказе - **Грозный Сити** - продолжит свою работу под новым названием **Cosmos Selection Grozny City**. Отель расположен в центре Грозного на берегу Сунжи. Это первый отель Cosmos Hotel Group под брендом Cosmos Selection, концепция которого предполагает высокий сервис, качество и внимание к деталям, создающим неповторимый премиальный опыт в городских отелях.

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

Фокус – Москва и столичный регион

К услугам гостей предлагаются 303 комфортабельных номера различных категорий, от категории Стандарт до Президентского Люкса, конференц и банкетные залы, SPA-центр и хамам, фитнес-зал, мужской и женский оздоровительные клубы, рестораны, в том числе панорамный ресторан «Купол» на 32 этаже.

«Открытие отеля в столице Чеченской республики под брендом Cosmos Selection — важный проект и прекрасная возможность для взыскательных гостей сети Cosmos познакомиться с культурой и национальными традициями региона. Мы планируем развитие и в других регионах Северного Кавказа, что полностью соответствует стратегии территориального развития нашей компании», - отметил Президент Cosmos Hotel Group Александр Биба.

«Открытие отеля Cosmos Selection в Чеченской Республике считаю большим шагом не только для нас, но и для всего Северного Кавказа. Турпотоки на Северный Кавказ значительно выросли за последние годы, и мы делаем все, чтобы пребывание наших гостей было комфортным. Уверен, что это взаимодействие наших инвесторов с Cosmos Hotel Group создаст прецедент, в первую очередь, и значительно улучшит качество оказываемых услуг. Уверен, что нашему примеру далее последуют и другие регионы Северного Кавказа» - прокомментировал министр Чеченской Республики по туризму Муслим Байтазиев.

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

ZONT Hotel Group представила новый пятизвездочный отель

ZONT Hotel Group в рамках Международной выставки туризма и индустрии гостеприимства (MITT)– Grand Chalet Altay, расположенный в одном из красивейших мест Алтайского края. Отель принял первых гостей еще в декабре 2022 года, а на лето этого года запланировано расширение номерного фонда и спектра услуг.

Комплекс Grand Chalet Altay занимает площадь 8 га на берегу реки Катунь недалеко от горнолыжных склонов Манжерока. При его возведении особое внимание уделялось экологичным материалам и методам строительства: все здания построены из натуральной древесины алтайской сосны и кедра. Сегодня курорт предлагает 55 номеров пяти категорий, включая просторные люксы, а в ресторане гости могут попробовать блюда авторской кухни из меню от харизматичного шефа Сергея Тернова.

В настоящее время готовятся к открытию еще 18 шале четырех категорий, а также банный комплекс, который предложит гостям курорта парные, массажные кабинеты и просторный закрытый бассейн. В теплое время года также будет работать большой подогреваемый открытый бассейн с просторной зоной отдыха и уличным баром. Для гостей, предпочитающих автомобильное путешествие, предусмотрена просторная оборудованная парковочная зона, при этом на территории самого курорта используются исключительно электромобили.

«Для ZONT Hotel Group это первый опыт управления загородным инфраструктурным объектом такого уровня – до сих пор наше портфолио включало исключительно городские отели. Мы очень рады, что нам предоставилась возможность расширить его не только количественно, но и качественно, и надеемся оправдать и превзойти ожидания самых требовательных гостей», – говорит Александр Гендельсман, партнер ZONT Hotel Group.

О компании ZONT Hotel Group:

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

УК ZONT Hotel Group основана в 2011 году для эффективного управления сетью городских отелей. Через несколько лет УК стала работать с курортными и апарта-отелями. По состоянию на 2022 год под управлением находится 17 отелей с общим фондом около 3 000 номеров в городах: Москва, Аэропорт Домодедово, Омск, Елабуга, Ереван, Горно-Алтайск, Великий Новгород.

В 2022 году оборот компании составил более 2,5 млрд, рублей

<https://hotelier.pro/news/item/zont-hotel-group-predstavila-svoy-novyy-pyatizvezdochnyy-otel-na-vystavke-mitt/>

4. Юридический практикум вопросы гостиничной безопасности

Как заселить россиянина и иностранца: три вопроса отельеров

Можно ли заселить россиянина по загранпаспорту? Гражданин Казахстана без миграционной карты или гражданин Таджикистана без регистрации смогут заселиться в отель в России? Отвечает эксперт сервиса Контур.Отель Наталья Расторгуева.

Разбираемся, как следует поступать гостинице и постояльцу в разных ситуациях.

1. В отель обратился гражданин РФ, у которого на руках есть только загранпаспорт. При каких условиях его можно заселить?

Правила предоставления гостиничных услуг и правила регистрации и снятия с регистрации граждан РФ установлены Постановлением Правительства РФ от 18.11.2020 № 1853 и Постановлением Правительства РФ от 17.07.1995 № 713. Чтобы отель мог заселить и поставить на учет гражданина РФ, россиянину необходимо предъявить документ, удостоверяющий личность.

Отель может заселить гражданина РФ по загранпаспорту только в том случае, если россиянин постоянно живет за границей. Но проверить этот факт сложно, потому что в загранпаспорте теперь не ставят отметки о постоянном проживании или консульском учете. Многие говорят, что паспорт должен быть выдан в МИДе. Но это утверждение не верно. Так как можно получить загранпаспорт в РФ в МВД на 10 лет, а через некоторое время принять решение о переезде за границу. И этот паспорт будет действовать до своего окончания. Новый паспорт гражданин РФ сможет получить в МИДе либо вернуться в Россию и еще раз оформить загранпаспорт в МВД. Место оформления паспорта — не показатель проживания за рубежом. Подтвердить последнее может паспорт иностранного государства или вид на жительство, длительная виза. Отправлять копии этих документов в МВД не нужно, требуется только анкета.

2. В отель хочет заселиться гражданин Казахстана, но у него нет миграционной карты. Можно поставить на учет такого гостя?

Заселить и поставить на учет такого гостя можно. Правила учета иностранных граждан говорят, что отель должен предоставить в МВД копию миграционной карты гостя при его заселении, если иное не предусмотрено международным соглашением. Граждане Казахстана, Киргизии и Армении могут находиться в РФ до 30 суток по заграничному паспорту без миграционной карты. Это обусловлено договором «О Евразийском экономическом союзе», который был подписан в Астане в 2014 году.

Без миграционной карты в Россию могут приехать и граждане Белоруссии. Это закреплено Соглашением между РФ и Республикой Беларусь об обеспечении равных прав граждан Российской Федерации и Республики Беларусь на свободу передвижения, выбор места пребывания и жительства на территориях государств — участников Союзного государства (заключено в Санкт-Петербурге 24.01.2006).

Кроме того, перечень иностранцев, которым не обязательно иметь миграционную карту, можно посмотреть в статье 3 «Соглашения между Правительством РФ и Правительством Республики Беларусь об использовании миграционной карты единого образца» (заключено в Москве 05.10.2004).

3. Гражданин Таджикистана приехал в Россию 12 дней назад. У него нет регистрации, а ранее он жил в квартире. Это нарушение?

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

Фокус – Москва и столичный регион

Житель Таджикистана не нарушает закон. В соответствии с «Соглашением между РФ и Республикой Таджикистан о порядке пребывания граждан Республики Таджикистан на территории РФ» (заключено в Москве 08.02.2013) он должен встать на учет в течение 15 дней с момента въезда. Так как прошло всего 12 дней, регистрация ему не обязательна еще три дня.

Поэтому гостиница может заселить этого гражданина Таджикистана без регистрации, но сама должна поставить его на учет в течение одного рабочего дня. Уведомление можно направить через сервис электронного документооборота в МВД.

Также при въезде в РФ отсрочка в постановке на учет (но не в отеле) существует для граждан:

- Белоруссии — на 90 дней;
- Армении, Казахстана, Киргизии — на 30 дней;
- Узбекистана — на 15 дней;
- а также для высококвалифицированных специалистов — на 90 дней.

Хотите разобраться в актуальных требованиях миграционного законодательства, а также узнать, как привлекать гостей и продвигать ваш отель? Тогда 4 апреля смотрите всероссийскую онлайн-конференцию «Отель-2023: развитие бизнеса в современных условиях». Участие бесплатное, регистрация по ссылке.

<https://welcometimes.ru/opinions/kak-zaselit-rossiyanina-i-inostranca-tri-voprosa-otelerov>

Раскрыты средние зарплаты сотрудников отелей

Крупнейшая российская гостиничная сеть AZIMUT Hotels и крупнейшая российская платформа онлайн-рекрутинга hh.ru провели совместное исследование рынка труда среди работников туристического, гостиничного и ресторанного бизнеса. Задача — определить объем спроса и предложения в столице и регионах, а также колебания уровня зарплат за полгода. Используются данные с сентября 2022 года по февраль 2023-го.

Так, за отчетный период ожидаемая зарплата в гостиничной отрасли и индустрии туризма возросла с 53,4 тыс. рублей до 56,1 тыс. При этом уровень предлагаемой зарплаты почти не менялся и остался в районе 48,7-48,9 тыс. рублей. Количество подаваемых резюме к февралю 2023 года снизилось незначительно — с 85,7 тыс. до 85,2 тыс. Количество предлагаемых вакансий, впрочем, тоже уменьшилось — с 35,3 тыс. до 32,9 тыс.

По сравнению с первой половиной 2022 года ситуация на рынке труда не изменилась: в июне прошлого года количество опубликованных вакансий составляло 32,5 тыс. При этом повысилась конкуренция среди соискателей: в июне 2022 количество опубликованных на hh.ru резюме составляло 79,1 тыс.

Зарплаты управляющих отелями в Петербурге приблизились к московским

Медиана предлагаемой заработной платы управляющего отелем в Москве за последние полгода держится на уровне 100 тыс. рублей. В Петербурге аналогичная должность оплачивается ниже, но все же медиана увеличилась с 80 тыс. до 90 тыс. рублей. В Екатеринбурге колебания зарплат более существенные: в течение шести месяцев медиана опустилась с 70 тыс. до 58,7 тыс. рублей, после чего скакнула почти на 20 тыс., составив 75 тыс. рублей.

Наблюдается значительный рост зарплат в Петербурге по сравнению с первой половиной 2022 года, когда медиана зарплат была равна 50 000 рублей.

Сомелье при отелях в Москве зарабатывают не меньше управляющих

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

Фокус – Москва и столичный регион

Столичные сомелье в отелях и ресторанах в среднем могут рассчитывать на ежемесячный оклад в 100 тыс. рублей — на 20 тыс. больше, чем в прошлом году. В Петербурге, Екатеринбурге и Сочи актуальная медиана зарплат примерно одинакова и составляет 55-60 тыс. рублей.

<https://hoteliernews.ru/raskryty-srednie-zarplaty-sotrudnikov-oteley>

5. Полезное и интересное для отельера

«Люди ищут уединения и тишины – как начать свой путь в отельном бизнесе»»

Собственник комплекса гостевых домов Юлия Сорокина в течение пяти лет декрета попробовала заниматься разными бизнесами – и носки продавала, и косметику, и интернет магазин вела, но быстро теряла интерес к каждому делу.

Ее супруг предложил приобрести и благоустроить частный дом в Нижегородской области, сделав его гостевым. А сейчас Юлия управляет вместе с супругом тремя гостевыми домами, которые расположены в разных живописных местах Нижегородской области. Они составляют конкуренцию глэмпингам, мини отелям и турбазам. И у каждого проекта уже сформировалась своя целевая аудитория.

Вышла из Интернета в люди

- Юлия, как вам пришла идея открытия нескольких гостевых домов в Нижегородской области? Причем, что интересно, все они расположены в разных местах...

- Пока я около пяти лет сидела в декрете, то увлекалась много чем...До этого я занималась медицинскими инструментами - была менеджером по продажам медицинского инструмента в частной организации. Пока я была в декрете, решила заняться продажей детских носков, а затем, после очередного путешествия в Калининград, открыла интернет-магазин натуральной янтарной косметики, которой пользовалась сама. Что-то получалось, что-то нет, но к каждой сфере деятельности быстро пропадавал интерес – душа просила другого.

Сама я из Ворсмы (Нижегородская область), а муж из Нижнего Новгорода. Мужу пришла идея купить частный дом в Нижегородской области, в г. Ворсма, обустроить его и сдавать в аренду. Он сказал: «Давай попробуем!» Я очень долго думала, а потом решила: почему бы и нет. Мы сами очень любим путешествовать по области, останавливаясь на турбазах. И мы уже знали, каких удобств, условий не хватает домам отдыха, мини отелям, турбазам, глэмпингам. В одном месте нет кухни, в другом матрас неудобный, в третьем интерьер неуютный, в четвертом нет бани. То есть у нас было очень много насмотренности не только по Нижегородской области, но и по другим городам и за границей. В общем, мы решили попробовать.

- Как вы благоустроивали первый гостевой домик, ведь у вас не было практического опыта?

- Убрали все лишнее, сделали современный экологичный ремонт в ЭКО деревянном стиле, закупили необходимую мебель, посуду для кухни, на территории сада все почистили и посадили газон.

Затем начали заниматься ландшафтом, который меняется и обновляется у нас и на данном этапе нашего развития в отельном гостевом бизнесе. Пробовали привлекать гостей через Airbnb, потом через Букинг – было очень удобно и комфортно работать с этим ресурсом, все было четко организовано. Еще сервисы, с которых были первые клиенты – это системы АВИТО, ЮЛА.

Так я уже стала работать не только в интернете. Нужно было встречать гостей, общаться с ними и получать обратную связь для улучшения сервиса и повышения конкурентоспособности, следить за порядком и чистотой. А также создавать уют, комфорт не только внутри дома, но и вокруг, чтобы радовать не только гостей, но и самих себя. Я поняла, что мне по душе творить уютное пространство и тем более

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

Фокус – Москва и столичный регион

получать положительную обратную связь от наших гостей, что дает мне большой заряд энергии. Это меня стало постепенно затягивать – и по сей день мне интересно развиваться в этой сфере.

Встала на сап доску зимой!

- С помощью каких ресурсов вы привлекаете сейчас гостей?

- Сейчас мы все также продолжаем использовать онлайн-сервисы по размещению наших гостевых домиков – это ОСТРОВОК, СУТОЧНО.РУ, АВИТО. Также используем группу в ВК. В разработке наш отдельный сайт.

- В Нижегородской области пока еще очень мало глэмпингов, а вот гостевые дома строятся уже давно – конкуренция есть. Какие услуги привлекают к вам гостей?

- Многих гостей привлекает возможность покататься на сап доске. Место, где располагаются домики, находятся в прекрасном городе Ворсма, рядом с рекой Кишма, озером Тосканка и самым холодным, лазурно голубым озером Ключик. На него уже третий год приезжают посмотреть, покататься на сап доске или заняться дайвингом люди с разных городов России.

Я сама ни разу не каталась на сап доске, но зимой все же рискнула это сделать под руководством нашего знакомого инструктора. Было очень интересно и забавно наблюдать, как проживающие неподалеку соседи смотрели, как мы спускаем эти большие доски на не замерзающую реку Кишма. Я получила массу восторга и адреналина и до сих пор вспоминаю тот день. Отсюда один наш Загородный гостевой дом носит название СапХАТА. Он находится напротив реки Кишма. Мне понравилось, идея зашла! Теперь на сап досках у нас катаются круглый год. Сейчас здесь благоустраивается баня, в ближайшее время мы ее запустим.

- Как появилась идея сделать домики разноплановыми, да еще и расположенными в разных местах?

- Самый первый домик, который мы стали сдавать, это Загородный гостевой дом VORSMA&HOUSE в Ворсме. Мне удобно контролировать все моменты, связанные с комфортом гостей, так как мы с семьей живем поблизости. Затем появился Загородный гостевой дом СапХАТА. Муж увидел объявлением, что продается дом напротив реки Кишма, и мы решили его взять, благоустроить и попробовать заняться гостевым бизнесом.

Но на этом мы не остановились! И стали использовать еще один семейный участок, который находился в 15 км от г. Ворсма в Богородском районе, деревня Баркино. Там мы и построили Загородный гостевой комплекс HOUSE&BARKINO, где есть баня с сауной, апартаменты на 4 человека, большая ухоженная территория сада с зоной костра, мангала, большой летней беседкой до 12 человек. Также спросом пользуется шатер на 25 человек. Гости могут не только остаться на ночь в апартаментах, но и отпраздновать свой день рождения, свадьбу, детский праздник или просто собраться с друзьями и в кругу близких людей.

Хочется развивать эту тему. Сегодня уделяется много внимания экологичному отдыху, экологичным продуктам, здоровому образу жизни, уединению с природой. Мы сотрудничаем с компанией, занимающейся сап досками. Они предоставляют доски для проживающих за дополнительную плату. Сейчас наша цель - сделать отдых в гостевых домиках комфортным и за приемлемую стоимость.

- Ваши домики принимают гостей круглогодично?

- В основном, конечно, к нам приезжают летом. Некоторые катаются на сапах и в осенне-зимний период. В наших загородных домиках чисто, ухоженно, тихо,

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

Фокус – Москва и столичный регион

спокойно. Людям хочется побыть вдали от городской суеты, поблизости с природой, с рекой. Рядом с нами находится известное и очень красивое озеро Ключик с необыкновенно чистой, прозрачной водой – к нему едут со всей России. Можно сходить погулять в лес – за грибами, ягодами, да и просто насладиться лесными красотами и подышать свежим воздухом, побыть наедине с самим собой, подумать, порефлексировать... Часто у нас останавливаются семьи или туристы – вообще разный контингент. Были такие случаи, когда приезжали отдыхать на месяц. Здесь очень красиво, живописно, свежий воздух, детям очень нравится – можно побегать на свободе.

Нужные люди приходят к нам сами

- Кто ваши основные конкуренты – глэмпинги, мини отели, загородные дома?

- Если рассматривать Нижегородскую область, то сейчас строится много разнообразных мини отелей, глэмпингов. Но гости рассказывают, что с сентября в глэмпингах уже прохладно. Поэтому в осенне-зимний период наши основные конкуренты – это небольшие турбазы, где есть теплые дома, и мини отели. А вот в летний период мы конкурируем и с глэмпингами, и с мини-отелями. Многие едут в глэмпинги и на турбазы, потому что хотят именно уединения, побыть подальше от людей – получить так называемый информационный детокс. Плюс у нас в домиках есть кухни, и люди это ценят, так как есть возможность готовить самим. Но можно и с нами договориться – за отдельную плату мы предоставляем питание, у нас есть договоренности с местными кафе.

- В отельном бизнесе люди, персонал очень важны. Кто ваша команда?

- Моя команда и моя опора – это муж. Он мне всегда помогает, подает новые идеи, либо я ему подсказываю, и мы вместе реализуем их.

В будущем, конечно, планируем не только своими силами справляться, просто нереально будет уследить за всем. Сейчас уже есть небольшая команда. Это уборщица, которая убирается и создает уют в доме. Садовник, который наводит красоту на всех участках загородных домиков. Со временем она разрастется. У нас есть знакомые, которые занимаются подбором персонала. Но, по моим наблюдениям, нужный нам человек зачастую приходит сам.

- Интересно узнать про ваши планы на будущее.

- Мы за экологичный отдых и за ЗОЖ. А хорошее здоровье – это баня и правильное парение. В Загородном гостевом доме СапХАТА стоит мощная, огромная, эксклюзивная печка: нам ее посоветовали московские ребята. А мы тестировали, какой в ней пар. Сейчас она на этапе завершения. Мы хотим научить гостей правильному парению по славянским традициям. Плюс подключить звуковую терапию. Звуковая терапия – это гармонизация и оздоровление человека посредством слышимых вибраций, которые мы называем звуком. Цель звукотерапии – добиться гармонии человека с окружающей средой, найти то связующее звено (через слово ли, музыку или просто звук), которое на долгие годы соединяет человека со здоровьем и радостью бытия. Мы сами любители русских бань, которые помогают оздоровлению организма: они лечат не только тело, но и душу.

Плюс постоянно благоустраиваем внешний вид участков – важно, чтобы нам и самим нравилось. Хотим добиться такого результата, чтобы человек приехал, отдохнул, расслабился и зарядился новыми эмоциями для свершения новых побед. Плюс важно, чтобы гости возвращались.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Когда человек заселяется, его никто не обслуживает: он предназначен сам себе. Но мы предоставляем заблаговременную топку бани, чистоту, порядок и комфорт.

- Вы работаете в сфере туризма и близки по формату с мини-гостиницами, турбазами, глэмпингами. В России есть сильная Ассоциация глэмпингов, возглавляемая Жанной Кира. Эта организация помогает глэмпингам информационно. Нет желание вступить в ее ряды?

- Есть желание объединения с ассоциациями, с отельерами, но это пока на базе задумок, на будущее. Мы всегда рады выслушать другое мнение, свежие идеи. В основном по благоустройству. Могу сказать, что на данный момент запрос большинства — это отдых за городом со своей личной ухоженной территорией, рядом с озерами и реками и с теплой русской банькой на дровах.

Автор материала: Марина Сипатова

<https://hotelier.pro/interviews/item/lyudi-ishchut-uedineniya-i-tishiny-kak-nachat-svoy-put-v-otelnom-biznese/>

Как оформить интерьер номера в отеле: советы дизайнеров

Во время путешествия нам запоминается не только страна, национальный колорит и менталитет, но и место, в котором приходится остановиться. Это могут быть съемные квартиры, хостелы, но чаще всего гости выбирают отели. Они комфортнее, презентабельнее.

О том, как должны выглядеть интерьеры номеров в отелях разных типов, рассказывают кураторы школы дизайна Geometrium Михаил Чернышов и Эльвира Мишар.

Городской отель

Интерьер номера в отеле должен соответствовать как пейзажу за окном и архитектуре здания, так и ожиданиям гостей. Интерьер не должен утомлять или, напротив, быть безликим. Нужно подчеркнуть характер отеля, который может привлечь гостей и запомниться им.

Отделка номера должна соответствовать расположению гостиницы. При обустройстве нужно учитывать, куда выходят окна. Это поможет понять, как обыграть вид, нужно ли его вообще показывать или лучше сделать комфортную обстановку внутри номера.

Отличное решение для городского отеля — современная классика, минимализм, лофт. Не стоит использовать в оформлении номеров яркие цвета — предугадать, как гости их воспримут, практически невозможно. Лучше взять за основу нейтральные пастельные тона, а яркие цвета добавить в качестве акцентов. Например, подушек, ковров, декора. При необходимости их можно быстро и без дополнительных затрат заменить по просьбе постояльца.

Как правило, гостиницы высокого класса предпочитают классические интерьеры, чтобы показать свой уровень. В отделке они используют мрамор, позолоту, резные изделия.



*Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальное
Фокус – Москва и ст*

Не стоит использовать много декора: за ним сложно ухаживать, уборка будет занимать много времени и вносить коррективы в планы гостей. Правда, многое будет зависеть от стоимости проживания. Если гостиница с большим количеством звезд, то она сможет себе позволить часто проводить генеральную уборку, а если это гостиница рангом ниже, то от сложных конструкций лучше отказаться и предоставлять прибывающим чистые номера.

В отделке следует отдать предпочтение долговечным материалам. Допустим, положить в номере плотный синтетический ковер с небольшим ворсом. Стены окрасить — так они легче поддаются реставрации. В санузлах лучше использовать керамогранит крупного формата, начиная от 80x80 см, — так получится меньше швов. В городском отеле актуальнее сделать душ, чем ванну. Не следует использовать душевые кабинки — они уже морально устарели. Более актуальный вариант — душ с трапом в строительном исполнении и стеклянной перегородкой.



В интерьере номера в отеле должно быть достаточно света. Если он располагается на несолнечной стороне, важно предусмотреть разные сценарии освещения. Освещение нужно предусмотреть двухуровневое: верхний, достаточно яркий свет, чтобы поработать за рабочим столом с температурой света 3000 К, и средний, например, бра возле кровати, подсветка зеркала, подсветка в нише, торшер для создания уютной атмосферы. Гости могут приехать по делам или для отдыха, это может быть пара или один человек. Поэтому важно, чтобы присутствовало несколько сценариев освещения. Все зависит от планировки номера, но классическим сценарием считается выключение основного света с трех мест: при входе в номер и с каждой стороны кровати, если она двухместная. Еще желательно добавить бра, вдруг гостю захочется почитать перед сном или проверить почту.

Загородный отель

В отличие от отеля в черте города, загородный комплекс предлагает более широкий спектр услуг. Например, конные прогулки, рыбалку, джиппинг, игровые мероприятия для детей. Интерьер должен подчеркивать атмосферу активного отдыха и уединения с природой.

Выигрышные варианты — кантри, эко, шале или прованс. Они идеально подойдут тем, кто ищет спокойствия и уединения среди повседневной суеты. Эти стили основываются на умиротворяющей философии, стремлении к природе и красоте в простых вещах. Следует использовать светлые оттенки, натуральные материалы, свежие цветы и декор, который напоминает хэнд-мейд от бабушки.

От загородных отелей гости ожидают максимального уюта, природных материалов — полное соответствие природе за окном. Конечно, это большое количество дерева в отделке и деревянных изделий. Человек должен чувствовать себя загородом не только снаружи, но и внутри отеля.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Особое внимание стоит уделить оформлению холла, столовой, конференц-зала. Это те помещения, которые постояльцы будут оценивать с точки зрения комфорта наравне с номером для проживания. Здесь нужно продумать каждую деталь, чтобы поддержать общую концепцию отдыха.

Кроме стандартных одно- и двухместных номеров необходимо продумать апартаменты других категорий: для молодоженов, семей с детьми, бизнесменов. Для загородных комплексов это обычная практика и признак заботы о клиентах и их потребностях. В каждой комнате атмосфера должна отличаться: официальная или романтическая. В эти отели приезжают отвлечься от городской суеты, в основном, на выходные. Интерьер в таких отелях очень часто аутентичный, как загородный дом, с большим количеством деревянных поверхностей и изделий.

Вариант отделки номера: на полу — ламинат высокого класса, на стенах — дерево или износостойчивые обои на флизелиновой основе. Мягкое изголовье у кровати или металлическая кровать с элементами ковки. В ванной комнате — удобная ванна. Освещение — люстра с плафонами, мягкий свет, бра, торшеры. В интерьере загородного отеля важно использовать натуральные оттенки, преимущественно светлые — те, которые напоминают дом в деревне.



Курортный отель

От убранства курортного отеля постояльцы ожидают или полное погружение в эклектику, или лаконичный дизайн и сдержанность. В первом случае они хотят сполна прочувствовать атмосферу курорта, а во втором — расслабиться не только физически, но и морально. В отелях такого типа гости живут дольше всего и ожидают максимального комфорта. Интерьер должен максимально настраивать людей на расслабление в отпуске.

Стилистика курортного отеля зависит от его местоположения. Согласитесь, на горнолыжном курорте и морском побережье отдых будет разным. Для первого подойдет отделка в стиле загородного дома, а для второго будет актуальным средиземноморский стиль. Ну и, конечно, если есть этническая составляющая местоположения, то ее тоже нужно показать.



От местоположения также зависит выбор материалов и цветовой гаммы. Например, для холодных регионов подойдет дерево, а для южных — камень. Лучше не использовать искусственные аналоги: они быстрее выйдут из строя и утратят привлекательный внешний вид.

*м Отель»: актуальные новости для профессионалов.
ус – Москва и столичный регион*

На юге актуальны светлые оттенки: белый, бежевый, песочный, соломенный, а также голубой, серый и серо-зеленый. Они визуально остужают интерьер, что идеально для жарких курортов и отдыха на побережье. На севере отдают предпочтение согревающим тонам — персиковому, терракотовому, кофейному.

Стоит использовать нестандартные решения. Например, сделать в спальне панорамное окно, чтобы в комнату проникал естественный свет. На пол можно положить матовый широкоформатный керамогранит или ковролин, а стены и потолок покрасить. В освещении должны преобладать мягкий отраженный свет и подсветки.

Чтобы не перегрузить интерьер номера в отеле, необходимо использовать минимум декора. Обстановка не будет казаться скучной: ее поможет дополнить вид за окном, комнатные растения в кашпо и глиняных горшках и фактурная отделка.

https://horeca.estate/mneniya-ekspertov/1600-kak-oformit-interer-nomera-v-otele-sovety-dizajnerov?utm_medium=email&utm_source=Unisender&utm_campaign=293201106&utm_content=

Дополнительные услуги отеля 2023: тренды

Дополнительные услуги в отеле — это win-win. Гости окружены заботой: всё необходимое они могут получить прямо в гостинице, не тревожась лишней раз. Гостиница — зарабатывает дополнительные деньги. Эксперт Контур.Отеля Ксения Богоявленская рассказывает, как отели увеличивают доход на дополнительных услугах и какие услуги в топе у отельеров.

Важный нюанс

Вы наверняка уже их оказываете. Завтраки, прачечная, трансфер в аэропорт — это всё примеры дополнительных услуг в отеле. Но знаете ли вы, какие из них действительно пользуются спросом именно у вас, а какие — только приносят убытки?

Дополнительных услуг может быть очень много. Но чтобы они работали на вас, нужно хорошо знать потребности гостей. Этот спрос должен быть выражен в конкретных цифрах. Единичные заказы на ужин не стоят того, чтобы держать допоздна повара и хранить запас скоропортящихся продуктов. Выгоднее договориться с ближайшими ресторанами на особые условия для ваших гостей. А вот если поблизости нет подходящих заведений, то горячие блюда вечером могут быть очень востребованы!

Как же узнать, в чем нуждаются ваши гости? Проанализируйте реальные потребности и попробуйте внедрить новые услуги. Через несколько месяцев вы на практике увидите, за что постояльцы готовы платить, а за что — нет. Но очень важно ориентироваться не на интуицию, а на объективные данные. Для этого мы сделали в Контур.Отеле отдельную вкладку «Услуги», где можно прописать все дополнительные услуги, а затем отслеживать статистику и доход по ним.

От чего зависит востребованность услуг?

Фактор: Формат отеля

Идеи:

- Бизнес-отель внедрит химчистку костюмов, аренду переговорных комнат и рабочих зон.
- Семейный отель разработает детское меню и пригласит ситтеров.

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

Фокус – Москва и столичный регион

- Загородный клуб предложит велосипеды, мангалы, доставку продуктов для барбекю.
- Горнолыжный курорт поможет гостям с хранением и обслуживанием снаряжения.

Фактор: Расположение

Идеи:

- Различные варианты трансферов: до аэропорта или вокзала, достопримечательностей, торговых центров.
- Парковка.
- Круглосуточное питание, особенно если поблизости нет других ресторанов.
- Химчистка/прачечная.
- Услуги гидов.

Фактор: Аудитория

Идеи:

- Деловым путешественникам нужен офис вдали от офиса, возможность провести деловую презентацию или сходить в спортзал в любое время суток.
- Семьи с детьми оценят детскую комнату и возможность арендовать коляски, санки и велосипеды.
- Молодые профессионалы в отпуске предпочитают завтрак в номер и массаж по выходным.

Как повысить продажи услуг? Лайфхаки

Набор услуг может меняться: одни будут иметь сезонный спрос, а другие постепенно отпадут за ненадобностью. Хотите снять предложение с продажи, потому что оно не встретило энтузиазма у гостей? Сначала убедитесь, что сделали всё возможное, чтобы донести до них информацию:

- Разместите рекламу там, где чаще всего бывают гости: в лифте, ресторане или номерах.
- Обучите администраторов рассказывать о дополнительных услугах и включите ненавязчивые продажи в скрипты для персонала.
- Продумайте подачу самих услуг так, чтобы гость остался впечатлен и захотел воспользоваться услугой вновь.
- Рассказывайте о дополнительных возможностях еще на этапе бронирования номера, чтобы готовить почву для продажи.

Какие услуги сами отельеры называют популярными?

В нашем телеграм-канале «Отель Инфо» мы провели опрос среди отельеров и выяснили, какие дополнительные услуги пользуются большей популярностью. В нем поучаствовало более 100 представителей отельного бизнеса. На скриншоте с результатами видно, с каким заметным отрывом лидирует ответ «питание (обед, ужин)».

Значительными оказались и другие классические варианты: услуги прачечной, парковка, аренда беседки и мангала, а также фитнес и рум-сервис.

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

Фокус – Москва и столичный регион

В комментариях же участники опроса отмечали более экзотические услуги. Например, размещение с животными: в последнее время россияне больше и чаще устраивают вылазки выходного дня всей семьей вместе с четвероногими друзьями. Многие гостиницы не просто позволяют гостям поселить в своем номере питомца, но и предоставляют лоток, миску, пакеты для выгула или даже специальное меню.

Осталось разобраться, какие же услуги сработают именно в вашем отеле. Поможет Контур.Отель: дополнительные услуги там выделены в отдельный блок, чтобы вы могли отслеживать статистику по каждой из них. Помимо учета проданных услуг, Контур.Отель помогает мотивировать персонал на продажи и анализировать, какие услуги стоит развивать дальше. С такой подробной аналитикой дополнительные услуги перестанут казаться лишней головной болью. Вы будете точно знать, что и когда покупают ваши клиенты. И продавать только то, что нужно им и выгодно вам.

<https://hotelier.pro/management/item/dopolnitelnye-uslugi-otelya-v-2023-godu-cto-v-trende-i-kak-na-nikh-zarabotat/>

Андрей Михайлец: Гостиничный бизнес и 10 трендов маркетинга – 2023

О том, что будет в этом году в маркетинге «модно», а главное – принесет финансовый результат, рассказал исполнительный директор УК «Независимый Гостиничный Альянс» Андрей Михайлец.

Ориентир на видеоконтент в медийных кампаниях

По данным PWC, в ближайшие годы 82% всего трафика будет сосредоточено на видеоконтенте. Это связано с особенностями психологии потребителя, которым надоело читать и которые хотят, чтобы коммуникации были развлекательными. А достичь этого проще всего именно через видеомаркетинг. Вывод: изучайте видеопродакшн, секреты работы видеомаркетинга.

Разновидность видеоконтента – короткие нативные видео, которые можно увидеть, используя в том числе очки виртуальной реальности (VR-очки). Нужно понимать, что среди клиентов отелей – все больше современных молодых людей, которые не будут читать длинные «простыни» обзоров об отеле; они предпочитают смотреть яркие красочные видео, так что VR-очки для проведения виртуальных экскурсий по отелю будут все более востребованы. Вывод: если у вас видовой отель (рядом лес, море, горы, вулканы и др.) – подумайте о том, как показать эту реальность вашим молодым потенциальным клиентам.

Сокращение глубины бронирования

Это «ковидный» тренд. Туристы за два года научились ничего надолго не планировать, потому что планировать свою жизнь стало гораздо сложнее. Часто отель бронируют фактически накануне поездки. Этот тренд отмечают в среднем 92% отельеров.

Вывод: необходимо повышать эффективность инструментов бронирования, чтобы в период затишья зарабатывать больше. Также придется спокойно относиться к бронированиям с небольшой глубиной. С этим трендом можно бороться с помощью тарифов раннего бронирования, однако надо философски относиться к тому, что эти тарифы не всегда могут быть эффективны.

Нужно увеличивать число каналов коммуникаций: видео, чаты, email-маркетинг, коммуникации через лидеров мнений, соцсети и др.

Оmnikanальность/Мультиканальность

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

Фокус – Москва и столичный регион

Пользователь ищет отель в Google, в Яндекс, затем изучает сайт отеля, соцсети, отзывы и др, причем делает это как с десктопа, так и с телефона. Значит, успешному бренду просто необходимо присутствовать в разных местах: в видеосервисах, в геосервисах, в соцсетях и др; сайт должен быть оптимизирован, также должна работать таргетированная реклама.

Вывод: если раньше нам было достаточно 1-2 каналов, то сейчас все гораздо сложнее, тем более, что из России ушли достаточно крупные игроки.

Данные становятся дороже

Поскольку данные становятся дороже, то и реклама становится дороже. Есть предположение, что через год данные будут стоить еще дороже, и вы будете покупать информацию о своих гостях у других систем.

Вывод: собирайте данные о ваших гостях, формируйте свою CRM-систему, пока это возможно.

Кстати, можно воспользоваться интересным инструментом Senler, который предлагает соцсеть ВКонтакте: он позволяет за относительно небольшую плату (или бесплатно) напрямую рассылать сообщения вашим подписчикам.

Изучить ЦА

81 % гостей ищут диджитал бренд отеля в интернете

Перед тем как сделать бронь на серьезный чек, потенциальный клиент изучает информацию об отеле в интернете, причем не только отзывы, но и то, как отель сам себя позиционирует (сайт, видео, короткие ролики и др). Только после того как клиент убедится, что все хорошо, он сделает бронь. Это данные PWS.

Место на полке

Post-stay опросы – это пережиток прошлого

Опросы нужно делать в период проживания и реагировать на них так же быстро. Сейчас технологии позволяют узнать пожелания клиента и по возможности сгладить негатив фактически сразу, не допуская появления отрицательного отзыва в интернете.

Развитие формата Bleisure: сочетание работы и отдыха

Росту формата Bleisure способствовала удаленная работа, вернее, стирание границ между работой и отдыхом. Также идею «подхватили» бизнесмены, которые много времени проводят в командировках: условно говоря, утро и день посвящены деловым переговорам, вечер – отдыху семьей.

Вывод: новый тренд позволяет успешно продавать деловые поездки «в пакете» со СПА, экскурсиями и другими вариантами отдыха.

Social First

Перед тем, как запустить какую-либо акцию или спецпредложение в интернете, подумайте о том, как она будет выглядеть в соцсетях. Если вас результат не устраивает, то не запускайте продукт в таком виде, поскольку пользователи сейчас все рассматривают «через призму» соцсетей.

Mobile First

Сейчас конкуренция за внимание гостя происходит в его телефоне, и этот тренд развивается уже несколько лет. По данным рунета, мобильный трафик составляет уже более 80%. Для рекламодателя это значит, что надо оптимизировать

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

Фокус – Москва и столичный регион

показ рекламы под мобильные устройства. Конечно, наиболее экономичным для отеля вариантом будет, если гость загрузит приложение отеля к себе в телефон. Но для этого гость должен быть уже лояльным к бренду.

Гонка впечатлений

Мы продаем не комнату, не кровать и даже не завтрак с бесплатным Wi-Fi. Мы продаем впечатление от нахождения гостя в отеле. Разрабатывая концепцию отеля или конкретную маркетинговую кампанию, думайте о том, какие впечатления гость получит, находясь в вашем отеле? После того как этот вопрос будет решен, у вас будет желаемый объем бронирований и транзакций.

https://horeca.estate/digits/86-gostinichnyj-biznes/1633-andrej-mikhajlets-gostinichnyj-biznes-i-10-trendov-marketinga-2023?utm_medium=email&utm_source=Unisender&utm_campaign=293201106&utm_content=

Тот, кто хочет стоять у руля отельного бизнеса, должен любить людей

Татьяна Бирюкова, директор парк-отеля «Лазурный берег на Оке» сравнивает отельный бизнес с квестом, который приходится проходить ежедневно. Ведь каждый день надо найти индивидуальный подход к каждому гостю и удовлетворить его интересы и потребности.

- Татьяна, почему вы выбрали именно отельный бизнес, и чем вам эта сфера деятельности близка?

- Это произошло случайно. С собственником отеля мы знакомы давно и ранее работали вместе в разных компаниях. Он предложил поработать над новым проектом его холдинга, а именно в гостиничном бизнесе. В итоге почти пять лет мы развиваем парк-отель «Лазурный берег на Оке», который все это время является одним из основных активов финансово-промышленной группы «Профит».

- Ни для кого не секрет, что сейчас активно развивается внутренний туризм. Многие предприниматели стремятся открывать отели, глэмпинги, вкладываться в этот перспективный бизнес. Но ведь не все так просто в вашем деле. На каких подводных камнях может прогореть отельный проект?

- Наш бизнес очень специфический. Человек, который хочет стоять у руля нашего дела, должен любить людей. Без этого невозможно построить отельный проект. Второй важный момент заключается в том, что на 90% отельный бизнес является сезонным. Его успешность зависит от региона, от погодных условий, от ситуации в стране и мире, и это нужно четко понимать. Именно поэтому необходимо тщательно проанализировать, в каком регионе ты планируешь строить или покупать отель. Чем он отличается от других регионов, какие будут плюсы, которые привлекут к вам туристов? Реки, горы, насыщенная деловая жизнь, города, крупные развлекательные мероприятия. Важно просчитывать абсолютно любые мелочи. Спонтанные решения тут не работают.

Местоположение объекта является очень важным фактором. Плюс, без персонала ни один отель не выживет. А с ним всегда тяжело. Особенно после пандемии, когда многие сотрудники переквалифицировались. И сейчас с линейным персоналом очень сложно. Маленький отель запустить проще, но тут важно выбрать место. Если речь идет про большой отель со спа зоной и развлечениями, на его успех и окупаемость будет сильно влиять местоположение.

- Татьяна, чем вам интересен этот проект как управленцу?

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

Фокус – Москва и столичный регион

- Отельный бизнес очень интересен, каждый день общаться с огромным количеством разных людей - это увлекательно. Когда в отеле много гостей, мы очень стараемся уделить внимание каждому и удовлетворить все его потребности. К нам приезжают люди с разными пожеланиями, все привыкли к разному уровню отдыха, но они выбрали именно нас, и наша задача - сделать так, чтобы все уехали с позитивом. Это такой квест, который мы проходим ежедневно. Например, на производстве ты заключил договор с одним покупателем, отработал все нюансы, и дальше все идет по накатанной. В гостиничном бизнесе такого нет, здесь каждый день приносит что-то новое.

- Отелюрам порой приходится оперативно решать сложные задачи. Например, директор одного глэмпинга рассказала мне такой случай. К девушке приехал в гости жених из Америки, и она попросила за полчаса, пока она его встречает, красиво, романтично украсить номер в домике. Какие кейсы решаете вы?

- У нас были необычные запросы на дни рождения. К примеру, однажды гости попросили нас найти цыган и настоящего медведя. Также был один запоминающийся день рождения ребенка, которому исполнялось десять лет. Специально для этого мальчика за ночь мы перестроили весь банкетный зал под военную тематику.

- Как выстроена работа вашей ресторанной службы?

- У нас функционирует департамент питания, курирующий это направление. В отеле организована система «все включено» - трехразовое питание по типу «шведский стол», разнообразные блюда, закуски, выпечка. Также гости могут посетить наш ресторан, который ежедневно работает по меню Аля карт.

- Сколько человек входит в вашу команду, и как вы ее формировали, ведь ни один отельный проект не будет успешным без грамотного персонала?

- В штате сейчас трудится более 70 человек - это администраторы, разнорабочие, горничные, повара, официанты, массажисты. Очень стараемся привлекать местных жителей, но так как мы находимся рядом с сельскими поселениями, не весь персонал можем подобрать оттуда, поэтому привлекаем сотрудников с других регионов вахтовым методом. Из опыта могу сказать, что такой формат более удобен для отеля. Мы предоставляем достойный уровень заработной платы, хорошие условия, проживание, бесплатное питание, поэтому многие сотрудники с нами не первый год.

- Может ли ваш сотрудник построить карьеру?

- Есть такие случаи, когда сотрудник начинал с администратора службы размещения, а сейчас работает у нас менеджером отдела продаж. Это повышение: менеджер занимается привлечением корпоративных гостей, а это другой уровень, другое общение, другая мотивация. Есть истории, когда линейный персонал, например, посудомойщица, выучилась и сейчас работает помощником повара. И, думаю, что это не конец ее карьерного роста. Мы стараемся разглядеть в людях потенциал и, если есть желание, давать возможность расти.

Татьяна, как управлять оборотными активами в условиях неопределенности, ведь сейчас отельеры не могут планировать на год и далее? Плюс и глубина бронирования в последнее время поменялась.

- Это объективно сложно. В 2018-19 годах и ранее в отельном бизнесе глубина бронирования составляла от двух до шести месяцев. Люди планировали отпуск заранее. Отельный бизнес примерно понимал, что у него будет в ближайшие полгода. Сейчас, к сожалению, такого нет. Последнее время срок неопределенности

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

Фокус – Москва и столичный регион

увеличивается. Начиная, с пандемии, глубина бронирования составляет 14 дней. Это даже не месяц. Планировать невозможно, и ты не понимаешь, что будет завтра. Сейчас тяжело многим видам бизнеса, и гостиничный бизнес не исключение.

Экономика поменялась кардинально. В лучшую или худшую сторону, покажет время. Мы, конечно, ко всему приспособимся. Возможно, что-то вернется, как было раньше, а что-то станет лучше.

- Как эффективно контролировать расход материальных ресурсов в гостиничном деле?

- Эффективно контролировать расход в существующих реалиях приходится ежеминутно. У отельного бизнеса два пути, и нельзя выбрать один, нужно их соединить. Необходимо улучшать материальную составляющую любого отеля, качество сервиса, увеличить количество услуг. Но при этом с учетом того, что нет понимания будущей ситуации, приходится распределять имеющиеся финансы так, чтобы отель продолжал функционировать, зачастую и в режиме большой экономии. Очень тонкая грань между улучшить и сэкономить, но все улучшения должны быть такими, чтобы в очень короткий период времени они дали свои плоды.

Не так, как раньше - захотелось и купил. Сейчас надо четко прорабатывать, как и что лучше купить, чтобы вложения принесли пользу. Сегодня актуален режим экономии, для отельного бизнеса в том числе.

- *Каким был для вас прошлый год, и какие планы на этот?*

- 2022 год был непростым, после февральских событий было очень много отмен броней. Люди не понимали, куда бежать и что делать, многие испытывали стресс. Мы старались сориентироваться. Многие туристы не смогли поехать, куда планировали, но им хотелось получить качественный отдых. И для нас сезон, особенно летний, был очень насыщенным. Поэтому 2022 год был сложным, но продуктивным. Всегда происходят какие-то события, на которые мы не можем повлиять. Сначала все испытывают растерянность, но со временем все встает на свои места.

Планы на этот год у нас грандиозные. Мы планируем развиваться и расширяться. Намечено строительство круглогодичного уличного бассейна, боулинга, новых коттеджей и увеличение номерного фонда. Для строительства мы уже приобрели земельный участок. Происходящие в мире события заставляют нас менять планы, но в любом случае мы находим пути выхода из сложных ситуаций.

- *Общаетесь ли вы с коллегами, обмениваетесь опытом, спрашиваете или даете советы? И как оцениваете поддержку отельного бизнеса государством?*

- Мы территориально находимся в Калужской области и стараемся плотно сотрудничать с Министерством экономики. Мы получали помощь от государства - частично были субсидированы ремонтные работы, которые мы делали в 2020 году. В прошлом году нам не удалось получить субсидии, потому что многие программы были перенесены на 2023 год. С коллегами мы, конечно, общаемся, делимся новыми идеями и опытом, обсуждаем нововведения в индустрии туризма. Туризм в России сейчас активно развивается, и мы очень стараемся сделать наш бизнес более привлекательным как для соотечественников, так и для гостей из других стран.

<https://hotelier.pro/interviews/item/tot-kto-khochet-stoyat-u-rulya-otel'nogo-biznesa-dolzhen-lyubit-lyudey-direktor-park-otelya-lazurnyy-bereg-na-oke-kaluzhskaya-oblast-tatyana-biryukova/>