



Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 0302-2024

С 09 по 18 марта 2024 года

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

Законопроект о снижении штрафов для отельеров

2. Гостиничный рынок Москвы и региона

Больше, чем до пандемии. В февральские праздники загрузка московских отелей достигла 81%

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Общественное обсуждение проекта профессионального стандарта «Специалист по классификации объектов (гостиничный бизнес)».

Спрос на сотрудников в гостинично-ресторанном бизнесе вырос на 61%

Строительство российского роботизированного отеля близится к финалу

4. Юридический практикум для отельеров и вопросы безопасности

Две общественных организации выступили против невозвратных тарифов в отелях

5. Новости гостиничного бизнеса за рубежом

EUROSTAT сообщил о состоянии гостиничной отрасли в ЕС

MARRIOTT и HILTON не так глобальны, как кажется, и как им самим хотелось бы быть

СМИ предупредили о возможном закрытии отелей в Турции

6. Полезное и интересное для отельера

Конференц-возможности на взлете

С чем сталкиваются отельеры, которые внедряют технологии самообслуживания

Что делать, если бюджет отеля не выполняется?

Топ ошибок предпринимателей, которые решают открыть гостиницу

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.

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

Фокус – Москва и столичный регион

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

Законопроект о снижении штрафов для отельеров

Минэкономразвития РФ разработало законопроект о существенном снижении размера штрафов для отелей за нарушение срока передачи информации о гостях.

Как считает соруководитель комитета РСТ по гостиничной деятельности и инвестор отеля Indigo St.Petersburg-Tchaikovskogo Виктория Шамликашвили, изменения положительно скажутся на бизнесе, но стоит подумать и об упрощении системы миграционного и регистрационного учета.

Согласно законопроекту, в случае превышения гостиницей срока передачи информации о регистрации и снятии с регистрационного учета гражданина РФ по месту пребывания, а также данных о прибытии и убытии иностранного гражданина или лица без гражданства не более чем на 10 дней, министерство предлагает выдавать предупреждение. За повторное нарушение будет назначен штраф 10 тыс. рублей. Если сведения не были переданы или опоздание составило более 10 дней, предлагается установить штраф в 25 тыс. рублей.

По мнению Шамликашвили, снижение штрафов положительно скажется на гостиничном бизнесе, однако само наличие подобных санкций не вполне обосновано, пишет РСТ.

«Эти штрафы лишены логики даже в том уменьшенном виде, в котором они предлагаются. Но, тем не менее, их снижение с уровня запредельного до какого-то более или менее адекватного, естественно, это большое достижение, потому что сегодня штрафы могут достигать 800 тыс. рублей в Москве и Петербурге за каждого неправильно или несвоевременно поставленного на учет подлежащего регистрации гостя. Буквально несколько нарушений могут означать сильное падение рентабельности небольшого предприятия, предоставляющего проживание», - сказала отельер.

Как считает эксперт, изменений также требует сама система передачи данных.

«Замечательно, что вообще про это зашла речь, что эти штрафы снижаются, но, на мой взгляд, этого недостаточно. Если бы миграционный и регистрационный учет был упрощен, то и оснований для нарушений было бы гораздо меньше», - подчеркнула Виктория Шамликашвили.

По ее словам, при попытке передачи данных, например, через Госуслуги часто выявляются несоответствия данных гостей и базы МВД. А в Санкт-Петербурге электронная система регистрационного учета практически не работает, поэтому отели вынуждены заполнять соответствующие формы вручную и передавать их через почтовые отделения.

Сейчас размер штрафов при несвоевременной постановке и снятии с учета иностранных граждан для должностных лиц составляет от 40 тыс. до 50 тыс. рублей, юрлиц – от 400 тыс. до 500 тыс. рублей.

За нарушение правил регистрации гражданина РФ для должностных лиц – от 25 тыс. до 50 тыс., для юрлиц – от 250 тыс. до 750 тыс. рублей.

В Москве и Санкт-Петербурге штрафные санкции для должностных лиц находятся в диапазоне от 30 тыс. до 50 тыс., для юрлиц – от 300 тыс.

<https://welcometimes.ru/opinions/zakonoproekt-o-snizhenie-shtrafov-dlya-otelerov>

2. Гостиничный рынок Москвы и региона

Больше, чем до пандемии. В февральские праздники загрузка московских отелей достигла 81%

Путешественники выбирают Москву, чтобы встретить праздники, провести отпуск или длинные выходные.

Средняя загрузка столичных отелей категории 3-5 звезд в феврале составила 78%, превысив допандемийные показатели того же месяца 2019 года на 11%. Как сообщают в Мостуризме, росту в том числе способствовал большой спрос на событийный туризм в праздничные дни.

Наибольшую заполняемость в феврале 2024 года (80%) показали трехзвездочные гостиницы. Четырехзвездочные и пятизвездочные отели также продемонстрировали высокие показатели – 77% и 75% соответственно.

Высокая загрузка московский отелей отражает растущий интерес у путешественников к городу. Туристы выбирают Москву, чтобы отметить праздники, провести отпуск или длинные выходные. 23 и 24 февраля средняя загрузка гостиниц и отелей составила 81% – на 6% больше, чем год назад.

Тенденция роста прослеживалась на длинных выходных в честь Международного женского дня. С 8 по 9 марта загрузка отелей составила 79%, что на 29% больше показателей 2023 года.

Во время праздников и крупных городских событий турпоток в столице регулярно увеличивается. Гостей привлекает не только культурная и деловая жизнь города, но и большое количество разнообразных фестивалей, концертов и экскурсий. Например, только в новогодние праздники столицу посетили 4,3 млн гостей, что почти в два раза больше, чем в прошлом году. 3, 4 и 5 января в центре Москвы гостиницы были почти полностью заняты – их загрузка составляла 90-100%.

Москва расширяет качественный номерной фонд, делает гостиничную инфраструктуру более комфортной и повышает качество сервиса. Сегодня в столице работает почти 2 тысячи гостиниц.

<https://hotelier.pro/press/item/bolshe-chem-do-pandemii-zagruzka-gostinits-moskvy-v-fevrale-dostigla-78/>

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Общественное обсуждение проекта профессионального стандарта «Специалист по классификации объектов (гостиничный бизнес)».

Комитет МТПП по вопросам образования совместно с Советом по профессиональным квалификациям (СПК) торговой, внешнеторговой и по отдельным видам предпринимательской и экономической деятельности ТПП РФ провёл общественное обсуждение проекта профессионального стандарта «Специалист по классификации объектов (гостиничный бизнес)».

По словам председателя Комитета МТПП Натальи Сапроновой, ключевой целью мероприятия организаторы ставили обсуждение проекта профстандарта с заинтересованными участниками профессионального и образовательного сообществ, по итогам которого планировалось внести предложения и корректировки в данную редакцию перед направлением проекта в Минтруд России.

«Самая ключевая проблема, стоящая перед деловым сообществом, заключается в подготовке кадров, которые могут заниматься классификацией объектов гостиничного бизнеса, - отметила, открывая мероприятие, Наталья Сапронова. - Сейчас отсутствуют программы высшего образования по этим специальностям, есть только программы дополнительного образования. В профессиональной среде идут споры о том, какие люди могут привлекаться к этой работе, какими навыками они должны обладать. Для того, чтобы это понять, как всегда, профстандарт – нам в помощь».

Руководитель направления разработки и внедрения профессиональных стандартов Фонда развития профессиональных квалификаций ТПП РФ, непосредственный разработчик обсуждаемого стандарта Кирилл Минеев отметил, что работа по разработке профстандартов ведется уже порядка десяти лет и остались профессии, которые имеют частичное правовое регулирование; в частности, это специалисты транспортной безопасности, и специалисты по классификации объектов гостиничного бизнеса. «Требования к ним содержатся обрывочно в разных нормативных актах и, когда образовательные учреждения начинают разрабатывать программы, они вынуждены собирать эту информацию по частям и превращать все это в комплексную программу по подготовке специалистов, - сообщил он. - Основная задача заключается в том, чтобы придать этим профессиям законное очертание, сделать некий мостик между рынком труда и образовательным учреждением, что и является основной задачей профстандарта. Нам необходимо создать единый документ, который будут использовать образовательные учреждения в своей деятельности при подготовке специалистов».

Профстандарт распространяется на специалистов по классификации таких туристических объектов как гостиницы, горнолыжные трассы и пляжи. «Хочу отметить, что глэмпинги и кемпинги, которые упомянуты в этом проекте, внесены туда по просьбе Росаккредитации, которая готовит законодательные акты, призванные урегулировать эти сферы деятельности. Возможно, потом в профстандарт будут внесены уточнения», - сообщил эксперт. Кирилл Минеев сообщил, что проект стандарта был направлен во все региональные торгово-промышленные палаты и уже приходят отзывы и замечания, которые на 98% будут учтены.

В ходе обсуждения были подняты вопросы различия между специалистами и стажёрами, их навыками и знаниями. Как отметил вице-президент Российской гостиничной Ассоциации, руководитель Межрегионального центра по классификации средств размещения Владимир Ефимов, позиция «стажёр» очень важна, поскольку невозможно научиться делать оценку, не получив опыта работы в

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

Фокус – Москва и столичный регион

этой сфере. Эксперт предложил более подробно прописать позицию, связанную со стажером, в том числе указать, когда стажер становится специалистом. Также был поднят вопрос о том, что на данный момент в правовом поле нет определения глэмпингов и кемпингов. По мнению эксперта по классификации гостиниц и иных средств размещения компании ООО «АКОНС» Ирины Дорошенко, на данный момент не имеет смысла выделять эти категории в профстандарте. Она указала, что в таком случае нужно прописать еще и турбазы, хостелы и т.д. Участниками мероприятия было предложено все-таки убрать категории объектов, которые пока не имеют законодательного регулирования, и оставить формулировку «иные средства размещения».

Председатель Комитета МТПП по проблемам качества и развития деловых услуг Виктор Зимин отметил, что эксперты возглавляемой им общественной структуры проработали вопрос и подготовили свои замечания и предложения, которые были направлены в СПК ТПП РФ. Среди них – предложение изменить название стандарта, указав «специалистов по классификации объектов туристской индустрии». Помимо этого, было озвучено предложение по внесению специальности «маркшейдер» для специалистов по классификации горнолыжных трасс.

По завершении обсуждения было принято решение подготовить все предложения в виде поправок и представить в Комитет МТПП по образованию до 20 марта.

Мероприятие проведено при поддержке Правительства Москвы и Департамента экономической политики и развития города Москвы

<https://mostpp.ru/news/turisticheskiy-biznes/sostoyalos-obshchestvennoe-obsuzhdenie-profstandarta-dlya-spetsialistov-po-klassifikatsii-obektov-go/>

Спрос на сотрудников в гостинично-ресторанном бизнесе вырос на 61%

По данным Авито Работы, за последний год число вакансий на рынке труда в сфере HoReCa выросло на 61%.

Увеличение спроса на сотрудников гостинично-ресторанного бизнеса сказалось и на их заработных платах — в среднем по России зарплатные предложения для свежих кадров выросли на 23% по сравнению с зимой прошлого года.

Заметнее всего повышение зарплатных предложений для новых сотрудников выражено в таких городах, как Томск (на 43%), Саратов (на 34%), Ростов-на-Дону (на 30%), Оренбург (на 28%) и Красноярск (на 27%).

При этом в Сочи вакансии в гостинично-ресторанном бизнесе занимают самую большую долю на рынке труда — 16% от числа всех размещенных в городе вакансий.

«Высокий спрос в отрасли был всегда, и на фоне общей ситуации с дефицитом кадров мы видим симметричное повышение спроса на такие позиции, как бариста, официанты и кухонные работники. Для бариста предложений о работе стало на 103% больше, чем в прошлом году, официантов — на 97%, для работников кухни — на 86%. Средние зарплатные предложения для новых сотрудников заметно выросли у официантов и работников кухни — им готовы платить в 1,5 раза больше, чем в прошлом году. Однако повышения зарплат может не хватить, из-за чего работодателям придется адаптироваться к новым условиям и принимать другие меры для привлечения и удержания персонала. Повышенная конкуренция за кадры обязывает компании рассматривать новые пути поиска сотрудников и предоставлять соискателям дополнительные льготы или вознаграждения», — комментирует

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

Фокус – Москва и столичный регион

Александр Сампетов, директор категории «Рабочие и линейные профессии» Авито Работы.

Самый востребованный персонал в сфере общественного питания

Специальность	Динамика увеличения числа вакансий, %, зима 2023/2024	Средние зарплатные предложения, руб., полный день, зима 2024
Повар	+62,7%	45 970
Официант	+96,6%	53 330
Пекарь	+12,7%	38 804
Мойщик посуды	+68,5%	30 061
Бариста	+103,1%	33 564
Бармен	+60,1%	37 262
Администратор	+63,3%	44 773
Сушист	+36,9%	38 912

<https://welcometimes.ru/news/spros-na-sotrudnikov-v-gostinichno-restorannom-biznese-vyros-na-61>

Строительство российского роботизированного отеля близится к финалу

Возведение роботизированного отеля в ИТ-городе Иннополис (Республика Татарстан) скоро завершится. Инновационный проект, обещавший революционизировать гостиничный сервис, вот-вот станет реальностью. «Макси Стафф» рассказывает, как он будет выглядеть и чего нам ожидать в будущем.

О проекте

Сейчас в здании проводятся отделочные работы, в процессе строительства гостиничную категорию решили повысить с трех до четырех звезд. Застройщиком выступила компания Kravt Invest. Предполагалось, что в проект будет вложено 500 млн рублей, из которых треть пойдет на внедрение передовых технологий.

«В проекте пересмотрели и улучшили технологические решения для кухни и двух ресторанов — all day dining и концептуального ресторана KravtGroup. На -1 уровне теперь предусмотрен конференц-зал для мероприятий, а на первом этаже — переговорные комнаты, тренажерный зал на площади 40 кв.м и лобби-бар», — рассказали девелоперы.

Итак, что представляет собой этот инновационный объект? Роботизированный отель, рассчитанный на 44 номера, обещают сделать полностью автономным: гости смогут регистрироваться через стойку self check-in, а ресепшн будет оборудован голосовым помощником с голографическим изображением. Также планируется завести роботов-уборщиков и роботов-консьержей. Однако некоторые детали проекта пока не оглашаются, например, кто будет поставщиком роботов и в каком обслуживании они нуждаются.

Пройти в номер сможет каждый гость благодаря автоматической идентификации. Сами номера будут обладать «умным» функционалом, включая возможность управления опциями через голосового помощника или мобильное приложение.

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

Предыстория этого отеля началась еще в 2020 году, когда пресс-служба Иннополиса объявила о его строительстве. Отель заявлялся как первый в России роботизированный отель. Целевой аудиторией этой гостиницы должны были стать бизнесмены и предприниматели, участники отраслевых мероприятий, студенты IT-факультетов, пациенты медицинского центра и их родственники.

Скоро гости Иннополиса смогут воспользоваться услугами этого уникального отеля, который станет важным этапом в развитии технологического и инновационного потенциала этого региона.

Примеры робоотелей по всему миру

Henn-na Hotel (Япония): японская сеть отелей, в которой большинство операций выполняется роботами. Здесь гости встречаются с роботами-ресепшн, роботами-носильщиками и даже роботами-уборщиками. Изначально ее обслуживали 186 роботов — и гостиницу даже занесли в Книгу рекордов Гиннеса как первую в мире, в которой почти весь персонал заменили машинами. Однако затем штат роботов заметно сократили из-за поломок и назойливости некоторых из них.

Yotel (Гонконг, Нью-Йорк, Лондон и другие места): Yotel известен своими автоматизированными отелями, где гости могут самостоятельно заселяться и освобождать номера. В отелях есть киоски самостоятельной регистрации в стиле авиакомпаний и вход без ключа, раскладные двуспальные кровати, регулируемое освещение и системы для создания настроения. Кроме того, отель New York является местом работы робота-консьержа багажа, который сам по себе стал достопримечательностью для туристов. В отелях Бостона и Сингапура есть роботы-разносчики: они запрограммированы преодолевать лифты и коридоры и могут взаимодействовать с людьми.

Aloft Cupertino (США): отель в Купертино, штат Калифорния, предлагает гостям использовать робота-дворецкого для доставки дополнительных полотенец, зубных щеток и других необходимых вещей в номер. Робот, получивший название Butlr, зарекомендовал себя настолько хорошо, что другие объекты гостиничной сети тоже решили их внедрить.

Hilton McLean (США): отель в Вирджинии принял на работу робота-консьержа Connie, который помогает с вопросами о бронировании, рекомендациями по местным достопримечательностям и даже развлекательными программами. Робот использует API машинного обучения IBM Watson. Примечательно, что чем больше гостей взаимодействуют с Connie, тем больше она узнает, адаптирует и улучшает свои рекомендации.

А в **The Peninsula Beverly Hills (США)** предлагают гостям роботизированную доставку багажа, которая помогает облегчить процесс регистрации и выезда.

Роботы в обслуживании гостиниц представляют собой прогрессивное решение, которое может значительно улучшить опыт пребывания гостей. Они способны выполнять ряд задач, таких как доставка товаров в номер, уборка помещений, регистрация заезда и выезда, предоставление информации о гостинице и достопримечательностях. Однако, несмотря на их потенциал, они сталкиваются с ограничениями в понимании и реагировании на сложные ситуации, а также в общении на эмоциональном уровне. Тем не менее, при правильном использовании и внедрении роботов могут стать полезным дополнением к персоналу гостиницы, сокращая время ожидания услуг и повышая уровень удовлетворенности клиентов.

Таким образом отель представляет собой важный шаг в развитии инновационного потенциала Иннополиса и демонстрирует стремление к созданию современной и уникальной инфраструктуры. С его запланированным завершением

строительства, он открывает новые возможности для развития туризма и привлечения внимания к технологическому прогрессу в России.

<https://hotelier.pro/news/item/stroitelstvo-rossiyskogo-robotizirovannogo-otelya-blizitsya-k-finalu/>

4. Юридический практикум для отельеров и вопросы безопасности

Две общественных организации выступили против невозвратных тарифов в отелях

Союз потребителей и «Общественная потребительская инициатива» отрицательно высказались о законопроекте, подготовленном Минэкономразвития. Об этом написали журналисты «Известий». Общественники опасаются, что инициатива с введением невозвратных тарифов в отелях приведет к росту цен на проживание, а отказаться от забронированных номеров без потерь можно будет только за дополнительную плату.

При этом бизнес, по мнению представителей указанных общественных организаций, также не выиграет. Спрос на услуги отелей будет снижаться из-за риска потерять деньги в случае изменения планов. Отметим, что в новом законопроекте средства можно будет вернуть только в случае документально подтвержденной болезни или смерти.

Проблемы возникнут и у компаний, которые отправляют своих сотрудников в командировки. В случае изменения планов — средства будут не вернуть.

Представители гостиничного бизнеса отмечают, что введение невозвратных тарифов позволит туристам получать скидку на проживание от 15% до 20%. К тому же, отельеры вряд ли переведут все свои номера на невозвратные тарифы, так как это может привести к оттоку клиентов.

Невозвратные тарифы позволят гостиницам застраховаться от ситуаций, когда клиенты снимают брони в последний момент или бронируют номера в нескольких отелях, а заселяются только в один.

<https://hotelier.pro/press/item/2-obshchestvennye-organizatsii-vystupili-protiv-nevozvratnykh-tarifov-v-otelyakh/>

5. Новости гостиничного бизнеса за рубежом

EUROSTAT сообщил о состоянии гостиничной отрасли в ЕС

В 2023 году туристы провели 2.9 миллиарда ночей в средствах размещения: гостиницах, хостелах, съемных апартаментах. Об этом сообщили сотрудники статистического управления Европейского союза (Eurostat).

По сравнению с 2022 годом количество ночевок выросло на 6.1%, а по сравнению с 2019 годом на 1.4%. Такая тенденция наблюдается по 24 из 25 стран ЕС, по которым есть актуальные статистические данные. Таким образом, можно говорить, что европейская туристическая отрасль оправилась от последствий пандемии коронавируса.

Дополнительно сообщается, что наибольший рост числа ночевок в средствах размещения (+20%) зафиксирован на Кипре и на Мальте. В Словакии этот показатель вырос на 16%.

<https://hotelier.pro/press/item/eurostat-soobshchil-o-sostoyanii-turisticheskoy-otrasli-es/>

MARRIOTT и HILTON не так глобальны, как кажется, и как им самим хотелось бы быть

Сравнение годовых отчетов двух гостиничных корпораций за 2023 год, проведенное известным международным изданием Skift, выявило интересные моменты.

Российским отельерам, знакомство с этими данными, наверняка, позволит что-то «намотать себе на ус», а потому – смотрите, что выяснилось.

Итак, Marriott International — крупнейший в мире отельер, а Hilton Worldwide — его близкий конкурент.

При взгляде на годовые финансовые отчеты Marriott и Hilton Skift'у бросились в глаза следующие примечательные аспекты из «жизни» отельных монстров.

1. Соперничество в привлечении участников программы лояльности

По состоянию на конец 2023 года ситуация в гонке за членов в программе лояльности выглядела так:

В программе лояльности Hilton 180 млн человек - на 19% больше, чем годом ранее.

В программе лояльности Marriott 196 млн - прирост на 10,7%.

Hilton расширяла свою программу быстрее, хотя и с относительно меньшей базы.

Если компании сохранят годовой темп роста в следующем году, Hilton может обогнать Marriott по количеству участников программы лояльности по итогам 2024 года.

2. Программа лояльности Marriott принесла участникам гораздо больший общий объем вознаграждений, чем программа Hilton. Она используется более интенсивно.

Владельцы отелей вносят средства в фонд, когда принимают платящих гостей. Они берут из него деньги, когда обслуживают гостей, использующих вознаграждения. И Marriott, и Hilton гарантируют, что владельцы отелей резервируют достаточно средств, чтобы покрыть все вознаграждения, обещанные гостям. В отчетах эти средства фигурируют как обязательства.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Marriott имеет краткосрочные обязательства в размере \$3,33 млрд. по своей программе лояльности для гостей и дополнительные долгосрочные обязательства в размере \$3,67 млрд. Эти цифры являются показателем того, сколько гости фактически заработали в программе лояльности компании.

Напротив, у Hilton краткосрочные обязательства по программе лояльности для гостей отмечаются в размере всего \$1,2 млрд., а долгосрочные обязательства – в \$1,53 млрд.

3. Marriott и Hilton сейчас заметно более прибыльны, чем шесть лет назад.

Существуют разные способы измерения прибыли, но скорректированная EBITDA («Скорректированная EBITDA» - EBITDAR (анализ прибыли до реструктуризации затрат)) позволяет сравнить эффективность деятельности компаний, независимо от структуры их активов.

В 2017 году скорректированная EBITDA Marriott составила 62% чистой выручки после возмещения расходов владельцам отелей.

В 2023 году сопоставимая рентабельность по скорректированной EBITDA составила уже 72,9% – прирост примерно на 11 п. п.

В 2017 году скорректированная EBITDA Hilton составила \$1,965 млрд. или 56%.

В 2023 году скорректированная EBITDA Hilton составила \$3,089 млрд или 69% - прирост примерно на 13 п. п.

4. Бизнес Marriott по арендному туристическому жилью остается небольшим

Этот бизнес настолько невелик, что Marriott не нужно существенно отчитываться об этом сегменте, а airbnb может не чувствовать угрозу своим позициям.

«На рынке краткосрочного жилья мы сталкиваемся с сильной конкуренцией со стороны крупных национальных и международных сетей, которые управляют отелями или франчайзингом своих брендов, независимых отелей и онлайн-платформ, включая airbnb и Vrbo, которые позволяют путешественникам бронировать краткосрочную аренду домов и апартаменты как альтернативу гостиничным номерам», - говорится в отчете Marriott.

Hilton вообще избегает альтернативного сегмента размещения. (Т.е. все как и у УК в России – «классика» отдельно, альтернатива (арендное жилье, апартаменты) отдельно).

5. Hilton нахваливает свои цели по т.н. «многообразию» и инклюзивности.

Компания сообщила, что по состоянию на конец 2023 года среди ее персонала по всему миру, который она напрямую нанимает или руководит через третьих лиц, 43% составляют женщины. В корпоративном руководстве компании насчитывается около 42% женщин, а в руководстве отелями - 24% женщин.

Корпоративное руководство Hilton в США «приблизительно на 20% этнически разнообразно», а среди руководителей отелей в США состав «приблизительно на 29% этнически разнообразен».

Marriott не предоставила сопоставимых данных на этот счет в своем отчете.

6. У Hilton относительно более высокая долговая нагрузка, чем у Marriott.

Долговая нагрузка компании может измеряться по-разному. Один из способов – это доля от активов. Долгосрочный долг Hilton на конец года составил \$9,15 млрд, или 59% от совокупных активов.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Долгосрочный долг Marriott составил 46% совокупных активов.

По оценкам кредитных агентств, Marriott имеет несколько лучшую способность погашать свои долги. Hilton имеет кредитный рейтинг ВВ+ от S&P Global Ratings, у Marriott кредитный рейтинг на один уровень выше - ВВВ.

7. Hilton и Marriott менее глобальны, чем им нравится предполагать

В 2023 году Hilton получила в США доход в размере \$7,98 млрд. Это 78% общего дохода корпорации.

Marriott в 2023 году – аналогично - получила 78% своего общего дохода в США.

При этом примерно 70% номерного фонда Hilton находится в США. У Marriott в США примерно 67% номеров.

8. Marriott отбирает долю рынка у независимых отельеров

Корпорация сообщила, что по состоянию на конец 2017 года около 71% гостиничных номеров в США были связаны с национальными брендами. По оценкам компании, на ее долю приходится примерно 15% гостиничного рынка США, если судить по количеству номеров. Далее, в конце 2023 года доля гостиничных номеров в США, принадлежащих компании, увеличилась на один процентный пункт – т. е. по оценкам компании, ее доля на гостиничном рынке США выросла на 1 п. п. - до 16%.

Hilton не предоставил сопоставимых данных на этот счет.

9. Обновление бренда Sheraton, проведенное Marriott, оказалось неэффективным

В 2018 году Marriott запустила «капитальный ремонт» бренда Sheraton - бренда, приобретенного в результате слияния со Starwood, завершившегося в 2016 году. Marriott уговорила владельцев отелей инвестировать \$500 млн в реконструкцию отелей на основе своих проектов.

Дала ли работа результаты?

В 2017 году, до обновления, выручка Sheraton в Северной Америке на доступный номер составляла \$116. В 2023 году - \$118,69. Учитывая, что за это время инфляция в США достигла порядка 22%, результат, прямо сказать, не впечатляет.

По состоянию на 31 декабря 2023 у корпорации в портфеле находилось 436 Sheraton по всему миру. В прошлом году Marriott представила в Европе бренд с избранными услугами под названием Four Points Express by Sheraton. Очевидно, к компании считают, что имя Sheraton по-прежнему помогает привлекать гостей.

10. Marriott в некоторых случаях взимает с владельцев отелей более высокую плату за услуги, связанные с едой и напитками.

В 2022 году договора Marriott по франчайзингу отелей предусматривали взимание роялти в размере от 2% до 3% от доходов по продуктам питания и напиткам по определенным брендам, предоставляющим полный спектр услуг. В 2023 году корпорация подняла диапазон отчислений до 4%.

Президент и генеральный директор Marriott Энтони Капуано рассказал недавно, что одним из его приоритетов является помощь владельцам в развитии ресторанов и баров в роскошных отелях группы, поскольку гости и местные жители все чаще делают бронирования, основываясь на репутации баров и ресторанов отеля. Marriott создала тестовую кухню в своей штаб-квартире и привлекла экспертов ведущих брендов, которые дают рекомендации по улучшению предложений. И это стоит денег.

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

Фокус – Москва и столичный регион

11. Hilton определил свои климатические цели

Ровно 800 слов в отчете компании на этот счет. В нем описывается, как в 2022 году компания поставила научно обоснованные цели по сокращению интенсивности выбросов углекислого газа для портфеля управляемых ей отелей на 75%, а для портфеля франчайзинговых отелей - на 56%.

Marriott на сей счет просто сообщил: «Наши усилия по борьбе с изменением климата включают в себя обязательство установить краткосрочную научно обоснованную цель по сокращению выбросов и долгосрочную научно обоснованную цель по достижению чистых нулевых выбросов парниковых газов в цепочке создания стоимости не позднее 2050 года».

Между тем, экстремальные погодные условия – волны жары, лесные пожары, наводнения – неизбежно меняют способы, характер и направления путешествий людей. Туристическому бизнесу придется реагировать на решения туристов выбирать направления, которые менее затронуты лесными пожарами или безумным количеством отмен рейсов из-за погодных катаклизмов.

Кстати, компания Marriott ранее уже отметила влияние погодных пароксизмов в своем отчете 2022/23 Climate Impact, сообщив, что в некоторых местах наблюдается сокращение числа поездок и снижение спроса на номера из-за сильных штормов, ураганов, землетрясений, цунами, наводнений, лесных пожаров и других природных явлений и катастроф (см. об этом в публикации на Hotelier.pro).

<https://hotelier.pro/news/item/marriott-i-hilton-ne-tak-globalny-kak-kazhetsya-i-kak-im-samim-khotelos-by-byt/>

СМИ предупредили о возможном закрытии отелей в Турции

МОСКВА, 18 марта/ Радио Sputnik. Задолженность отелей Турции перед банками угрожает гостиничному бизнесу страны – ряд мест для размещения туристов может быть конфискован в счет долгов, пишет газета Cumhuriyet.

«Задолженность отелей по кредитам после пандемии составляла 8,5 миллиардов долларов. В настоящее время долг вырос до 10 миллиардов долларов. 70-75 процентов отелей заложены в банках», – указано в материале.

Из публикации следует, что кредитные организации требуют от владельцев гостиниц продать их, чтобы погасить долги. Отмечается, что опасность перехода отелей в собственность банков возросла в связи с окончанием действия соглашений о лояльности.

«В стране не хватает мест для приема 56 млн туристов. Цель в 60 млн гостей в этом году также остается мечтой», – отмечается в статье.

Автор статьи подчеркивает, что эти события вызывают беспокойство у представителей туристического сектора.

<https://radiosputnik.ru/20240318/oteli-1934071707.html>

6. Интересное и полезное для отеляера

Конференц-возможности на взлете

«Россыпь» конференц-залов, уровень кухни, соседство одновременно и с метро, и с аэропортом делают отель DoubleTree by Hilton Moscow - Vnukovo Airport уникальным не только в Москве, но и во всей России.

Как при этом отель строит свою работу и почему гордится концепцией Hilton Making Moments, решил узнать постоянный автор Hotelier.pro Павел Баскаков. И у кого лучше узнать, как не у Даврона Арипова, генерального менеджера отеля DoubleTree by Hilton Moscow - Vnukovo Airport!

Павел Баскаков: Даврон, ваш отель расположен напротив главного входа в Терминал «А» Международного аэропорта «Внуково», до которого можно быстро и безопасно добраться по подземному тоннелю. Многие ли ваши гости связаны с аэропортом – т. е. являются пассажирами рейсов, вылетающих из Внуково, или экипажами воздушных судов?

Даврон Арипов: Да, упомянутые сегменты, несомненно, присутствуют у нас, но, обладая прекрасными конференц-возможностями, мы нацелены на привлечение именно групп и мероприятий.

Павел Баскаков: При этом - на какую среднюю загрузку номерного фонда вы ориентируетесь?

Даврон Арипов: Мы ориентируемся на среднюю загрузку в 70%.

Павел Баскаков: По каким каналам бронирования к вам попадают гости – какая доля броней приходится на прямые бронирования, сколько на OTA, корпоративные договоры, сколько на walk-ins?

Даврон Арипов: Наша стратегия нацелена на привлечение прямых бронирований, но мы, тем не менее, не преуменьшаем эффект от работы с OTA.

Павел Баскаков: В какой мере в 2024 году вы ожидаете видеть среди своих гостей путешественников из Китая, арабских стран?

Даврон Арипов: Мы уже стали видеть путешественников из данных стран в числе наших гостей, но в очень небольшом проценте в силу нашей локации (как правило, гости из данных стран отдают предпочтение отелям в центре города).

Павел Баскаков: Как повлияло на спрос на отель и бизнес-микс гостей открытие в аэропорту Внуково метро? (Внуково стало первым аэропортом в России со своей станцией метро).

Даврон Арипов: Мы видим открытие метро как неоспоримое преимущество, мы единственный отель в Москве при аэропорте, у которого в 2 минутах ходьбы от входа располагается целый транспортный хаб: аэропорт, метро и терминал скоростного поезда до центра Москвы. Тему метро мы продвигаем как одно из основных преимуществ отеля именно в рамках запросов на мероприятия и проживание групп.

Павел Баскаков: У вас целая «россыпь» конференц-залов? Можно ли считать вас не столько «аэропортовым», сколько конференц-отелем? Расскажите о ваших конференц-возможностях подробнее.

Даврон Арипов: Мы, несомненно, являемся одним из основных конференц-отелей Москвы, способных разместить действительно крупные мероприятия. Суммарная вместимость всех наших залов – более 1000 гостей. В отеле конференц-пространство с 9 залами и pre-function зоной занимает единый этаж, что чрезвычайно удобно как для организаторов, так и для участников. Все наши залы с большими окнами в пол, без колонн и прочих архитектурных элементов,

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

Фокус – Москва и столичный регион

ограничивающих обзор. Есть несколько залов-трансформеров, которые можно объединить в масштабные ballroom'ы или разделить с помощью выдвигной стены.

Заказчикам доступен полноценный конференц-сервис, в который входят пакетные предложения, готовые меню, портфолио дополнительных услуг по техническому и сценическому оборудованию, визуальному оформлению, рекомендации проверенных подрядчиков и прочее.

Почти все наши гости отмечают прекрасный уровень сервиса и питания. Мы действительно уделяем большое внимание кухне, поскольку среди многих элементов, определяющих успех мероприятия, уровень кухни является одним из наиболее важных. Но нельзя также забывать и об атмосфере.

Именно на основе этого сочетания кухня + атмосфера была разработана концепция Hilton Making Moments, которая позволяет шеф-поварам и службе F&B проявить всю свою фантазию и творческий подход к проведению мероприятия – превратить ужин, фуршет или обед не просто в гастрономический опыт, а поистине в уникальное и незабываемое впечатление. Сюда входят тщательно подобранные меню, креативные элементы декора или подачи, подходящие для различных корпоративных мероприятий, а также для частных торжеств, таких как свадьбы, дни рождения и юбилеи.

Павел Баскаков: Заметили ли вы какие-нибудь новые тренды в заказах конференций?

Даврон Арипов: Окно бронирования увеличилось в 2023 году, мы стали получать запросы на 2024 год. При этом, в основном, запросы на крупные мероприятия мы получаем от компаний из фармацевтической отрасли.

Павел Баскаков: Имеется ли у вас система лояльности для заказчиков мероприятий?

Даврон Арипов: В рамках глобальной программы лояльности Hilton Honors, участвуя в которой гости получают баллы за проживание и обменивают их на бесплатные ночи, организаторы также зарабатывают баллы, но уже за проведение мероприятий или размещение групп. Накопленные баллы можно потратить на собственный отдых или иные бенефиты в отелях сети, а можно использовать в счет проведения следующего мероприятия или размещения групп гостей.

Павел Баскаков: Какие глобальные тренды в гостеприимстве для вас наиболее важны – которым вы следуете или планируете осваивать?

Даврон Арипов: В течение пяти лет подряд Hilton признается мировым лидером отрасли в индексе устойчивого развития Dow Jones – компания действительно уделяет огромное внимание устойчивому развитию и сохранению экологии. В отелях сети действует запатентованная программа LightStay, позволяющая каждому отелю измерять и управлять экологическими показателями: выбросами углекислого газа, потреблением воды и электроэнергии, отходами и другими показателями. В программу заносятся данные о планируемом мероприятии, и она генерирует индивидуальную оценку воздействия этого мероприятия на окружающую среду, а также дает рекомендации по снижению прогнозируемого углеродного следа.

Отчеты, созданные в LightStay, дают представление об экологическом и социальном воздействии мероприятия как на уровне отдельного отеля, так и в масштабах всей компании.

Павел Баскаков: Найдется ли в вашем отеле место ИИ, бытовым роботам, «умным» устройствам или время для этого еще не пришло?

Даврон Арипов: Прогресс не стоит на месте. Конечно, мы движемся в этом направлении, но, учитывая, специфику отеля и сегмент гостей, среднюю

продолжительность проживания, пока мы не видим острой необходимости в применении подобных технологий.

<https://hotelier.pro/interviews/item/konferents-vozmozhnosti-na-vzlete-intervyu-s-davronom-aripovym-generalnym-menedzherom-otelya-doubletree-by-hilton-moscow-vnukovo-airport/>

С чем сталкиваются отельеры, которые внедряют технологии самообслуживания

Технологии самообслуживания давно вошли в нашу жизнь, мы пользуемся ими каждый день, даже не осознавая этого. После пандемии COVID-19 самообслуживание стало актуально и для гостиничного бизнеса, ведь оно позволило минимизировать контакты гостей и персонала. О том, что такое технологии самообслуживания, какие преимущества они дают отельерам, их сотрудникам и гостям, о возможных сложностях при внедрении самообслуживания, рассказывает директор по развитию компании TeamJet Тимофей Крышка.

Технологии самообслуживания – это цифровые решения, помогающие гостям «выключить» сотрудников гостиницы из процессов, в которых их присутствие некритично. При этом речь идет не об отказе от персонала как такового, а о снижении рутинной нагрузки на каждого конкретного сотрудника.

Есть мнение, что самообслуживание в гостинице ограничено всего двумя процессами – самостоятельной регистрацией с помощью мобильного приложения, либо установленного терминала (киоска) саморегистрации и бесконтактной оплатой. Однако, это не так. Конечно, перевести все процессы на уровень самообслуживания на текущем этапе развития технологий не представляется реальным, но уже сейчас гости многое могут делать самостоятельно:

- регистрироваться и заселяться;
- бронировать столик в ресторане и заранее оплачивать блюда;
- заказывать еду из ресторана в номер;
- выбирать различные услуги (уборку номера, посещение сауны, СПА, спортзала, бассейна, экскурсионное обслуживание, трансфер и т. д.);
- оплачивать проживание и услуги.

Даже по этому небольшому перечню видно, насколько снизилась при этом нагрузка на сотрудников стойки регистрации. Вместо того, чтобы отвечать на звонки гостей, они могут уделять больше внимания тем, кто желает заселиться или сделать заказ «классическим», контактными способами.

Помимо снижения нагрузки на персонал внедрение самообслуживания имеет и ряд других преимуществ.

Экономия времени гостей и повышение качества услуг

Исключение из цепочки «гость – конечный исполнитель» нескольких промежуточных звеньев позволяет ставить задачи более оперативно, буквально за доли секунды. Благодаря этому сокращается время исполнения запроса. Также будет исключен эффект «испорченного телефона»: исполнитель получит запрос именно в том виде, в каком его сформулировал гость. Так запрос будет удовлетворен не только быстро, но и максимально корректно.

Удовлетворение запроса гостей на свободу и экономию времени

Многие люди «распробовали» бесконтактные технологии и в частности технологии самообслуживания в период пандемии. Теперь они осознанно хотят больше влиять на события (например, решать, когда в их номере будет проведена

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

Фокус – Москва и столичный регион

уборка) и тратить как можно меньше времени на очереди и ожидание персонала. Внедрение технологий самообслуживания помогает удовлетворить этот запрос.

Повышение дохода отеля

Специальные сервисы для роста продаж отеля помогают гостю более осознанно выбирать услуги. Например, в нашем сервисе для роста продаж в отелях GoodStay интегрирована умная система рекомендаций, которая предлагает то, о чем изначально клиент мог не задумываться – соус к блюду или напиток. При этом, не требуется присутствие персонала, поэтому свободные сотрудники в это время будут заниматься другими гостями, что тоже принесет дополнительный доход.

Снижение сопутствующих расходов

Проиллюстрируем простым примером. Как только в гостинице появляется новая услуга или меняется меню ресторана, приходится заказывать новую полиграфию – каталоги услуг, буклеты, меню. В цифровой системе самообслуживания все эти изменения можно внести в несколько кликов и абсолютно бесплатно.

Повышение эффективности работы подразделений

Благодаря аналитике данных, подразделения смогут более гибко планировать работу и свои расходы. Например, ресторан, анализируя заказы блюд в номера, может более взвешенно заказывать продукты и делать заготовки – это позволит сократить объемы списания продуктов.

Улучшение гостевого опыта

Гости, все запросы которых реализованы, покидают отель удовлетворенными и будут не только возвращаться, но и рекомендовать его другим.

Как и любая инновация, внедрение самообслуживания может быть сопряжено с некоторыми «подводными камнями». Перечислю некоторые из них и расскажу о том, как их избежать или хотя бы нивелировать.

Неприятие персоналом

Сотрудники могут воспринять систему самообслуживания как угрозу потерять работу, нечто, что со временем полностью их заменит. Задача руководства – от администрации гостиницы до руководителей подразделений – объяснить, что это делается не в целях сокращения штата или снижения зарплат, а для снижения нагрузки на каждого сотрудника и повышения эффективности их работы.

Неприятие гостями

Безусловно, гости, которые не доверяют гаджетам и предпочитают живое общение, будут всегда. Поэтому, говоря о внедрении технологий самообслуживания, мы не имеем в виду полный отказ от «классических» процессов. Тем не менее для мотивации гостей можно предлагать им некие бонусы за самообслуживание: баллы лояльности, скидки на проживание или отдельные услуги (например, на заказ блюд из ресторана или посещение СПА), дарить им сувениры, бесплатно предоставлять дополнительные услуги и т. д.

Претензии гостей к работе системы

Поводы для них могут быть самые разные: нестабильная работа, непонятный интерфейс, некорректные формулировки, ошибки при выставлении счета и т. д. Каждая такая претензия – это удар по репутации отеля, поэтому не стоит экономить

на разработке и тестировании системы до ее запуска, тогда и оснований для негатива не будет.

Некоторые люди склонны относить к «подводным камням» фактор, вытекающий из последнего пункта – то, что разработка системы самообслуживания и ее интеграция в систему управления требуют серьезных затрат. Да, без инвестиций тут не обойтись, но нужно понимать, что это инвестиции в будущее, которые позволят повысить эффективность работы отеля, удовлетворенность гостей и увеличить доход. Поэтому перед тем, как отказаться от внедрения системы самообслуживания из-за кажущейся высокой цены, стоит проанализировать текущие расходы и то, какие выгоды эта система принесет. Вполне вероятно, после этого вы увидите, что это оправданные вложения.

<https://hotelier.pro/management/item/s-chem-stalkivayutsya-otelery-kotorye-vnedryayut-tekhnologii-samoobslyzhvaniya/>

Что делать, если бюджет отеля не выполняется?

Год только начался, но уже может получиться так, что бюджет первых месяцев не выполняется. Что делать? Все зависит от ситуации и конкретной проблемы, которую вы обнаружили.

О самых частых кейсах и решениях рассказала Ксения Багаева — преподаватель SWISSAM и финансовый директор Mozart Hotel Group с 15-летним опытом в управлении финансами отелей и ресторанов.

Если в плановой выручке и расходах закралась ошибка

Например, вы делали бюджет в Excel и какую-то строку расходов не просуммировали. Или опечаталась в ADR какого-либо сегмента. Если ошибка дает существенное искажение бюджета, несмотря на то, что бюджет — это закон, рекомендую внести корректировки в бюджет.

Почему это решение подойдет? Во-первых, каждый месяц иметь отклонения с комментарием “ошибка планирования” — раздражающий фактор для собственника и УК а также такие “технические” отклонения часто отвлекают внимание от реальных проблем. Во-вторых, если к выполнению бюджета привязана мотивация персонала, то нечестно лишать кого-то премии из-за технической ошибки.

Но и в обратную сторону это тоже должно работать: если ошибка в бюджете “благоприятная” (то есть доходы ниже, а расходы выше), то это тоже нужно корректировать.

Если с бюджетом все в порядке, но ситуация на рынке изменилась

Что делать, если сработали внешние факторы? Если изменения фундаментальные (например, пандемия), пересмотрите бюджет.

Если они значительные, но не критичные — составьте прогноз до конца года с учетом этих изменений и внесите корректировки в рабочие планы отеля.

Зачем составлять такой прогноз?

Во-первых, чтобы продумать, какие решения нужно принять, какие шаги сделать, чтобы все-таки достичь бюджета по прибыли или хотя бы приблизиться к заветной цели.

Во-вторых, такой рабочий прогноз позволит планировать движение денег и избежать кассового разрыва.

Пример:

Мини-отель арендует помещение, и собственник поднял аренду на 20% вместо запланированных 10%. Управляющий составляет прогноз, вносит корректировку по

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

Фокус – Москва и столичный регион

аренде и видит: чтобы перекрыть дефицит бюджета, нужно поднять выручку на 3%. А дальше уже нужно рассчитать, на сколько нужно поднять загрузку, при каком ADR и так далее.

Так, с помощью эффективного планирования и дополнительных усилий отдела продаж (куда без него?:-) можно свести негативное влияние роста аренды к минимуму.

Но важно: в такой ситуации не всегда нужно поднимать выручку, и это не всегда возможно. Часто в бюджете есть резервы для экономии по иным статьям расходов. Если их урезать, можно перекрыть превышение бюджета по другим расходам.

Если бюджет составлен корректно, критичных изменений нет, но планы все равно не сбылись

Такое бывает, когда планировали слишком позитивно или где-то не доработали. Тогда механизм контроля бюджета следующий:

- Ежедневно отслеживайте выполнение и пик-ап (pick-up) по выручке;
- Ведите прогноз по выручке (прогноз — рабочий инструмент исполнения бюджета);
- Ежемесячно составляйте прогноз по выручке на следующий месяц (желательно, на квартал вперед, идеально — до конца года);
- Исходя из прогноза по выручке, составляйте прогноз расходов.
- Так, если по выручке идет невыполнение бюджета, за счет сокращения расходов у вас появится шанс выполнить бюджет по прибыли.

Как сокращать расходы?

Переменные расходы меняются пропорционально базе (выручке, проданным номерам, количеству гостей и пр.). Соответственно, их также нужно снижать пропорционально. Постоянные расходы оценивайте относительно прогноза по выручке и расставляйте приоритеты: оставить расход в прогнозе, отложить, отказаться. Мы не можем не платить зарплату, коммуналку и так далее, но какие-то закупки, декор, некритичный ремонт можем отложить.

Если постоянно держать руку на пульсе, ежедневно контролировать исполнение бюджета и своевременно корректировать действия — отель может добиться плановых показателей, даже если в какой-то момент бюджет начинает не выполняться.

<https://hotelier.pro/news/item/chto-delat-esli-byudzhnet-otelya-ne-vypolnyaetsya/>

Топ ошибок предпринимателей, которые решают открыть гостиницу

Управляющий партнер KravtGroup Валерий Кравцун

Согласно отчету ассоциации "Турпомощь", в России в 2023 году было открыто 122 тысячи новых гостиничных номеров. Большая часть из них — в небольших региональных объектах размещения.

Со стороны гостиничный бизнес может казаться очень легким и инвестиционно-привлекательным на фоне роста внутреннего туризма. Однако просто построить отель и пригласить гостей — недостаточно. Управляющий партнер KravtGroup Валерий Кравцун — о том, с какими трудностями сталкиваются отельеры-новички.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Незнание отрасли. У гостиничного бизнеса много особенностей, с которыми может справиться только хороший управленец. Даже если вы только задумываетесь об открытии гостиницы, общайтесь с успешными игроками отрасли уже сейчас: узнавайте, как они запускали проекты, с какими трудностями столкнулись, и как преодолели их.

Пройти повышение квалификации по направлению гостиничного бизнеса — тоже будет не лишним. Это позволит лучше понять особенности индустрии и подготовиться к успешному запуску отеля, избежать трудностей на начальных этапах.

Интуиция вместо бизнес-плана. Продумайте, как будет развиваться ваш отель: проведите SWOT-анализ — оцените преимущества и недостатки, определите потенциальные перспективы. Оцените потенциал и рассчитайте, сколько гостей сможет принять отель, создайте портрет вашего гостя.

Установите цели на ближайший год: количество гостей, нововведения в сервисе и обслуживании, каналы привлечения гостей. Например, среди задач на первом этапе может быть: создание сайта отеля, партнёрство с платформами бронирования и другими ресурсами. Оцените предполагаемые траты и требуемые ресурсы.

Ошибка в выборе места. Прежде чем открывать гостиницу, тщательно изучите, в каких городах и районах может быть востребован отель, есть ли конкуренты, и какой формат подойдет лучше всего. Например, отель с пятью звездами в отдаленном регионе или в городе, где нет постоянного потока туристов, нет делового центра и достопримечательностей — скорее всего, не окупит затраты. В таком случае более выигрышным вариантом может стать небольшой отель.

Важна также транспортная доступность. Если это город-миллионник, отель должен быть удобно расположен: от него просто добраться в аэропорт, на вокзал или в центр города к туристическим объектам.

Заблуждение “Владелец отеля может ничего не делать”.

Получать прибыль просто так не получится, вместо этого — будет много работы, а контролировать все процессы и сервис придется лично. Решением может быть также найм менеджеров с опытом в туристической отрасли, которые смогут управлять отелем, поддерживать его статус и уровень без присутствия владельца.

Непродуманная концепция. Одна из основных задач — детально продумать концепцию гостиницы, потому что именно она помогает привлечь гостей. Не стоит упускать такие вопросы, как качество питания, дополнительные сервисы и услуги, которые вы будете предлагать клиенту при заезде. Заранее важно определиться с уровнем будущего отеля и его инфраструктурой, оценить, готовы ли вы соответствовать тому статусу или “звездности”, которые заявили.

Незнание нормативно-правовой базы. Перед приобретением земельного участка для отеля важно изучить его особенности. Участок может быть предназначен для сельского хозяйства, и в таком случае там запрещено строить гостиницу. Следует провести аудит совместно с юристами и установить правовой статус земли.

Отсутствие кредиторов. Начинаящий отельер подвергает себя значительным рискам, поэтому самый безопасный вариант — проектное финансирование. В таком случае концепция проекта автоматически проходит проверку банком. Эксперты проводят тщательный анализ финансового положения заемщика и оценивают рентабельность предлагаемой концепции. Такой подход обеспечивает максимальную защиту проекта и дает уверенность в успешной реализации.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Самостоятельное управление. Работа с клиентами, уборка в номерах, приготовление пищи — человек просто не в состоянии сразу выполнять все эти задачи. В противном случае обслуживание ухудшается. Важно помнить, что в гостиничном бизнесе необходимо управлять профессионально, без попыток осуществлять все функции самостоятельно.

Найм родственников и друзей. Такая практика, характерная для не больших отелей, — может негативно повлиять на бизнес. Большинство таких работников ощущают безнаказанность и, возможно, не всегда серьезно подходят к своим обязанностям. В команду лучше набирать профессионалов.

По прогнозам ВЭБ.РФ, до 2030 года число номеров в российских отелях 3* (235 тыс. номеров) увеличится на 32% и дойдёт до отметки в 451,1 тыс. Количество номеров в низкобюджетных отелях 2* и ниже, включая неклассифицированные, согласно прогнозам, вырастет до 803,5 тыс. номеров.

Это значительный рост в сравнении с данными 2021 года — более чем на 57%.

<https://welcometimes.ru/opinions/top-oshibok-predprinimateley-kotorye-reshayut-otkryt-gostinicu>