



Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 0304-0401-2022

С 29 марта по 08 апреля 2022 года

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

Правительство вводит новую меру поддержки строительства отелей

На строительство гостиниц в России инвесторы смогут брать кредиты под 5%

Готовится ли операция по «де-взлетизации» цен в летнем сезоне?

Вадим Прасов — о том, поможет ли отказ от НДС снизить цены в российских гостиницах

Действие программы туристического кешбэка продлится до 15 апреля

2. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Новая кризисная ситуация и влияние на туристский и гостиничный бизнес

Гостей все меньше: какие города потеряли бронирования из-за закрытия аэропортов

Airbnb прекратил работу с гражданами РФ и Белоруссии по всему миру

Russpass станет единой площадкой для бронирования гостиниц в России

Алексей Волков: около 60% бронирований отелей в РФ происходят напрямую

Sokos Hotels анонсировала закрытие отелей в Петербурге

Гостиничных бренды уходят из гостиниц с долей российских госбанков

Загрузка отелей Петербурга после резкого падения достигла 90%

В России планируют строить быстровозводимые отели категории 3 звезды

Цены на аренду жилья на Красной Поляне выросли на 27%

В 2022 году в Крыму откроют семь новых отелей

3. Юридический практикум для отельеров и вопросы гостиничной безопасности

Некоторым отелям все равно придется платить НДС после обнуления ставки

Юнис Теймурханлы: Откуда такие цены?

Booking оплатила штраф в 1,3 млрд рублей

4. Интересное, полезное, важное для отельера

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

Фокус – Москва и столичный регион

Вперед в прошлое: турист 2022-море, родственники, машина Эффективны ли карты лояльности? Мнения

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

Правительство вводит новую меру поддержки строительства отелей

Правительство согласовало еще одну меру поддержки строительства модульных отелей. Об этом заявила глава Ростуризма Зарина Догузова на встрече с вице-премьером Дмитрием Чернышенко 31 марта.

«Нам удалось отстоять фокусную поддержку модульных гостиниц, которые являются некапитальными и более прочными конструкциями, чем палатки: это металлокаркас, дерево, которые стоят от 20 до 50 лет. Мы рассчитываем, что благодаря этой поддержке уже в этом летнем сезоне у нас заработает от 50 до 100 таких модульных отелей с номерным фондом 2500-5000 новых номеров. На днях ориентируем регионы по этой субсидии, чтобы стартовать», — отметила руководитель Федерального агентства по туризму.

Она напомнила, что в этом году продолжается грантовая поддержка кемпингов и глэмпингов. По результатам прошлогоднего отбора было построено 120 таких объектов, в этом году планируется строительство еще 150-ти. По словам Догузовой, эти меры помогут сгладить незапланированный рост турпотока в связи с введенными в отношении России санкциями.

Вице-премьер Дмитрий Чернышенко попросил активно принимать участие в этом типе поддержки Краснодарский край, который, по его словам, имеет самый большой потенциал для проектов по строительству быстровозводимых гостиниц. «Эти меры поддержки как раз необходимы для того, чтобы не только крупный бизнес заходил, но и средний, и мелкий. Поэтому вам нужно стремительно выделить землю и привлечь инвесторов. Средства и производители уже есть. Все в ваших руках», — обратился он к губернатору Краснодарского края.

По прогнозу Ростуризма, турпоток с мая по сентябрь в этом году вырастет от 4 до 30%, в зависимости от региона, и суммарно превысит 31 млн человек. Самое большое увеличение ожидаемо будет на юге России, где рост составит 30% к показателям прошлого года. Чтобы снять нагрузку с черноморского побережья, Федеральное агентство по туризму планирует активно продвигать альтернативные направления — Балтийское побережье и Каспий.

Напомним, эксперты считают, что с учетом сжатых сроков есть вероятность, что инвесторы не успеют реализовать проекты в этом году. По мнению представителей бизнеса, для качественного рывка вперед размер грантов должен быть больше и сопровождаться дополнительными мерами поддержки, в том числе со стороны регионов. При этом спектр участников программы бизнес предлагает сузить за счет поддержки строительства определенных типов модулей, а контроль за расходованием средств на уровне регионов — сделать строже, чтобы избежать проектов, которые с большой долей вероятности через какое-то время закроются.

https://profi.travel/news/54898/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_20911_010422

На строительство гостиниц в России инвесторы смогут брать кредиты под 5%

Премьер-министр РФ Михаил Мишустин объявил, что для поддержания внутреннего туризма инвесторы смогут получить льготные кредиты под 5% на открытие гостиниц.

«Конечно, мы по-прежнему будем поддерживать наш внутренний туризм, в рамках национального проекта по туризму инвесторы, которые станут вкладывать в

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

Фокус – Москва и столичный регион

строительство гостиниц, смогут значительно снизить стоимость заемных средств», — сказал председатель правительства на встрече с фракцией «Единой России» в Госдуме. Глава кабинета министров уточнил, что для таких инвесторов «разработана программа по льготному кредитованию по ставке 5%».

В начале марта правительство поддержало введение пятилетней нулевой ставки НДС для компаний, которые инвестируют в создание туристических объектов. До этого в России, по словам главы Ростуризма Зарины Догузовой, действовала одна из самых высоких в мире ставок для туризма — 20%. Это делало отрасль непривлекательной для инвесторов и неконкурентной по сравнению с другими отраслями экономики.

<https://hoteliernews.ru/na-stroitelstvo-gostinits-v-rossii-investory-smogut-brat-kredity-pod-5>

Готовится ли операция по «де-взлетиции» цен в летнем сезоне?

Несколько дней назад Федеральная антимонопольная служба (ФАС) одернула ряд крупных участников рынка внутреннего туризма, вынеся им предостережение о недопустимости публичных заявлений о повышении цен курортными отелями.

"Ведомство выдало должностным лицам туроператоров "Мультитур" и "Дельфин", а также группы компаний Atelika Hotel Group предостережения о недопустимости совершения действий, которые могут нарушить Закон о защите конкуренции. Публичные заявления должностных лиц о прогнозируемом повышении цен могут быть восприняты хозяйствующими субъектами, которые предоставляют туристические услуги, как руководство к действию. В результате это может привести к необоснованному росту цен и ажиотажному спросу на такие услуги", - было сказано в заявлении ведомства.

Вслед за предупреждением ФАС о недопустимости публичных прогнозов подорожания размещения в отелях, туроператоры стали получать звонки из правительства с просьбами сообщить об известных им случаях завышения цен в гостиницах.

Интересно, что при этом в сообщении ФАС было добавлено:

"Зачастую изменение цен на летний отдых связано с сезонным повышением спроса. Дополнительных объективных оснований для резкого повышения цен в связи с возникновением новых расходов на туристические поездки по России к наступлению летнего сезона может не появиться".

Такое добавление вызывает недоумение. Только слепой мог не увидеть, как в марте 2022 в России взлетели цены — и цены поставок, и цены в рознице — практически на все: от продуктов питания до бытовой химии и офисной бумаги.

Андрей Ткачев, генеральный менеджер отеля «Введенский» (Санкт-Петербург), например, перечисляет, что резко подорожало: хозтовары +40%, эколаб (химикаты) +20-30%, полуфабрикаты хлебо-булочных изделий +110% (!), бумага для меню в ресторанах +78% ... и т. д. и т.д.

Роман Сергеев, управляющий партнер ГУК "РосОтель", говорит: «В среднем на 30% подорожала западная продукция, на 10% - ее аналог от российских производителей».

«В марте покупали только чеки и бумагу. Цены выросли на 400 процентов! Химия на 100 процентов. Будем менять поставщика и сами средства на более дешевые. Еда в среднем поднялась в цене на 20-40%», - сообщает Марина Савельева, генеральный директор отеля «Ирис» (г. Александров, Владимирская область).

«Нам уже подняли цены: Туалетная бумага — на 60% / Крепкий алкоголь — на 50-70% / Вина — 40-60% / Красная рыба (семга) — на 62% / Сыр Пармезан

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

Фокус — Москва и столичный регион

(Аргентина) – на 56% / Оливковое масло (Италия) – на 70% / Продукты из Белоруссии (овощи) – на 40% / Мороженые овощи из Польши – до 60% / Бананы – на 30%. С 1 апреля – услуги прачечных +15%, бытовая химия +30-35%», - говорит Борис Агулов, генеральный директор ООО «Бизнес-отель Аэростар» (Москва).

«Мы очень сильно ощутили повышения цен на расходники в марте. Бутилированная вода с логотипом выросла в цене в 1,5-2 раза, тапочки – в 2 раза. Мы пытались заменить данные товары более дешевым аналогом, но, к сожалению, такие варианты очень сложно найти на рынке. Бытовая химия, текстиль – все выросло в цене. Европейские поставщики услуг под влиянием санкций прекратили поставку товаров», - комментирует положение дел Юлия Злобина, руководитель отдела продаж и бронирования апартаментов «Аквалина» (Санкт-Петербург).

К тому же, многие иностранные компании перестали поставлять оборудование и работают в рамках оказания сервисных услуг – замечает генеральный директор УК «РосинвестОтель» Кирилл Иртюга.

На этом фоне проблемным делом, например, рискуют стать кофе-брейки. Если цены на кофе подросли в марте не критически, то с рынка исчезают ремонтные комплектующие к аппаратам по варке кофе. Не придется ли переходить на растворимый кофе или варить кофе для участников мероприятий в чанах, или же переходить с кофе-брейков на чайную паузу?

Как в таких условиях отельеры смогут сдержать свои расценки от роста в летнем сезоне 2022? Витает ли над рынком тень госрегулирования? Ожидают ли отельеры, что государство возьмется «приплющивать» цены на размещение в гостиницах России в летнем сезоне 2022 как на социально значимую услугу?

На данный момент цены на размещение в России нерегулируемые – у ФАС таких инструментов нет, служба может привлекать к ответственности только за ценовой сговор, а также безосновательное создание нездорового ажиотажа вокруг чего-то. Однако механизм мониторинга ФАС может стать основой для решений правительства, как это было в городах проведения матчей Чемпионата мира по футболу и во время Олимпиады. Если по итогам мониторинга будет видно, что тарифы завышены, государство может ввести регулирование, запретив подорожание больше, чем, например, на 10% от уровня прошлого года.

«Понятие «гостиницы в России» не существует в прямом смысле слова. Всё индивидуально и регионально. В 95% всего номерного фонда госрегулирования не будет. Оставшиеся 5% - это госсанатории и др. Там не знаю, как будет. Вполне может быть», - замечает Роман Сергеев.

«Сама идея регулирования цены на услугу - утопия. Услугу невозможно оценить, - говорит Марина Савельева. - Можно посчитать только затраты, прибыль и т.д., а оценить услугу - нет. Ее можно оказывать бесплатно или очень дорого. Даже интересно посмотреть, как регулирование будет осуществляться и кем? Какие специалисты будут задействованы. Я не поднимала цены три года, обстановка в стране не способствует. Уход с рынка «Букинга» очень сильно ударил по периферии. У нас сейчас очень маленькая загрузка. Агрегаторов полно, но четко работающий «Букинг», как и «Макдональдс», не заменит никто».

«Мы не ожидаем, что государство возьмется регулировать цены на размещение в гостиницах России, - высказывает мнение Борис Агулов. - Наш отель сам регулирует ценовую политику по продажам номеров, т.е. работает с динамическим ценообразованием. Да, в нашем отеле средняя цена номера выросла на 23%, но по причинам, не связанным с текущими событиями. Во-первых, в силу реновации номерного фонда и введения новой категории номеров. Во-вторых, из-за пандемии произошла пересегментация гостей: при отсутствии туристических групп

«ушел» экономичный сегмент гостей и появился новый – более «дорогой», индивидуальный».

«На наш взгляд регулирование цены в объектах размещения на основании данных 2021 года было бы не очень правильно. Прошлый год для гостиниц был достаточно сложным из-за ситуации с COVID. Гостиничный бизнес за последние несколько лет уже потерпел большие убытки, поэтому в случае, если цены не будут ограничены в этом году, это могло бы помочь большинству предпринимателей в сфере гостиничного бизнеса», - считает Юлия Злобина.

«Есть рыночная экономика, а есть плановая экономика, - говорит Татьяна Тулович, генеральный директор «Императорского Фарфорового Завода». - Если мы переходим к плановой экономике, то тогда фиксированные цены государство должно устанавливать на все».

«Мы не можем не поднимать цены, - добавляет Андрей Ткачев. - Вопрос – на сколько. У каждого свой путь. Думаю, в среднем по рынку, рост составит 10-20%».

«Выросли цены на продукты, соответственно, отельеры вынуждены повышать цены комплексного обслуживания, - говорит Сергей Ромашкин, генеральный директор туроператора «Дельфин». — Поэтому мы просим отельеров пока продавать туры с проживанием без питания. При желании за питание туристы могут доплатить уже на месте».

Завтрак становится балластом в ценовом предложении отельеров? А All-Inclusive в России - «глупостью»?

«У нас завтрак и раньше был либо в тарифе, либо отдельной услугой», - замечает Роман Сергеев.

Аналогично и в «Бизнес-отеле Аэростар»: «В отеле всегда было и есть два тарифа: с завтраком и без. Гость выбирает нужный вариант при бронировании. Если гость забронировал тариф без завтрака, а потом передумал, то можно оплатить на ресепшен или в ресторане у менеджера. Это будет немного подороже, чем при бронировании, поскольку не вшито в тариф. Обычно мы рекомендуем включать завтрак сразу», - поясняет Борис Агулов.

«У нас есть тарифы с включенным завтраком, а также без питания. Гости сами могут выбрать удобный вариант. Аналогом являются кухонные зоны в номерах, где гости могут самостоятельно готовить пищу. Однако по статистике большая часть гостей, а особенно корпоративные гости – предпочитают только тарифы с включенным завтраком», - говорит Юлия Злобина.

«Завтрак мы не выносим, пока он входит в стоимость проживания, но это будет первым шагом к повышению цены. Ситуация сейчас нерадостная», - констатирует Марина Савельева.

Кстати, даже после обнуления ставки НДС для отелей России владельцы КСР, где имеется ресторан, не смогут воспользоваться нулевой ставкой НДС на услуги питания. Гостиницы освобождаются от НДС только на услуги размещения, но при этом обязаны платить налог с той части выручки, которая приходится на общепит и другие услуги. Необходимость платить НДС за услуги питания возникает в случае, если ресторан и отель оформлены на одно и то же юрлицо.

В Федерации рестораторов и отельеров (ФРИО) считают, что необходимость уплаты НДС за рестораны в отелях – это техническое упущение, основанное на давней проблеме разделения ОКВЭДов отельного и ресторанного бизнеса. «Наша федерация продолжит бороться за разумные нормы закона, поэтому мы будем инициировать поправки в закон, которые уберут эту нестыковку», - говорит Вадим Прасов, вице-президент ФРИО.

Генеральный директор УК «РосинвестОтель» Кирилл Иртыга обращает внимание, что, несмотря на то, что обнуление НДС - важный шаг для отельного

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

Фокус – Москва и столичный регион

бизнеса, обнуление не затрагивает малые объекты размещения, работающие на упрощенном налогообложении.

Насколько сейчас отелям будет выгодно работать с системой "Все включено", сказать сложно. Более того, многие разделяют мнение, что такая система в России и вовсе не нужна.

"All-Inclusive у нас — просто глупость, - говорит Игорь Бухаров, президент Федерации рестораторов и отельеров России. - Эта система начала развиваться в местах, где с территории отеля выйти практически некуда. В том же Стамбуле нет "Все включено", хотя в Анталии сплошь и рядом. В Стамбуле это бессмысленно, в городе масса кафе и ресторанов. Россияне склоняются к системе All-Inclusive на отдыхе, поскольку в прошлом в стране был постоянный дефицит продуктов».

«Прошлый век в истории России связан с войнами, перестройкой и дефицитом продуктов. Поэтому нашему человеку хочется есть много и недорого. "Все включено" похоже на привычную советскую столовую. Ресторанов в СССР было мало, поэтому нет ресторанной культуры, она все еще только складывается», - считает Игорь Бухаров.

Пожалуй, в 2022 году есть много и недорого не получится. Или ... получится ли операция по «де-взлетизации» цен в летнем сезоне?

Будет ли госрегулирование на услуги отельеров, не будет госрегулирования – на горизонте однозначно не простой и неоднозначный сезон, даже несмотря на то, что взоры как участников рынка, так и туристов почти всецело устремлены на внутренний туризм.

Такие обстоятельства, как приостановка работы 11 аэропортов на Юге России, сложность с самолетным парком у российских авиакомпаний, в том числе, серьезно реконфигурируют контуры сезона в его преддверии и заставляют пристальнее взглянуть на туриста-2022 – каким он будет, сколько будет готов заплатить за отдых и как доберется до отелей (см. публикацию «Турист 2022 – море, родственники, машина»).

<https://hotelier.pro/news/item/na-gorizonte-li-gosregulirovanie-tsen-otelerov/>

Вадим Прасов — о том, поможет ли отказ от НДС снизить цены в российских гостиницах

В России с 26 апреля обнуляется ставка НДС для гостиниц и других средств размещения (сейчас она составляет 20%) — соответствующий пункт содержит закон об антикризисных налоговых мерах, который подписал президент России. Для уже работающих гостиниц нулевая ставка НДС будет действовать до 30 июня 2027 года — пять лет. Для новых и объектов, прошедших реновацию, — пять лет с момента ввода в эксплуатацию.

Для крупных отелей вместимостью от 150 номеров, которых в России около 2 тыс., это станет существенной мерой поддержки. Небольшие средства размещения (их в стране около 28 тыс.) и раньше не облагались НДС, поскольку работают по упрощенной системе налогообложения.

Для потребителей введение нулевого НДС — это хорошо, поскольку у тех отелей, которые сейчас платят этот налог, появится возможность снизить цены на 15–20%. Правда, это еще не значит, что они ей воспользуются. Всё будет зависеть от конкретного объекта: кто-то за счет обнуления НДС захочет скорее закрыть свои долги и снизить издержки, а кто-то — привлечь туристов низкими ценами.

Также не стоит забывать, что конечная стоимость гостиничного номера — это вопрос взаимодействия спроса и предложения. И если на некоторые отели — например, на 4 и 5 звезд в курортных регионах — спрос будет велик, то снижения

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

Фокус – Москва и столичный регион

цен там не произойдет. А вот менее популярные гостиницы 2 или 3 звезды за счет обнуления НДС как раз смогут удерживать цены и даже немного их снизить. Это важно, поскольку клиенты таких отелей — люди с невысокими доходами, а в нынешней ситуации их платежеспособность явно не растет.

Что касается городских отелей — при закрытых границах и почти нулевом въездном потоке они работают исключительно на командировочных гостей. Сейчас там в среднем занято от 30 до 60% номеров, что совсем немного. Причем, сложности с загрузкой начались еще в пандемию, а мер поддержки крупные отели — плательщики НДС тогда не получили.

Обнуление НДС, безусловно, станет для них механизмом финансового оздоровления. У нас есть пример компании, которая оперирует 20 отелями, ее выручка в год — 1,5 млрд рублей, из которых около 150 млн — это НДС. Освободившиеся средства подобные организации смогут направить в том числе в фонд оплаты труда, что сейчас весьма актуально.

В целом в нынешней кризисной ситуации гостиничным предприятиям требуется больше финансовой стабильности и резервов для осуществления деятельности. Когда есть сложности с загрузкой номеров, любая мера поддержки хороша, особенно столь существенная, как обнуление НДС. Это был явно избыточный налог, крупные отели просили снизить или обнулить его на протяжении последних 10 лет. Сейчас гостиницы смогут чувствовать себя более уверенно.

Другой вопрос — привлечет ли обнуление НДС новых инвесторов в гостиничную отрасль. Это необходимо для решения проблемы дефицита современных качественных отелей. Интерес к отельному бизнесу в последнее время был достаточно высок. Но при текущей ключевой ставке Центробанка в 20% кредитные возможности ограничены — для инвесторов она слишком высока. Поэтому строить объекты будут те, у кого есть свои средства. За коммерческими кредитами инвесторы сейчас не пойдут. Возможно, государство предложит новые механизмы поддержки: целевые кредиты, гранты. Это могло бы помочь. В целом, чтобы построить новый качественный отель, нужно около трех лет, на его окупаемость уходит около 12.

Автор — вице-президент Федерации рестораторов и отельеров России

<https://hoteliernews.ru/vadim-prasov-o-tom-pomozhet-li-otkaz-ot-nds-snizit-tseny-v-rossijskih-gostinitsah>

Действие программы туристического кешбэка продлится до 15 апреля

Об этом в минувший четверг сообщил Михаил Мишустин во время выступления с ежегодным отчетом правительства перед Государственной Думой. Премьер-министр подчеркнул, что программа туристического кешбэка пользуется большой популярностью. В ней уже приняли участие более 1.5 миллионов человек, а желающих все еще много. Поэтому было принято решение о продлении действия программы до 15 апреля 2022 года. На эти цели дополнительно будет выделено 2 миллиарда рублей.

Напомним, что ранее в Ростуризме сообщали о завершении текущего этапа программы в ночь на 9 апреля. Остановка программы была вызвана исчерпанием выделенных на ее реализацию средств.

<https://hotelier.pro/news/item/deystvie-programmy-turisticheskogo-keshbeka-prodlyat-do-15-aprelya/>

2. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Новая кризисная ситуация и влияние на туристский и гостиничный бизнес

Гостей все меньше: какие города потеряли бронирования из-за закрытия аэропортов

24 февраля был введен режим временного ограничения полетов в аэропорты юга России. Запрет действовал до 2 марта, однако ограничение несколько раз продлевали. По последним данным, аэропорты не будут работать до 26 марта. В связи с этим в городах, попавших под ограничения, наблюдается массовая отмена бронирований. Команда национальной системы бронирования Bronevik.com проанализировала количество отмен и рассказала о том, какие города потеряли больше всего гостей.

Сильнее других пострадал Симферополь. В ближайшее время он встретит на 68% туристов меньше, чем планировалось. Курск лишился почти половины гостей на период ограничения работы аэропортов, а вслед за ним сократился объем бронирований и в Краснодаре – на 40%. Ставрополь в этот непростой период посетят на 39% меньше туристов.

По данным Ассоциации профессионалов индустрии гостеприимства (АПИГ), объекты размещения Ростовской области в конце февраля – начале марта 2022 года зафиксировали рекордный отказ от бронирований – он составил 25%. Эти данные подтверждаются и статистикой Bronevik.com: по данным компании отменилось более 20% бронирований в приграничных Белгороде и Брянске, а число поездок в Анапу сократилось на одну пятую. Пострадали от закрытия аэропортов также Геленджик (21%), Воронеж (18%), Липецк (16%) и Орёл (16%).

Сейчас объекты размещения находятся в состоянии неопределенности по многим причинам. Речь не только о политической и экономической ситуации, но и снижении количества иностранных туристов и уходе с российского рынка международных платформ бронирования отелей и апартаментов, которые обеспечивали значительный приток гостей. Некоторые игроки рынка заняли позицию пассивного наблюдения и оценивают реальный спрос, другие находятся на этапе планирования повышения стоимости, а третьи уже подняли цены в связи с ростом цен поставщиков.

Несмотря на временную недоступность главных курортов страны, стоит помнить о том, что сегодня по-прежнему работают загородные отели, турбазы и санатории, в которые можно быстро и легко добраться. Такой вариант размещения позволит перезагрузиться и сменить обстановку даже рядом с домом, не тратя время на дорогу. Совершить бронирование любого типа можно на сайте Bronevik.com, а при оплате картой «Мир» ещё и получить кэшбэк на поездку в размере 20% в рамках программы туристического кэшбэка от Ростуризма.

<https://hotelier.pro/news/item/gostey-vse-menshe-kakie-goroda-poteryali-bronirovaniya-iz-za-zakrytiya-aeroportov/>

Airbnb прекратил работу с гражданами РФ и Белоруссии по всему миру

О том, что сервис покидает российский рынок сообщалось еще в начале марта.

Граждане России и Белоруссии отныне не смогут воспользоваться сервисом краткосрочной аренды жилья Airbnb, теперь окончательно. Причиной тому стали события на Украине.

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

Фокус – Москва и столичный регион

«Компания Airbnb приостановила деятельность в России и Беларуси. Это означает, что бронирование жилья в России и Беларуси прекращено, а гости из этих стран больше не смогут оформить бронирование где бы то ни было», — такое сообщение появилось на сайте сервиса.

Немаловажно, что все бронирования в России и Белоруссии с 4 апреля 2022 года и позже, отменены.

<https://welcometimes.ru/news/airbnb-prekratil-rabotu-s-grazhdanami-rf-i-belorussii-po-vsemu-miru>

Russpass станет единой площадкой для бронирования гостиниц в России

Московский туристический сервис Russpass станет единой площадкой для бронирования гостиниц в России. Об этом сообщили в пресс-службе столичного комитета по туризму.

«Онлайн-помощник для туристов Russpass внедряет новые инструменты для работы с гостиницами. С апреля 2022 года он станет полноценной площадкой по бронированию отелей по всей России благодаря организации прямых продаж на сервисе», — говорится в сообщении.

По словам заместителя мэра Москвы Натальи Сергуниной, туристический сервис Russpass постоянно развивается. «Новая функция будет удобна и самим гостиницам, и тем, кто планирует забронировать номер. При подключении к системе отельерам предлагаются льготные условия — комиссия 5%. А туристам совсем скоро станут доступны разные бонусы, к примеру, ранний или поздний заезд и выезд, а также специальные тарифы», — сказала Сергунина.

Сотрудничество с крупной отечественной платформой позволит операторам рынка своевременно управлять номерным фондом, тарифами и продажами. Чтобы представить свою гостиницу в сервисе, уже сейчас достаточно подать заявку и принять онлайн-оферту. Новый канал продаж — Russpass — можно открыть в личных кабинетах своей партнерской системы управления бронированием.

В рамках еще одного пилотного проекта по расширению сотрудничества с гостиницами подписаны договоры с рядом отелей Москвы и других регионов страны. На Russpass уже разработаны готовые маршруты по восьми городам России с включенными в них отелями. Также путешественники смогут добавлять гостиницы в маршрут и строить его от места проживания до интересных локаций — музеев, ресторанов и достопримечательностей.

<https://hoteliernews.ru/russpass-stanet-edinoy-ploschadkoy-dlya-bronirovaniya-gostinits-v-rossii>

Алексей Волков: около 60% бронирований отелей в РФ происходят напрямую

Об этом сообщил президент Общенационального союза индустрии гостеприимства Алексей Волков в ходе пресс-конференции.

«Действительно, 60% сегодня покупок и приобретений всех через гаджет идет напрямую в отели, и все остальные агрегаторы сегодня где-то консолидируют по 2%, 4%, 5%, 6% каждый», — сказал Алексей Волков.

Он отметил, что сейчас на российском рынке бронирований низкий уровень конкуренции. Когда работал Booking, занимавший 60-70% всего рынка, развивать свои площадки «не было никакого смысла».

«Здесь дело не в вопросе, кто конкретно какие доли разбирает. А то, что они сегодня внутри стараются все создать какие-то похожие для нашего туриста

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

Фокус – Москва и столичный регион

элементы, чтобы конкурировать внутри себя, снижая стоимость комиссии для отелей. Я разговаривал с коллегами перед сегодняшней пресс-конференцией о том, что где-то приблизительно в неделю каждый агрегатор принимает 2000 отелей», — рассказал эксперт.

<https://hoteliernews.ru/aleksey-volkov-okolo-60-bronirovaniy-oteley-v-rf-proishodyat-napryamuyu>

Sokos Hotels анонсировала закрытие отелей в Петербурге

Финская S-Group (владелец Sokos Hotels) сообщила, что планирует закрыть свои отели в Санкт-Петербурге до конца апреля 2022 года. Ранее компания объявила о прекращении работы в стране. Конкретный план завершения работы гостиниц ещё разрабатывается, «оцениваются различные варианты».

В управлении Sokos Hotels находятся три объекта в Санкт-Петербурге с номерным фондом свыше 900 единиц. По данным СМИ, четырехзвездный Solo Hotel Vasilievsky на 8-й линии Васильевского острова находится в собственности гостиничного оператора, а два других объекта — в аренде.

По оценке партнера, руководителя отдела исследований и консалтинга IPG.Estate Валерия Трушина, стоимость всего операционного бизнеса и недвижимости сети оценивается в 2-2,5 млрд рублей. Источники газеты на рынке предполагают, что холдинг хочет найти покупателей на свои гостиничные активы или привлечь стратегического инвестора. Предположительно, активы Sokos Hotels могли бы быть интересны российским сетям Azimut Hotels и Cosmos Hotel Group.

Инвестор отеля Hotel Indigo St. Petersburg-Tchaikovskogo Виктория Шамликашвили полагает, что компании будет непросто продать свои активы, учитывая, что даже азиатские и арабские инвесторы в условиях текущей нестабильности берут паузу в решении о развитии на местном рынке.

По материалам: «Коммерсантъ. Санкт-Петербург»

<https://hoteliernews.ru/sokos-hotels-anonsirovala-zakrytie-oteley-v-peterburge>

Гостиничных бренды уходят из гостиниц с долей российских госбанков

Международные бренды начали уходить из гостиниц с долей российских госбанков, сообщают «Ведомости». Так, принадлежащий французской гостиничной группе Ассор бренд Fairmont, судя по всему, отказался от управления гостинично-жилым комплексом Fairmont/Vesper рядом со станцией метро «Маяковская» в центре Москвы. С сайта комплекса вся информация о Fairmont исчезла, сам он теперь называется Vesper Residences Moscow. Такое решение Ассор газета связывает с тем, что в 2020 году 50% долей в Fairmont/Vesper приобрела структура «Сбера». Гостиничная сеть была вынуждена приостановить какое-либо сотрудничество с собственниками комплекса.

Аналогичная ситуация происходит и с отелями группы ВТБ. Hyatt International разорвала соглашение на управление гостиницей Hyatt Regency Petrovsky Park, которая была построена в рамках проекта «ВТБ арена парк». Оператор заявил о невозможности дальнейшего сотрудничества в связи с тем, что группа подпал под санкции США.

Похоже также, что Marriott отказался от управления Courtyard by Marriott Kazan Kremlin в Казани. Информация об этом объекте исчезла с официального сайта сети.

Под вопросом остается участие Swissotel в отеле «Камелия» (ВТБ) и Radisson в гостинице Radisson Blu Resort & Congress Centre (ВЭБ) в Сочи.

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

Фокус – Москва и столичный регион

По материалам: Ведомости

<https://hoteliernews.ru/gostinichnyh-brendy-uhodyat-iz-gostinits-s-doley-rossiyskih-gosbankov>

Загрузка отелей Петербурга после резкого падения достигла 90%

Спрос на гостиницы Петербурга начал расти. Об оживлении рынка после резкого падения конца февраля-начала марта сообщил петербургский отельер, владелец одного из премиальных отелей Петербурга Юнис Теймурханлы. Загрузка резко пошла вверх в последнюю неделю марта, в дни школьных каникул, до этого бронирований практически не было.

«В любых кризисах, как экономических (в 1998-м и в 2008-м), так и геополитических (в 2014-м и в 2022-м) механизм действия один и тот же. Сначала наступает шок, и рынок полностью замирает. Это и произошло в конце февраля и в первые декады марта. Рынок абсолютно замер, поездки откладывали на неопределенное время как туристы, так и командировочные. Не понимали, что вообще будет происходить», — поделился эксперт.

С 24 марта на ситуации позитивно отразились детские каникулы и тот факт, что у людей прошел первый шок от происходящих геополитических событий. Люди начали активнее ездить. Юнис Теймурханлы рассказал, что активизацию рынка ощутили все отели города. В отелях высокой ценовой категории, класса премиум и люкс, загрузка была ниже: в среднем около 40-50 %, в «Гельвеции» достигла 89 %.

«И самое главное для нас, что это не локальные вспышки, а тенденция. Увеличивается глубина продаж. В начале марта глубина продаж была буквально два-три дня, сейчас уже почти семь. То есть мы уже можем прогнозировать что-то на семь дней вперед. Стандартная глубина для нас — две недели — месяц, поэтому будем надеяться, что эта глубина увеличится», — объяснил отельер.

По мнению Юниса Теймурханлы, положительная тенденция в Петербурге сохранится, несмотря на то, что страна остается практически закрыта. Рынок оптимизируется в условиях новой реальности. Внутренний туризм имеет все шансы быть успешным, особенно к началу лета, когда начнется сезон отпусков и каникул. Опыт пандемии здесь рынку в помощь.

«В 2021 году мы уже были абсолютно полностью импортозамещены. Иностранного сегмента не было ввиду пандемии, поэтому сейчас мы понимаем, что это такое. Дело в том, что Петербург имеет уникальную такую черту — это город фактически является импортозамещением всех европейских столиц-мегаполисов. То есть это настоящая культурная столица России, куда, конечно, стремятся при любой необходимости, любой возможности. Знаете, как я говорю: «Хочешь в Лувр — едешь в Эрмитаж. Хочешь в Прагу — едешь в Петербург». На все случаи жизни Санкт-Петербург является импортозамещением в чистом виде. Тем более в нынешних экономических, геополитических ситуациях гостиницам Петербурга переживать не о чем. В той или иной мере бизнес достанется всем. Опыт пандемии показывает, что мы достаточно успешно пересели на российский сегмент», — рассказал Юнис Теймурханлы.

Таким образом, можно говорить о том, что влияние сезонности на отрасль не нарушили внешние обстоятельства. Отток иностранных туристов компенсирует поток внутри страны, во многом этому способствует кешбэк.

По материалам: Невские Новости

<https://hoteliernews.ru/zagruzka-oteley-peterburga-posle-rezkogo-padeniya-dostigla-90>

В России планируют строить быстровозводимые отели категории 3 звезды

Об этом на прошлой неделе во время встречи правительства России и представителей туристической индустрии сообщил генеральный директор корпорации «Туризм.РФ» Сергей Суханов.

Руководитель корпорации отметил, что сейчас очень актуальна задача по насыщению регионов России доступными и комфортабельными средствами размещения. Наряду с традиционными технологиями строительства планируется активное использование новых технологических решений.

Для этого было проведено исследование рынка производителей, которые занимаются выпуском быстровозводимых конструкций. Подробно изучены технологии, а также производственные возможности крупных российских компаний. В настоящее время завершается конкурс на разработку проектных решений по созданию типового туристического комплекса категории «3 звезды». Объект будет построен из быстровозводимых конструкций.

Сергей Суханов уточнил, что использование новых технологий позволит значительно снизить стоимость и сократить сроки строительных работ. Это, в свою очередь, положительно повлияет на сроки окупаемости инвестиционных проектов.

<https://hotelier.pro/news/item/v-rossii-planiruyut-stroit-bystrovozvodimye-oteli-kategorii-3-zvezdy/>

Цены на аренду жилья на Красной Поляне выросли на 27%

Цены на аренду жилья на Красной Поляне за год выросли на 27%, достигнув 7 210 рублей за сутки. Об этом рассказали аналитики российского сервиса онлайн-бронирования жилья для отдыха Суточно.ру.

В среднем за поездку туристы тратят на проживание в Красной Поляне 43 240 рублей, что на 19% больше по сравнению с прошлым сезоном. Тогда люди тратили аренду в среднем 36 360 рублей.

«Несмотря на рост цен, спрос на Красную Поляну по-прежнему высокий. По сравнению с прошлым годом число бронирований здесь выросло на 13%», – рассказывает Юрий Кузнецов, основатель, владелец и генеральный директор российского сервиса онлайн-бронирования жилья для отдыха Суточно.ру.

В Сочи средняя стоимость аренды жилья в данный момент составляет 4 130 рублей за сутки, в Геленджике – 1 990 рублей, в Анапе – 1 610 рублей.

В целом Красная Поляна по итогам зимы стала самым популярным горнолыжным курортом среди россиян. Также в топ-10 вошли Шерегеш, Кировск, Домбай, Эльбрус, Южно-Сахалинск, Белокуриха, Хвалынский, Белорецк и Байкальск.

<https://welcometimes.ru/news/ceny-na-arendu-zhilya-na-krasnoy-polyane-vyrosli-na-27>

В 2022 году в Крыму откроют семь новых отелей

В этом году планируется открытие семи новых мест размещения на 420 номеров, проводится модернизация 89 объектов туротрасли, сообщил председатель Совета министров Крыма Юрий Гоцанюк во вторник в ходе заседания президиума Госсовета Республики.

«Еще одна стратегически важная для Крыма отрасль – курорты и туризм. Сегодня санаторно-курортный комплекс республики загружен на 70%», – сказал Гоцанюк.

Он уточнил, что в этом году запланировано открытие семи новых санаторно-курортных и гостиничных организаций на 420 номеров, проводится модернизация и реконструкция 89 объектов отрасли.

«В целом в этом сезоне планируют функционировать 1 098 объектов размещения общей вместимостью более 160 тыс. мест. Активно ведется работа по подготовке 432 пляжей к летнему сезону», — отметил он.

Туристический поток на полуостров по итогам 2021 года стал рекордным и составил почти 9,5 млн человек, что практически на 20% выше показателя 2020 года.

<https://hoteliernews.ru/v-2022-godu-v-krymu-otroyut-sem-novyh-oteley>

4. Юридический практикум для отельеров и вопросы гостиничной безопасности

Некоторым отелям все равно придется платить НДС после обнуления ставки

Владельцы отелей, в которых есть ресторан, не смогут воспользоваться нулевой ставкой НДС на услуги питания. Об этом Profi.Travel рассказала инвестор питерского бутик-отеля Hotel Indigo Виктория Шамликашвили 30 марта, комментируя финальную версию законопроекта.

По ее словам, КСР освобождаются от НДС только на услуги размещения, но при этом обязаны платить налог с той части выручки, которая приходится на общепит и другие услуги. Таким образом, даже после вступления в силу нового закона крупные отели продолжают платить за НДС круглую сумму, отмечает Шамликашвили: «В России НДС — это еще один налог с продаж, который составлял 16-18% от всей выручки крупных отелей, тогда как в других отраслях он колеблется от 2 до 5%. При таких формулировках законопроекта он не обнулится, а только снизится. Если при доходах в 200 млн рублей мы раньше платили в общей сложности 76 млн налогов, то теперь, вероятно — около 40 млн».

Кроме того, эта коллизия ставит в неравное положение отели с ресторанами и без, а также кафе в гостиницах и отдельно стоящие заведения общепита, которые с 1 января этого года также полностью освобождены от НДС.

Как можно исправить ситуацию?

Необходимость платить НДС за услуги питания возникает в случае, если ресторан и отель оформлены на одно и то же юрлицо. Логичным выходом могла бы быть смена юрлица ресторана, но в законе прописаны за это санкции. Так, в процессе реорганизации отель автоматически теряет право на возмещение НДС.

При этом, по новому закону, помимо обнуления НДС, отели могут также обратиться за компенсацией разницы между входящими и исходящими налогами. Однако на практике это крайне непросто: для этого нужна доскональная камеральная проверка, на которую решится далеко не каждая компания.

«По закону объекты смогут претендовать на возмещение из федерального бюджета НДС даже от реконструкции и строительства, который они раньше зачитывали. Проблема в том, что в нашей стране вообще крайне неохотно что-либо возвращают бизнесу. У нас уже был такой опыт, когда реновация перестала попадать под возмещение НДС. Поэтому не удивлюсь, если и в этот раз такая метаморфоза произойдет», — подчеркнула инвестор отеля Indigo.

Директор Центра стратегического анализа и разработок Союза туризма и гостеприимства Роман Еремян согласился с коллегой и не исключил, что возможность компенсировать налоговые расходы по новому закону будет не у всех: «В тексте упоминается создание некоего реестра объектов туристической инфраструктуры, который может стать фильтром для объектов, претендующих на возмещение НДС».

В Федерации рестораторов и отельеров считают, что необходимость уплаты НДС за рестораны в отелях — это техническое упущение, основанное на давней проблеме разделения ОКВЭДов отельного и ресторанного бизнеса. «Мы знаем об этой проблеме, и пытались исправить ее, пока закон был в Госдуме. Но не успели в связи со сжатыми сроками. Наша федерация продолжит бороться за разумные нормы закона, поэтому мы будем инициировать поправки в закон, которые уберут эту нестыковку», — пояснил вице-президент Федерации рестораторов и отельеров Вадим Прасов.

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

Фокус – Москва и столичный регион

По словам юристов, любые поправки в Налоговый кодекс даются очень непросто, так как требуют согласования всех заинтересованных ведомств, прежде всего Минфина, который обычно неохотно поддерживает нормы, приводящие к выпадающим доходам бюджета.

Значение нулевой ставки НДС для рынка

Небольшие объекты размещения, которые работают по упрощенной системе налогообложения, и так освобождены от НДС. Тем не менее, по словам Прасова, закон имеет огромное значение для крупного бизнеса, так как он находится в большей зоне риска — в нынешних условиях ему сложнее поддерживать работу.

«Формально они занимают 10-15% рынка, но по объему номерного фонда — более 50%. Городские отели сейчас испытывают проблемы, сравнимые с началом пандемии — нет иностранных гостей, замедлились бизнес-потоки, серьезный дефицит кадров. Сейчас как никогда нужно вкладывать деньги в обучение персонала, повышение процента загрузки, но для этого ими нужно обладать. Обнуление НДС даст отельерам глоток свежего воздуха и позволит сохранить цены и зарплаты на текущем уровне», — отметил Прасов, уточнив, что федерация предлагает пойти дальше и рассмотреть освобождение отельеров от других налогов.

Что еще необходимо?

По мнению экспертов, эффект от обнуления НДС проявится лишь при внедрении его на постоянной основе, как это работает в Израиле, ОАЭ и Сингапуре.

Выход на рентабельность и окупаемость в гостиничном секторе России обычно наступает не менее, чем через 15 лет для городских отелей, и 20 лет — для загородных, считает гендиректор сети «Ателика» Алексей Высоканов. Причем, когда срок окупаемости приближается, обычно нужны новые вложения, так как за это время возникает необходимость в реновации.

Легковозводимые объекты, на которые в этом году предложил сделать упор вице-премьер Дмитрий Чернышенко, могут окупиться за 7-8 лет, а сезонные глэмпинги — за 3-4 года. Однако санкции в отношении России, удвоенная ставка ЦБ, сбои поставок и подорожание стройматериалов существенно увеличили сроки окупаемости и этих объектов.

Представители турбизнеса считают, что с учетом кризиса обнуление НДС, как и гранты на строительство кемпингов кардинально не повлияет на рынок инвестиций, нужны более серьезные меры поддержки, в частности, обнуление налога на имущество и ставки рефинансирования. А также уменьшение страховых взносов для всех предприятий, а не только субъектов МСП, как планируется на сегодняшний день.

Напомним, власти также планируют активно содействовать импортозамещению товаров, необходимых для операционной деятельности отелей — на федеральном уровне будет создан соответствующий реестр.

<https://profi.travel/articles/54884/details>

Юнис Теймурханлы: Откуда такие цены?

И правда, откуда берутся цены на гостиничные номера? И сделаю еще круглые глаза. Угадал вашу реакцию?

Самый часто задаваемый вопрос по телефону или на стойке отеля – вопрос о стоимости номера. Гостей часто удивляет, а порой даже возмущает тот факт, что цены постоянно меняются. И это действительно так.

Попробуем разобраться.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Представим себе салон самолета. В одном ряду сидят трое. Они летят в одном и том же самолете, в один и тот же город, сидят на одинаковых креслах. Даже едят одну и ту же еду. Но при этом платят разные деньги. Знакомо?

Дело в том, что в начале восьмидесятых годов прошлого века американские авиакомпании, изучая возможности максимизации доходов отрасли, пришли к выводу, что необходимо отказаться от фиксированных (плоских) цен на авиабилеты. И перейти на иную систему ценообразования — динамическую, предусматривающую постоянное колебание цены вслед за изменением спроса. И ввести понятие тарифных планов.

Этот метод сразу вызвал всплеск активности в сфере авиаперевозок. Динамическое ценообразование стало идеальным решением проблемы баланса спроса и предложения, предусматривающим дифференцированное ценообразование и системный контроль для каждой ценовой категории потребителя.

От внедрения новинки выиграли все участники рынка. Авиакомпании нарастили валовый объем перевозок, тем самым увеличив свою прибыль. Конечные потребители получили снижение цены при том же уровне обслуживания.

Следует отметить, что эта схема смогла развиваться благодаря внедрению в конце 70-х годов электронных систем продаж в виде глобальных систем резервации (GDS). Новая система объединила более 500 тысяч туристических агентств по всему миру и дала возможность авиакомпаниям в режиме реального времени информировать о наличии мест на авиарейсах. Большинство авиакомпаний стали использовать динамическое ценообразование в качестве основного тактического оружия в борьбе за сохранение рыночной доли и повышения прибыльности. Они смогли наилучшим образом адаптироваться к новым условиям конкуренции. Те же, кто не внедрил этот метод или ждал долго — просто ушли с рынка.

Следуя примеру авиации в 90-х годах прошлого века динамическое ценообразование стало уверенно внедряться и в других областях. Сферы бизнеса, в которых применяется этот метод, имеют общую черту. Стоимость их услуги или продукции обнуляется после даты производства. К примеру, все свободные места в самолете, не сданные в аренду автомобиля или пустующие номера в гостинице имеют нулевую чистую стоимость после определенной даты.

Основная идея этого метода — менять цены в зависимости от спроса. Чем выше спрос — тем выше цена. И наоборот. Возможность предложить один и тот же продукт различным клиентским группам — основной принцип динамического ценообразования. Инструментом же служит система тарифных планов. Применение множества тарифных планов, охватывающих различные категории клиентов, дает возможность совершить большее количество продаж по разным ценам и получить больший совокупный доход.

Тариф отличается от цены тем, что он предполагает определенные условия и уровень ограничений. Как правило, чем ниже тариф, тем больше ограничений по срокам бронирования, по оплате и отмене бронирования. И наоборот, чем выше тариф, тем меньше ограничений и более гибкие условия бронирования.

Такой подход соответствует традиционной модели поведения потребителей. Гости, бронирующие номера в последний момент или достаточно близко к дате заезда, гораздо менее чувствительны к цене, чем те, кто бронируют номера заблаговременно. Они имеют больше возможности для сравнения и выбора отеля.

Тарифы различаются по сезонам, будням или выходным дням, по категории номера, по источнику бизнеса (корпоративные клиенты или индивидуальные гости), по объему (групповые скидки), а также по срокам бронирования — раннее или позднее бронирование и длительности проживания.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Так, гости, приезжающие в отель без бронирования, платят на стойке по максимуму. Те, кто бронирует заблаговременно, без возврата стоимости в случае аннуляции – по минимуму. Тариф выходного дня, как правило, ниже деловых будней. А долгожители-гости, живущие в отеле от семи суток (long-stay guests), зачастую получают существенные скидки.

Так что пока одни возмущаются, но продолжают ездить — другие бороздят сайты отелей и электронных систем, изучая тарифы в поисках максимальной выгоды. И выигрывают.

<https://hoteliernews.ru/yunis-teymurhanly-otkuda-takie-tseny>

Booking оплатила штраф в 1,3 млрд рублей

Компания Booking отчиталась об уплате штрафа в 1,3 млрд рублей, который на нее наложила Федеральная антимонопольная служба. Об этом сообщили в пресс-службе ФАС.

Дело о нарушении антимонопольного законодательства в отношении Booking.com было заведено после обращения «Опоры России». В декабре 2020 года ФАС признала, что сервис злоупотребил доминирующим положением. В августе прошлого года компанию признали виновной в злоупотреблении доминирующим положением на рынке. По мнению надзорного ведомства, компания навязывала гостиницам, отелям и хостелам условия договора о необходимости обязательного предоставления и соблюдения паритета цен и номеров. В результате на Booking был наложен оборотный штраф.

<https://hoteliernews.ru/booking-oplatila-shtraf-v-1-3-mlrd-rubley>

5. Интересное для отельеров

Вперед в прошлое: турист 2022-море, родственники, машина

Каждому второму туристу в России путешествие может оказаться не по карману в этом году. Все меньше людей в России включают путешествия в понятие счастья, происходит сдвиг к базовым потребностям – говорит Людмила Новиченкова, директор по маркетингу Ipsos в России на основе онлайн-опросов панели Ipsos-i-Say.

На этом фоне автопутешествия россиян по стране – набирающий силу тренд. Отельерам, несомненно, стоит пристально присматриваться к тем, кто едет на отдых за рулем, и готовить для гостей не только номера, но и парковку для «железного коня». По данным Росстата, личным автомобилем владеют чуть менее половины российских семей. Активно путешествуют на автомобиле по стране треть россиян (30%) – приводят результаты совместного исследования Общенациональная ассоциация Автомототуризма и караванинга и Аналитический центр НАФИ. Больше всего автотуристов проживают в Северо-Западном федеральном округе.

Типичный портрет автопутешественника выглядит так: это человек молодого или среднего возраста (от 18 до 44 лет), занимающий должность руководителя или квалифицированного специалиста, имеющий доход выше среднего, проживающий в семье из 3 человек.

Автопутешествие – групповой вид отдыха. Чаще всего автотуристы совершают поездки с семьей или друзьями (96% дали такой ответ), а также берут с собой детей (63%). Каждый второй автопутешественник (50%) совершал поездки в группе с другими туристами на нескольких автомобилях.

Большинство автопутешественников (81%) предпочитают ездить по маршрутам, которые они уже хорошо знают. В то же время 68% автотуристов готовы осваивать новые пути и искать необычные маршруты.

Главными целями для российских автотуристов являются:

- отдых в «глэмпинге» на территории природного заповедника (так сказали 76% из совершающих автопутешествия по стране)
- экскурсионно-познавательные поездки (75%)
- гастрономические туры (74%)

Таким образом три четверти автопутешественников хотят совместить в одной поездке несколько главных целей. Далее, каждый второй автопутешественник ездит по стране, чтобы принять участие в мероприятиях и праздничных событиях (52%). Экстремальные поездки по труднопроходимым дорогам востребованы только у трети автотуристов (29%) – см. Таблицу 1.

Цели туристических поездок на автомобиле в % от опрошенных, совершающих автопутешествия по стране и согласных со следующими утверждениями* (Источник: НАФИ)	
Меня привлекают поездки с ночевкой в глэмпинге в природном заповеднике	76%
Меня привлекают автомобильные экскурсионно-познавательные поездки	75%
Меня привлекают автомобильные поездки с возможностью дегустации местных натуральных продуктов питания	74%
Я совершаю автопутешествия с целью посещения событийных мероприятий и праздников	52%
Меня привлекают автомобильные экстремальные поездки по труднопроходимым дорогам	29%

«Причин растущей популярности внутреннего автотуризма несколько: это и возможность путешествовать в удобное время и комфортном темпе, и экономичность», - отмечает Ирина Иванкова, директор направления исследований в сферах туризма и транспорта Аналитического центра НАФИ.

Между тем, в 2022 году, согласно данным Ipsos, люди относятся к путешествиям с опаской. Исследование Ipsos «Планы путешествия россиян 2022 vs 2021» проводилось, в том числе, в начале марта, так что в нем отразились те настроения, что возникли у россиян сразу после резкого изменения геополитической ситуации с конца февраля 2022.

Если в ковидном 2021 году не планировали отправиться в путешествие только 16% опрошенных, то в 2022-м таких стало уже 32% (в 2 раза больше!).

Несмотря на то, что планирование путешествий за границу, в том числе, в страны СНГ в нынешних условиях резко снизилось (21% опрошенных в этом году заявили что планируют зарубежные путешествия – против 36% в прошлом), исследователи не заметили и роста интереса к поездкам по России. Видимо, отельерам – в целом, по крайней мере - стоит готовиться к снижению спроса. Если в 2021 году по России хотели отправиться в путешествие 69% респондентов, то сейчас – только 58%. (См. График 1.)

Планы отправиться в путешествие в текущем году



Источник: Онлайн-опрос, панель Ipsos i-Say Россияне 18+,
• Волна 2022: N= 2003. Сбор данных: 25-28 февраля 2022
• Волна 2021: N = 2015. Сбор данных: 26 фев – 2 мар 2021



Основная причина отказа от поездки - нехватка денег. «Путешествовать для меня слишком дорого» - заявили в 2022 году 47% респондентов (в 2021-м таких было 37%).

Стоимость размещения в популярных туристических городах в мае выросла в среднем на 20% год к году - подсчитали в Tvil.ru. По оценкам «Яндекс.Путешествий», в среднем размещение на майские праздники за год подорожало на 10–20%. При этом в топовых локациях динамика подорожания еще более выражена. В Краснодарском крае средняя стоимость размещения составляет 7700 рублей в сутки: на 61% выше аналогичного показателя прошлого года. В Татарстане - 5900 рублей (+31%).

В Tvil.ru среднюю стоимость забронированной ночи в Сочи сейчас оценивают в 3900 рублей в сутки - в полтора раза выше аналогичного значения прошлого года. На Tvil до 40% размещения бронируется в квартирах и апартаментах – отсюда и более низкая средняя цена, чем приводит «Яндекс» (где больше представлены отели).

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

В среднем число бронирований по России сейчас на 6% ниже, чем год назад – добавляет Tvil.ru.

«Общую политическую напряженность в мире» отметили 30% опрошенных. Такого показателя раньше просто не было! Еще 13% волнует закрытие аэропортов и отмена рейсов. А вот опасения подхватить коронавирус существенно ослабли! (См. График 2.)

Причины отказа от путешествий



Источник: Онлайн-опрос, панель Ipsos i-Say Россияне 18+.
 • Волна 2022: N= 640. Сбор данных: 25-28 февраля 2022
 • Волна 2021: N = 326. Сбор данных: 26 фев – 2 мар 2021



Очевидно, что обозначенная динамика будет только нарастать, особенно в условиях продолжающегося конфликта и экономической нестабильности, вызванной санкциями.

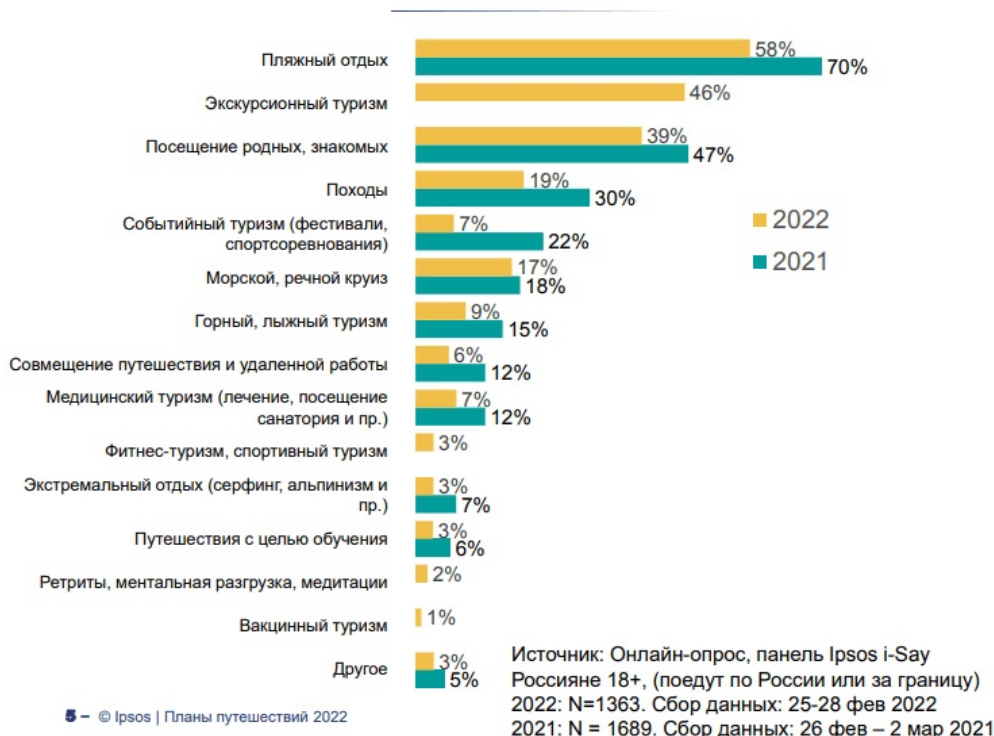
Если брать динамику по мотивации к путешествиям, в т. ч. заграничным, то интересно заметить, что снизился запрос на пляжный отдых (58% респондентов выбирают такой вид отдыха в этом году – против 70% в прошлом). Пляжный туризм по-прежнему остается лидером по спросу, но очевидно, что выбор морей в условиях закрытых границ резко у россиян резко уменьшился.

Интерес туристов к отдыху на курортах Краснодарского края сейчас снизился на 8% относительно прошлого года – сообщили представители сайта бронирования жилья Tvil.ru в середине марта. Примечательно, что «Библио-Глобус» приостановил продажу туров в Сочи и Крым из регионов России – до конца мая (см. статью).

Вместе с тем, отправиться в экскурсионные туры готова достаточно большая доля опрошенных: 46% (в прошлом году такого вопроса не ставилось, а потому сравнительного показателя нет).

Тут уместно спросить, является ли, например, Санкт-Петербург «тихой гаванью» для туризма? (см. недавнюю публикацию на Hotelier.pro).

Какой вид путешествий вы планируете. 2022 vs 2021



Спрос на морские курорты и экскурсионные туры, впрочем, выглядит неплохо по сравнению с событийным туризмом – по нему падение катастрофическое: в 3 раза. Поездки на фестивали и спортивные соревнования для многих людей стали казаться откровенно ненужными тратами, да и отменяются многие мероприятия «пачками».

На третьем месте среди мотиваций к поездке идет посещение родных, знакомых (39%) – см. График 3. Однако этот сегмент в 2022 году сократился.

В целом, удержали свои позиции круизы. А вот горнолыжный туризм, экстремальный отдых потеряли значительное число поклонников. Серьезно просел запрос и на совмещение путешествия и удаленной работы. На снижение тренда совмещения путешествия и удаленной работы сыграла в марте релокация заметного числа «айтишников» из России в Армению, Израиль и др. страны (а ведь именно этих людей в первую очередь прочили в «дистанционщики» с переездом на курорт).

Вместе с тем, несмотря на то, что в данных Ipsos фигурирует спад интереса к медицинскому туризму, рынок весной 2022 говорит об обратном – многие санатории России «забиты» до мая. Причем, пенсионерам в загрузке санкура помогает молодежь.

Разумеется, «накручивают» спрос существенно закрытые границы и возобновление программы туристического кешбэка. «По апрелю мы видим 100%-ную загрузку. На майские праздники еще есть немного санаториев эконом-класса, а средний и высокий сегменты уже выбраны», – говорят в компании «Алеан».

Повышенному спросу способствует и то, что в санаториях стало больше оздоровительных и семейных программ, поэтому традиционную пожилую аудиторию заведений начали разбавлять более молодые люди. В том числе с детьми, для них санатории тоже расширили возможности пребывания.

Откликаясь на этот тренд, Санкт-Петербург запускает «Оздоровительную карту России»

Если продолжать рисовать портрет российского туриста-2022, то, судя по результатам опроса Ipsos, женщинам намного важнее путешествовать, чем мужчинам – 39% и 28% соответственно. Для молодежи 18-25 лет туризм гораздо нужнее, чем всем остальным – о важности путешествий в молодежной возрастной группе заявили 45% против, например, 35% таких ответов у респондентов в возрасте 36-45 лет.

Поездки на отдых на автомобиле выдвигаются на первый план еще и потому, что сейчас много вопросов с самолетами.

См. «Минтранс встает на иранский путь и ищет решения проблемы» «Уральские авиалинии» смогут продолжать полеты еще только два-три месяца» и другие на тему состояния российского пассажирского воздушного флота.

При этом режим временного ограничения полетов в 11 аэропортов на Юге России все пролонгируется и пролонгируется.

Разумеется, остается еще «классика жанра» - поезда. Однако железная дорога не резиновая, да и гибкость планирования путешествия по рельсам существенно хуже, чем при поездке на автомобиле.

«Думаю, при закрытых аэропортах основная масса туристов приедет на курорты на личном авто. Крым в 2021 году уже принял 60% турпотока на автомобилях, Анапа – около 35%. Это и дешевле, и интереснее. Часть пересядет на поезда, но это долго и недешево.», – рассуждает генеральный директор туроператора «Дельфин» Сергей Ромашкин.

Каждый отельер, конечно, рисует собственный портрет своего гостя, но учитывать «общеохватывающие» тенденции на рынке стоит всегда.

Авторский материал Павла Баскакова.

<https://hotelier.pro/news/item/turist-2022-more-rodstvenniki-mashina/>

Эффективны ли карты лояльности? Мнения

Карты лояльности как маркетинговый инструмент появились давно и стали для всех настолько привычными, что время от времени звучат мнения об утрате их эффективности. Ниже мнения наших экспертов.

Евгения Гаврилова, директор по продажам и маркетингу, курорт Царьград:

У нас в течение нескольких лет действовали карты лояльности трех видов: “боярская”, “княжеская” и “царская”. Наши гости получали их в зависимости от суммы, потраченной в отеле в течение года, и пользовались скидкой на проживание и услуги от 5% до 15%. За этот период у нас сформировался сегмент постоянных гостей, которые активно пользовались картами лояльности.

Уже в апреле мы собираемся переходить на новую бонусную систему лояльности, и сейчас устанавливаем новое программное обеспечение. Карту не нужно будет носить при себе, гость сможет отслеживать баланс бонусов в личном кабинете на сайте. Участник программы будет решать, как распоряжаться накопленными бонусами, ими, кстати, можно будет делиться с родственниками и друзьями.

Кроме бонусов, конечно, у нас предусмотрены еще приятные услуги и сюрпризы для постоянных клиентов. К примеру, мы организовываем закрытые специальные ужины для держателей карт, которые подчеркивают наше особое отношение к этим гостям.

Программа лояльности - хороший инструмент, который помогает укрепить отношения с гостями, создать атмосферу клубной жизни. Постоянно приезжая в

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

Фокус – Москва и столичный регион

отель, гости активно участвуют в мероприятиях и жизни отеля, а отель внимателен к пожеланиям гостей, что дает возможность развиваться и совершенствоваться в нужном направлении.

Антон Агапов, директор по развитию сети апарт-отелей YE'S, Санкт-Петербург:

Для клиентов сети апарт-отелей YE'S действует система лояльности YE'SPASS. Используя карту для проживания, клиент может получать скидки и бонусы от партнеров программы. Участники программы - рестораны, кофейни, автомойки, медицинские центры, салоны красоты, продуктовые магазины, развлекательные центры.

Система лояльности для клиентов – всегда хороший способ формирования приверженности к бренду у аудитории. Арендаторы получают бонусы за то, что выбирают объекты YE'S, а компания постоянных гостей и положительную репутацию. Для партнеров, которые участвуют в программе и предоставляют скидки, это также возможность привлечь новых клиентов и рассказать о своем бизнесе. Мы стараемся привлекать в программу компании, услуги которых будут полезны и востребованными нашими арендаторами, что также позволяет расширить список предоставляемых сервисов и услуг и при этом не увеличивать штат.

В сети апарт-отелей YE'S для арендаторов существуют дополнительные скидки при проживании от трех раз и более, бесплатные услуги: возможность раннего заезда и позднего выезда, парковка в подземном паркинге. Реализуя программу бонусных мероприятий, объекты размещения расширяют спектр предоставляемых сервисов и создают высокий уровень комфорта, а также условия и желание гостя вернуться в привычное место, чтобы получать гарантированно качественный уровень сервиса.

Программы лояльности актуальны всегда – это проверенный, недорогой и эффективный способ повышения лояльности и привлечения новых клиентов.

Александр Кривошея, коммерческий директор санаторно-курортном комплексе «GOLDEN FAMILY»:

В санаторно-курортном комплексе «GOLDEN FAMILY» программа лояльности предполагает карты «SILVER», «GOLD» и «PLATINUM». Карту «SILVER» гость получает в подарок, отдохнув в санаторно-курортном комплексе более 30 суток в течение календарного года. Владелец такой карты гарантированно пользуется скидкой в размере 15% при следующем бронировании и может воспользоваться еще рядом услуг. Карты следующих уровней гости получают за большее количество дней проживания. Их владельцы также имеют скидку на проживание (до 20%) и расширенный набор привилегий.

Мы считаем карты лояльности эффективным инструментом, который демонстрирует гостям один из основных критериев - уровень клиентоориентированности санатория, а также привлекательность по сравнению с конкурентами. Мы получаем отзывы от наших постоянных гостей и знаем, что они ценят нашу программу лояльности и рекомендуют нас своим друзьям и близким.

Для владельцев карт лояльности - наших постоянных гостей - предоставляется комплимент при заезде. Кроме того, их ожидает поздравление с днем рождения в номере.

Программа карт лояльности проверена временем и, даже если внедрять что-то новое, от такого инструмента отказываться не стоит.

<https://welcometimes.ru/opinions/effektivny-li-karty-loyalnosti>