



Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 0403-2022

С 22 по 30 апреля 2022 года

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

Отельеры просят разъяснить порядок применения льготы по НДС

2. Гостиничный рынок Москвы и Московского региона

В Москве откроется еще одна гостиница под брендом Cosmos

В Москве выставлено на торги здание гостиницы «Марко Поло» в районе Патриарших прудов

В Красносельском районе Москвы построят гостиницу на 330 номеров

Сколько стоит отель в центре Москвы?

"Коммерсант": Vesper рассчитывает продать отель в центре Москвы

В Даниловском районе столицы появится гостиница на 909 номеров

В районе Бибирево появится многофункциональный комплекс с гостиницей

Заброшенную турбазу в Подмосковье превратят в современный гостиничный комплекс

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Новая кризисная ситуация и влияние на туристский и гостиничный бизнес

Рынок въезда 2.0: подготовка к перезагрузке. Как не упустить возобновление турпотоков из-за рубежа.

Рост цен в ресторанах повысит спрос на отели all inclusive

Гостиничный бизнес после спецоперации. Откровенно о перспективах гостиничного рынка России после 2022 года

Кризис делового туризма: в апреле 2022 года командировки сократились в два раза к 2019 году

Россияне начали массово отменять бронирования на отдых в Крыму

Трафик на сайтах бронирования отелей вырос на 54% в I квартале 2022 года

Динамика бронирований в отелях категории «пять звезд» за апрель

Номерной фонд в гостиницах России увеличится на 5,5-8% за счет развития туристических мест

Оператор гостиниц Holiday Inn решил уйти из России

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

Фокус – Москва и столичный регион

Hyatt приостанавливает управление отелями в России

Российские отели начали перепрофилироваться в санатории нового типа

4. Юридический практикум для отельеров и вопросы гостиничной безопасности

Российские отели отказались оплачивать услуги Booking

Глобальный туроператор просит турецкие отели вернуть предоплату за «российские брони»

Кемпинги - средства размещения, но не гостиницы?

5. Гостиничное дело за рубежом

Отели в Турции откладывают открытие из-за отсутствия российских и украинских туристов

100 отелей в Египте лишились «звезд» после проверки

Hilton открыл пятизвездочный отель для автомобилей

6. Интересное, полезное, важное для отельера

Способы защиты от клопов в гостиницах

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

Отельеры просят разъяснить порядок применения льготы по НДС

Отельеры благодарны за меры поддержки, предоставленные правительством РФ, но некоторые из них оказались половинчатыми и недостаточными, считает вице-президент Федерации рестораторов и отельеров России Вадим Прасов.

«Учитывая, что срок окупаемости гостиничных проектов превышает 12 лет, говорить о том, что это инвестиционно привлекательный бизнес, не приходится. Мы пожинаем плоды долгих лет, когда гостиничная отрасль должным образом не поддерживалась. Сейчас меры поддержки, по крайней мере, озвучены, задекларированы, уже начали действовать», — сказал он, выступая на круглом столе в Госдуме, посвященном доступности летнего отдыха в России.

По словам Прасова, часть мер оказались половинчатыми. В частности, нулевая ставка НДС затронула только услуги проживания, а для курортных отелей до 50% прибыли – это дополнительные услуги и питание.

«Мы вроде бы что-то получили, но не до конца. А тут еще 7 апреля выходит разъяснение Федеральной налоговой службы от 7 апреля о том, что коды операций для налоговой декларации по нулевой ставке включают три кода, которые относятся только к гостиницам, введенным в эксплуатацию после 1 января 2022 года. И сейчас вся гостиничная отрасль в недоумении, что нам дали, все коллеги об этом спрашивают», — добавил эксперт.

Прасов также призвал отказаться от регулирования цен на отели, так как, по его мнению, на каждую цену найдется свой потребитель.

<https://hoteliernews.ru/otelery-prosyat-razyasnit-poryadok-primeneniya-lgoty-po-nds>

2. Гостиничный рынок Москвы и Московского региона

В Москве откроется еще одна гостиница под брендом Cosmos

Cosmos Hotel Group (далее также – Cosmos HG) и Marriott International подписали соглашение о прекращении сотрудничества. Отель Marriott Courtyard Paveletskaya (принадлежит Cosmos HG) переходит под управление Cosmos HG и меняет бренд на Cosmos Hotels.

Гостиница продолжит работать в штатном режиме без сбоев в работе. Условия действующих бронирований – цена, качество гостиничных услуг и их состав, (категория забронированного номера, перечень услуг, входящих в цену номера и т.д.), правила предоставления гостиничных услуг, исполнитель, оказывающий гостиничные услуги, остаются без изменений.

«Мы благодарим Marriott International за многолетнее продуктивное сотрудничество. Появление еще одного отеля Cosmos в Москве укрепляет позиции сети на рынке сферы гостеприимства России. Мы нацелены на развитие не только за счет строительства новых отелей, но прежде всего за счет эффективного операционного управления, внедрения собственных стандартов сервиса и качества. Мы ожидаем дальнейшего увеличения портфеля», - заявил президент Cosmos HG Алексей Акиндинов.

Cosmos Paveletskaya Hotel расширяет линейку суббренда 4* отелей Cosmos HG до 10. Гостям доступны 171 комфортабельных современных номеров, в том числе, 9 люксов, ресторан на 100 человек, лобби-бар, 4 конференц-зала для любого типа мероприятий и тренажерный зал.

«Текущая ситуация на рынке сферы гостеприимства – хорошая возможность увеличить долю своего присутствия для российских отельных сетей за счет реализации уже имеющихся профессиональных компетенций российских управляющих компаний, а также хорошего понимания сложившихся рыночных условий и тенденций. - заявил вице-президент по развитию Cosmos HG Александр Биба.

<https://corporate.cosmosgroup.ru/ru/article/v-moskve-otkroetsa-ese-odna-gostinica-pod-brendom-cosmos>

В Москве выставлено на торги здание гостиницы «Марко Поло» в районе Патриарших прудов

В историческом центре Москвы прошла презентация выставленной на торги четырёхзвёздочной гостиницы «Марко Поло». Организатором мероприятия выступил столичный департамент по конкурентной политике. На него собрались предприниматели и инвесторы, заинтересованные в покупке полностью оборудованного помещения площадью в 6 тысяч квадратных метров, расположенного в районе Патриарших прудов по адресу: Спиридоньевский переулок, дом 9, строение 1.

Гостиница расположена в знаковом для каждого москвича месте, в котором расположено множество культовых кафе и ресторанов, мест для прогулок, театров и музеев.

«Это особенно интересный лот – инвестор сможет приобрести готовое бизнес-решение или провести ремонтные работы объекта под собственные коммерческие цели. Предлагаемое здание имеет удачное расположение – в тихом месте рядом с Патриаршими прудами, вблизи от пеших туристических и культурных маршрутов столицы», - заявил руководитель департамента по конкурентной политике Иван Щербаков.

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

Фокус – Москва и столичный регион

По его словам, город реализует на торгах различные виды нежилой недвижимости под ведение и расширение бизнеса, и в настоящее время идет заявочная кампания по 5-этажному зданию гостиницы в историческом центре Москвы. Подать заявку на участие в торгах можно до 20 мая, аукцион же состоится 26 числа.

Объект реализуется полностью: парковка на 30 мест, 2 грузовых и 3 пассажирских лифта, 75 номеров, оформленных в различных стилевых решениях. Все номера и служебные помещения укомплектованы бытовой техникой и электроникой, элементами декора и интерьера, мебелью, посудой и спортивным и иным оборудованием.

Первоначальная цена лота определена независимой организацией исходя из рыночной оценки недвижимости. Изучить всю документацию и записаться на просмотр, а также задать все интересующие вопросы можно на Инвестиционном портале Москвы.

Открытый аукцион будет проводиться на площадке федерального оператора электронных торгов «Росэлторг».

https://nsn.fm/biznes-i-finansy/v-moskve-vystavleno-na-torgi-5-etazhnoe-zdanie-gostinitsy-v-raione-patriarshih-prudov?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D

В Красносельском районе Москвы построят гостиницу на 330 номеров

МОСКВА, 14 апр - РИА Недвижимость. В Красносельском районе Москвы планируется построить гостинично-офисный комплекс на 10 тысяч квадратных метров, говорится в сообщении Москомстройинвеста.

В нем указывается, что градостроительно-земельная комиссия Москвы одобрила внесение изменений в правила землепользования и застройки (ПЗЗ) для территории по адресу: улица Гаврикова, владение 11, строения 1, 2, 3, 4. Это решение позволит возвести на 0,35 гектара земли гостиничный комплекс офисами. Сейчас там находятся производственно-складские здания.

В сообщении поясняется, что 24-этажное здание площадью 10,3 тысячи "квадратов" включает 330 гостиничных номеров. Оператором станет Zont Hotel Group – отечественная компания, управляющая отелями в Москве, Подмосковье, Омске и других городах. Офисы займут около 2 тысячи "квадратов".

Как уточнили РИА Недвижимость в Москомстройинвесте, правообладателем территории будущей застройки является ООО "Гаврикова 11". Согласно ЕГРЮЛ, общество на 100% принадлежит Наталии Покидовой.

<https://realty.ria.ru/20220414/gostinitsa-1783464098.html?in=t>

Сколько стоит отель в центре Москвы?

Такой вопрос сейчас актуален для пользователей электронной торговой площадки МЭТС, поскольку на главной странице сайта можно встретить карточку лота, где размещен «Азимут Олимпик» на Проспекте Олимпийский. В графе «тип процедуры» указана процедура запроса предложений. Это значит, владелец объекта в скором времени может смениться.

Процедура запроса предложений предусматривает оплату обеспечительного платежа в размере 500 миллионов рублей, после которой участник сможет подать своё ценовое предложение.

AZIMUT Hotel Olympic Moscow – один из крупнейших столичных конгресс-отелей, который насчитывает около 500 номеров. Среди категорий – супериор, апартаменты, люкс, также есть президентский люкс площадью 120 квадратных метров. Он располагается на последнем, клубном этаже, откуда постояльцы наблюдают красивые виды на город. Номера занимают с 6 по 12 этаж, доступ к ним обеспечивают 6 лифтов. Вся гостиница имеет стилистику постсоветской роскоши, что можно наблюдать повсеместно. В холлах есть пространство для отдыха в виде атриума, соединяющего два этажа. Как отмечают сотрудники отеля, заполняемость в допандемийное время была в районе 95 процентов, после чего снизилась до 90 процентов. Кстати, позитивной динамики стоит ожидать через пару лет, поскольку через дорогу активно идёт строительство спорткомплекса «Олимпийский». Его должны ввести в эксплуатацию в 2024 году, что существенно увеличит туристический поток в этот район Москвы.

Если говорить о ценовой политике, то ночь в «Олимпике» в двухкомнатных апартаментах с кухней и ванной может стоить от 10 до 40 тысяч рублей в зависимости от даты заезда.

Также в отеле есть 12 залов, которые предназначены для конференций и бизнес-встреч. Один из самых примечательных имеет говорящее название «Театр», поскольку очень похож на театральный зал, где могут разместиться 300 человек. Рядом находится сцена для публичных выступлений или даже драматических постановок.

Ещё здесь есть несколько ресторанов различной стилистики и кондитерская. На нулевом этаже расположен фитнес-клуб с бассейном, а снаружи охраняемая парковка на 65 машин.

Отель имеет очень удачное расположение. Пара минут до третьего транспортного кольца и столько же до Садового. Ближайшая станция метро – проспект Мира. Всего 10 минут неспешной ходьбы. В добавок, рядом с отелем есть живописный Екатерининский парк, что является приятным бонусом для постояльцев «Азимута».

Но вернёмся к процедуре запроса предложений на МЭТС. На данный момент у заинтересованных есть около месяца, чтобы оплатить обеспечительный платёж и выйти с со своим ценовым предложением. 23 мая – последний день приёма заявок, когда можно будет пополнить свои активы гостиничным комплексом площадью 40 тысяч квадратных метров.

<https://hoteliernews.ru/skolko-stoit-otel-v-tsentre-moskvy>

"Коммерсант": Vesper рассчитывает продать отель в центре Москвы

МОСКВА, 28 апр – РИА Недвижимость. Девелоперская компания Vesper рассчитывает продать или реформировать свой проект пятизвездочного отеля в центре Москвы, сообщила газета "Коммерсант" со ссылкой на консультантов на рынке недвижимости.

Проект Vesper на 1-й Тверской-Ямской улице у станции метро "Маяковская" предполагает строительство элитного комплекса, площадью 25 тысяч квадратных метров, в котором разместятся пятизвездочный отель на 167 номеров и 42 сервисных апартамента. Управлять отелем должна была Fairmont, входящая в гостиничную группу Assog. Последняя пока продолжает работу в России, но в начале марта агентство Bloomberg сообщало о планах компании приостановить новые проекты в стране и сотрудничество с владельцами объектов, попавших в санкционные списки ЕС и США. Совладельцем проекта является попавший в такой список Сбербанк.

Vesper официально не объявлял о приостановке сотрудничества с Fairmont, но название бренда исчезло из описания на официальном сайте проекта.

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

Фокус – Москва и столичный регион

По словам одного из консультантов, компания рассматривает возможность продать проект за 10 миллиардов рублей. Еще двое рассказали газете, что возможно рассматривается и переформатирование проекта: речь может идти об отказе от гостиничной части в пользу апартаментов.

Как отмечается в статье Vesper — не единственный девелопер, столкнувшийся с уходом зарубежного оператора. По данным издания, аналогичная проблема возникла у расположенного рядом с парком "Зарядье" проекта "Киевской площади". Компания планировала в текущем году открыть гостиницу с апартаментами под брендом Raffles Hotels, который также входит в Ассог.

По словам источника газеты, еще один оказавшийся в зоне риска объект — гостиничный проект Capital Group под брендом Mandarin Oriental на Софийской набережной напротив Кремля. Проект также выставлен на продажу, рассказал он. Однако в Capital Group утверждают, что никаких изменений в проект не вносилось: комплекс сдан в эксплуатацию, открытие гостиницы в его составе планируется не позднее 2024 года. В компании также не подтвердили планы по продаже объекта.

https://realty.ria.ru/20220428/vesper-1785871420.html?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D

В Даниловском районе столицы появится гостиница на 909 номеров

Мосгосстройнадзор выдал разрешение на строительство гостиницы с подземным паркингом на юге столицы, сообщил глава ведомства Игорь Войстратенко.

«Документ действует до 27 апреля 2025 года. После получения от застройщика ООО «СЗ «Паритет» извещения о начале строительно-монтажных работ будет составлен график проверок объекта», — сообщил Игорь Войстратенко.

Здание будет расположено по адресу: улица Автозаводская, владение 24 корпус 1. В составе гостиничного комплекса планируется два 16-этажных корпуса и один корпус переменной этажности (6 – 16 этажей). Все строения будут объединены трёхэтажной наземной частью с аркой для проезда во двор комплекса. При отделке фасадов строители используют крупноформатное остекление и архитектурный бетон. Общая площадь гостиницы превысит 71 тыс. кв. метров.

Вход в отель с улицы организуют через центральное лобби. На первых этажах откроется конференц-зал, офисы, кафе на 30 мест и супермаркет. Попасть в здание можно будет пройдя через внутренний двор комплекса. В вестибюлях каждой секции предусмотрены стойки ресепшена и помещения для хранения багажа. Гостиница рассчитана на 909 номеров, в том числе для бронирования будут доступны студии, гостиничные номера с одной, двумя и тремя спальнями. На последних этажах одного из корпусов устроят террасы со стеклянными ограждениями. В подземной части появится паркинг на 228 машиномест.

Здание гостиницы будет адаптировано для комфортного размещения людей с ограниченными возможностями. Для обеспечения безопасности проживающих будут установлены системы контроля и управления доступом, охранной сигнализации и видеонаблюдения.

На внутренней территории разместят малые архитектурные формы, организуют площадки для отдыха. Будут установлены светильники на опорах и декоративная подсветка.

По поручению Мэра Москвы Сергея Собянина Мосгосстройнадзор уделяет особое внимание проверке качеству объектов жилой инфраструктуры.

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

Фокус – Москва и столичный регион

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Новая кризисная ситуация и влияние на туристский и гостиничный бизнес

Рынок въезда 2.0: подготовка к перезагрузке. Как не упустить возобновление турпотоков из-за рубежа.

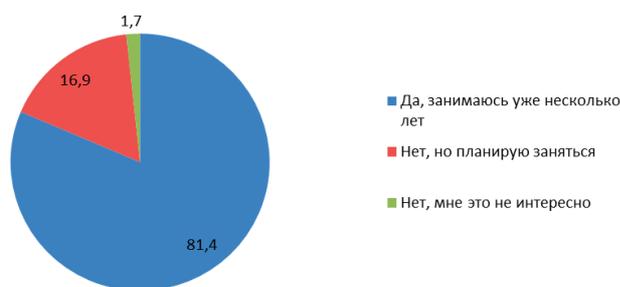
Несмотря на то, что въездной туризм сейчас переживает не лучшие времена, больше половины игроков этого рынка планируют в 2022 году участвовать в выставках, роад-шоу и других мероприятиях, направленных на продвижение российского турпродукта за рубежом. Более того, в сферу инкаминга собираются заходить представители туротрасли, которые въездом ранее не занимались. Таковы данные опроса, проведенного Profi.Travel и Российским союзом туриндустрии в апреле.

Перспективы въездного рынка

Турбизнес считает, что те усилия, которые сегодня прикладывает государство для развития туристической инфраструктуры в России, способны в корне изменить не только внутренний, но и въездной рынок. А опыт с резким наращиванием турпотока из Объединенных Арабских Эмиратов во время пандемии показал, что паттерны поведения иностранных туристов могут меняться и довольно быстро. Столкнувшись с закрытием Европы, туристы из ОАЭ распробовали отдых в России и, по словам туроператоров, были готовы приезжать сюда еще - уже после открытия границ. Таким образом, в сфере инкаминга также кроется мощная точка роста для туристической отрасли.

Согласно результатам опроса, в котором приняло участие более полусотни туркомпаний, 16,9% планируют начать деятельность в качестве туроператоров по въездному туризму.

Занимались ли вы когда-либо въездным туризмом?



По словам директора туроператора по въезду UTS Travel Алексея Крылова, с учетом экономической ситуации, отдых в России имеет очень большие перспективы, практические сразу — через месяц-два — после нормализации политической ситуации. И готовиться к этому следует уже сейчас.

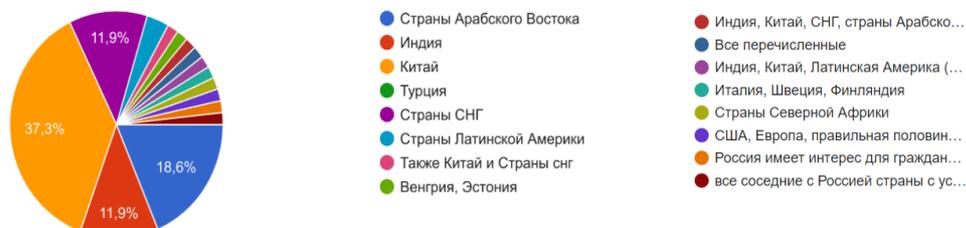
«Туристы все равно поедут отдыхать. А благодаря упавшему рублю путешествие в нашу страну станет для них еще более выгодным: за меньшие деньги им будет доступно более высокое качество отдыха. Ну, а с точки зрения бизнеса, все, что ориентировано на экспорт, будет максимально привлекательно за счет притока иностранной валюты», — поясняет Крылов.

Откуда ждать гостей

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

Очевидно, что структура въездного рынка изменится по сравнению с допандемийной. Главными поставщиками туристов должны стать страны, не вошедшие в список «недружественных» — в первую очередь это Китай, Индия и Ближний Восток. Причем самым перспективным, судя по результатам опроса, в туротрасли считают Китай (37,3%), несмотря на ограничения, которые продолжают там действовать из-за пандемии.

Какие зарубежные рынки вы считаете наиболее перспективными для развития въездного туризма в России в нынешних условиях?



Очевидно, участники рынка не мыслят днем сегодняшним: горизонт планирования в этом случае — не менее года. Представители китайского турбизнеса подтверждают: ждать туристов из Поднебесной ранее, чем в 2023 году, не стоит.

При этом как только Китай вернется «в игру», он снова займет первое место по въезду, считает гендиректор ООО «Маркетинг, выставки, консалтинг» Оксана Мак Кристиан: «До пандемии Китай был рынком номер один во въездном туризме в России. С учетом санкций он и останется таковым в долгосрочной перспективе. А бизнесу нужно использовать это время на продвижение и создание новых турпродуктов для разных сегментов аудитории».

Важными рынками для российского инкминга в Сибири и на Дальнем Востоке считают и другие страны Юго-Восточной Азии, граждане которых могут въехать в Россию без виз и (в перспективе) по электронной визе. Как минимум это занявшая третье место по результатам опроса Индия (11,9%), а также Таиланд и Южная Корея. Индийский рынок при этом выигрывает в плане перспектив, так как он более емкий, уточняет основатель туроператора «Планета Сочи» Элина Акиншина. Даже если оттуда приедет 1% туристов, их все равно окажется больше, чем из всех остальных стран ЮВА.

Арабский рынок: II место по количеству, но не по качеству

На второе место респонденты поставили страны Арабского Востока (18,6%). Туристы из ОАЭ и Катара сейчас могут въехать в нашу страну без виз, и турпоток из этих стран растет самыми быстрыми темпами — например, за первый год после отмены въездных документов в России стало в 10 раз больше туристов из Эмиратов. А поскольку во время пандемии авиасообщение с ОАЭ не прерывалось, этот рост продолжился и в последние два года.

Директор сочинской компании «Трэвел центр» Тимур Расулев считает, что это далеко не предел. В начале года туроператор планировал запустить вдобавок к регулярным рейсам из ОАЭ новые чартеры из Кувейта, Бахрейна и Омана, но этому помешало изменение политической ситуации.

Наращивание турпотока из стран Персидского залива, по словам туроператоров, будет существенно быстрее, чем из того же Китая или Индии. Их

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

Фокус – Москва и столичный регион

партнеры за рубежом прогнозируют возобновление туризма уже через месяц-два после завершения острой фазы конфликта. На сегодняшний день главными сдерживающими факторами для возобновления спроса со стороны арабских туристов остаются вопросы безопасности в широком смысле — риски закрытия неба или аннулирования страховки судна, а также гипотетическая террористическая угроза.

С другой стороны, политический аспект для граждан этих стран не играет такой роли, как для западных туристов, добавляет руководитель офиса Visit Russia на Ближнем Востоке Марина Морозова: «Страны Персидского залива официально заняли нейтральную позицию, однако внутренне большинство их граждан поддерживают Россию, поскольку считают, что любой конфликт возможен только при участии обеих сторон, и помнят, что произошло в Сирии, Ливии, Ираке. А граждане Ирана, которые тоже испытывают на себе европейские санкции, и вовсе воспринимают наши страны по одну сторону баррикад».

Эксперты отмечают, что ближневосточные гости качественно отличаются от туристов из других стран по уровню достатка - и, соответственно, трат. Но и заполучить их сложнее: они часто склонны выбирать высокий уровень сервиса и более дорогие дестинации.

Не стоит забывать и про страны третьего мира как на Ближнем Востоке, так и в Африке, считает директор UTS Алексей Крылов. «Например у нас в пандемию неожиданно выстрелили Сирия, Эфиопия и ЮАР. В этих странах тоже есть прослойка платежеспособных туристов, которым либо трудно куда-то еще выехать, либо они уже побывали в Европе и США, а Россия привлекает их экзотикой и аутентичностью. При этом для африканцев наша страна еще и менее дорогая и более дружелюбная, чем Европа с ее колониальным прошлым», — отметил он. Эксперт подчеркнул, что турпоток из этих стран нельзя назвать массовым, но и сбрасывать его со счетов не стоит.

Как эксперты оценивают потенциал рынка Индии

Ориентир турбизнеса на Индию в отрасли считают закономерным. Глава Ростуризма Зарина Догузова ранее заявила, что ведомство рассматривает эту страну как один из приоритетных рынков во въездном туризме. Турпоток оттуда до пандемии рос почти в геометрической прогрессии: с 2016 по 2019 годы он фактически удвоился. Общий объем выездного туристического рынка Индии, который сегодня оценивается в 21 млн поездок ежегодно, тоже растет довольно быстро — на 7,9% в год. Ожидается, что к 2030 году он перешагнет отметку в 50 млн международных поездок.

Перспективы принять какую-то долю этого турпотока у России есть, в том числе за счет выгодных курсов валют. По словам зарубежного представителя РСТ в Индии Прашанта Чаудхари, стоимость отдыха в России существенно снизится, что сделает направление более привлекательным. «Я думаю, только благодаря этому уже в ближайшие годы турпоток в Россию может достичь 1 млн туристов год», — подчеркнул он. По оценкам экспертов, в нашу страну приезжают в основном представители среднего класса (с доходом от 3000 долларов США), которых в настоящий момент насчитывается не менее 300 млн человек.

При этом нельзя назвать прием индийских туристов мало доходным: в среднем на одного туриста приходится сумма \$800-1000 за время поездки и этот показатель также растет. Таким образом, создание интересного предложения в среднем ценовом сегменте позволит регионам получить значительный поток индийских туристов и увеличить прибыль от туризма. Как показал опрос 46 индийских туроператоров в рамках подготовки выставки RED India, которая

состоится в конце августа, более 70% компаний получали запросы на туры в Россию, даже несмотря на текущую ситуацию.



Смогут ли страны СНГ сравниться по турпотоку с Индией?

Интересно, что третье место в ряду самых перспективных направлений по результатам опроса вместе с Индией поделили страны СНГ — у них по 11,9% голосов. И это серьезное изменение конъюнктуры рынка: до введения санкций со стороны Европы туроператоры по большому счету не воспринимали соседние страны как целевые.

«Если раньше заявок из стран СНГ вообще не было, то сейчас мы стабильно получаем оттуда по 1-2 брони в неделю. В основном это Казахстан и Беларусь, покупают обычно не полностью турпакеты, а отдельные услуги — размещение или экскурсии. Причем проблему банковских карт они решили: предоплату заявки за них делают родственники или знакомые в России», — рассказал гендиректор туроператора «Севертур» Александр Быков. При этом, по его словам, на массовый турпоток из соседних стран рассчитывать все же не приходится.

Гендиректор «Тари тур» Марина Левченко считает, что в среднесрочной перспективе страны СНГ имеют потенциал по наращиванию объемов продаж, но соглашается с тем, что до массовости здесь еще далеко. «У нас и до ковида были туристы из стран СНГ, прежде всего, из Казахстана и Беларуси. В основном это корпоративные и МІСЕ-клиенты. Но сейчас в сборных группах встречаются уже не только деловые туристы», — поделилась она.

Деловой туризм из стран СНГ всегда был наиболее перспективным, подтверждает Алексей Крылов. По его словам, после предыдущего кризиса в 2014 году был всплеск именно МІСЕ-туризма. И сейчас он будет только расти: в период экономических санкций Россия станет вновь укреплять связи со своими соседями.

Рост интереса к поездкам в Россию подтверждают и в самом Казахстане. Как рассказала председатель Казахстанской туристской ассоциации Рашида Шайкенова, после пандемии наиболее актуален лечебно-оздоровительный туризм: «Мы недавно провели ряд встреч с российскими туроператорами по организации заездов в санатории. Нам не хватает знания турпродукта, активности со стороны российских компаний мало. Но главная проблема сейчас в том, что между Россией и Казахстаном пока нет взаимного признания сертификатов вакцинации, туристов останавливает необходимость делать ПЦР-тест».

Помочь в увеличении турпотока из Казахстана может и рост объемов перевозки: из-за санкций и пандемии количество рейсов из Казахстана в Россию уменьшилось почти в три раза, но сейчас эта разница постепенно сокращается.

Туроператоры планируют участие в зарубежных выставках

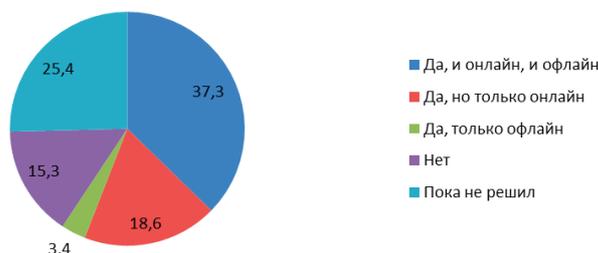
100% респондентов сообщили, что считают важным поддерживать коммуникацию с зарубежными партнерами в 2022 году. Это вполне объяснимо:

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

иностранные туроператоры нуждаются в объективной информации не только в том, что касается вопросов безопасности, но и таких сферах, как оплата товаров и услуг в России туристами из-за рубежа, наличие замен привычных брендов для тех, кто привык совмещать путешествие с шопингом, и т.д.

При этом очевидно, что во многом для поддержания коммуникации с партнерами необходимо сначала сформировать новые связи, и это актуально не только для тех 15% игроков, которые планируют начать заниматься въездом, но и для всех остальных, учитывая глобальное изменение географии самого рынка. Поэтому более 60% опрошенных туроператоров собираются в этом году принимать участие в зарубежных выставках, роад-шоу и др. Причем доля онлайн-мероприятий растет: только на офлайн делают ставку всего 3,4% респондентов, 37,3% планируют использовать оба формата, и 18,6% выбирают только онлайн. Такой расклад объясняется в том числе тем, что крупнейшие иностранные тревел-выставки начали отказывать российским экспонентам в участии. А это значит, что большинство активностей в любом случае будет доступно только в онлайн.

Планируете ли вы участие в зарубежных выставках, роадшоу и прочих мероприятиях в этом году?



Одним из способов наладить новые партнерские связи, дать полную информацию о туристических возможностях и турпродуктах в России станут онлайн-выставки Russian Expo Days. График их проведения в 2022 году уже известен: «RED Арабские страны» пройдет уже 20— 29 июня, «RED Индия» — 22 — 29 августа и «RED Китай» — 26 сентября — 6 октября.

По словам главы холдинга Profi.Travel Алексея Венгина, учитывая резкое снижение количества въездных рынков, все выставки Russian Expo Days в этом году посвящены тем направлениям, которые могут обеспечить прирост турпотока уже в ближайшее время.

«Мы подготовили несколько новшеств, которые сделают участие регионов и бизнеса в них еще более эффективным. Во-первых, это тематическое продвижение турпродукта: например, круизов, медицинского туризма или лакшери-сегмента — в зависимости от специфики каждого рынка. Во-вторых, будем обеспечивать массовый охват компаний из разных стран и знакомить регионы с туроператорами, которые уже отправляют туристов в Россию. И в-третьих, мы разработали специальный пакет участия для бизнеса по сниженной цене, что позволит большему количеству компаний рассказать о своих возможностях зарубежным партнерам», — рассказал Венгин.

Какие еще факторы тормозят развитие въездного туризма

Эксперты сошлись во мнении, что для качественного рывка вперед во въездном туризме нужны возвратные туристы, а для большинства вышеупомянутых рынков Россия — страна одноразового посещения: в первую очередь путешественники едут в Москву и Санкт-Петербург, зачастую даже не представляя,

что еще можно посмотреть. Помочь здесь могло бы системное продвижение со стороны правительства.

«Пока те же арабы не знают, зачем ехать в Россию, когда у них есть возможность полететь в Париж или Лондон. В последние годы наша страна уделяла мало внимания промоушену на зарубежных рынках. Все ограничивалось участием в туристических выставках, но его нельзя назвать эффективным из-за отсутствия единого стенда и, соответственно, несформированного единого образа нашей страны. Все это время бизнес рекламировал Россию своими силами. Но это было далеко не тот уровень, который, к примеру, каждый год демонстрирует Турция, используя весь набор маркетинговых инструментов», — говорит Тимур Расулев.

Еще один сдерживающий фактор для ближневосточного и африканского рынков — нехватка качественной инфраструктуры. По словам директора туроператора «Большой Алтай» Никиты Лобанова, номерной фонд того же Алтая не подходит для приема арабов: там всего пять классифицированных отелей категории 5 *, половина из которых скорее соответствуют сегменту 4*, и еще один — «Мрия» — пока только строится. «Алтай уже давно по загрузке на пике своих возможностей, все дорогие объекты проданы на год вперед. Похожая ситуация и в других раскрученных туристических регионах, например, на Байкале. Поэтому пока туристы с Ближнего Востока едут преимущественно в Москву и Санкт-Петербург, и по мере строительства новых отелей можно будет говорить о развитии других направлений», — подчеркнул Лобанов.

Проблему с инфраструктурой уже начали решать, и судя по той активности, которую проявляет корпорация «Туризм.рф», в ближайшие пару лет ситуация с туристической инфраструктурой заметно изменится. А огромный отложенный спрос обеспечит прибыльность бизнеса на рынке въездного туризма, уверены аналитики.

<https://profi.travel/articles/55084/details>

Рост цен в ресторанах повысит спрос на отели all inclusive

Таким образом туристы будут пытаться снизить свои расходы на отдых летом-2022.

Эксперты прогнозируют резкий скачок цен на услуги питания в кафе и ресторанах в этом летнем сезоне. Поставщики продуктов уже подняли прайсы — на некоторые позиции до 120%. Такими данными с Profi.Travel поделился владелец сети ресторанов «Мясо&Рыба» Сергей Миронов 26 апреля.

Эксперт объясняет подорожание продуктов целым рядом причин: резкий рост курсов евро и доллара, логистические нарушения, отказ части компаний от работы с Россией в принципе, трудности с оплатой — деньги, которые российские компании перечисляют за товар, застревают в европейских банках и не доходят до производителей. «Все это создает дополнительные препятствия для поставок. Чем крупнее компания, тем труднее найти решение. Мелкие предприниматели сейчас регистрируют фирмы на европейцев, чтобы можно было спокойно платить. Они находят граждан других стран, допустим Армении, которые, имея визу, спокойно приезжают в Европу, получают товар и потом возвращаются через Москву и там разгружаются. То есть выходы так или иначе находятся. Мы не прогнозируем, что какие-то товары совсем исчезнут. Но ожидаем ценовые колебания. Насколько серьезными они будут, пока непонятно. Чем больше предпринимателей найдут лазейки, тем быстрее цены вернуться к реальному уровню», — прокомментировал Profi.Travel Сергей Миронов.

Товар	Ед. изм.	1/2/22	1/4/22	% повыш
Персики в сиропе	кг	271,74	606,52	123%
Мука Семола	кг	180,00	390,00	117%
Кинза	кг	315,00	673,00	114%
Лук Репчатый	кг	23,00	49,00	113%
Масло сливочное	кг	150,00	297,00	98%
Каперсы	кг	1 232,39	2 428,57	97%
Клубника с/м	кг	148,00	290,00	96%
Соус Мутти	л	192,68	364,39	89%
Свекла	кг	29,00	54,00	86%
Чили Перец Стручковый	кг	850,00	1 580,00	86%
Горчица Дижон	кг	432,43	783,78	81%
Семечки Тыквенные Очищ.	кг	540,00	970,00	80%
Рис Арборио Ризотто	кг	320,00	560,00	75%
Соус Устричный	кг	429,99	742,01	73%
Кукурузный крахмал Мондамин	кг	460,00	788,00	71%
Перец Болгарский	кг	230,00	390,00	70%
Соус Шприача	кг	327,06	552,17	69%
Макароны Фузилли	кг	374,00	630,00	68%
Груша	кг	217,00	365,00	68%
Сливки взбитые ванильные 30%	шт	580,00	972,00	68%
Капуста савойская	кг	345,00	574,00	66%
Сироп Карамель (топинг)	л	640,00	1 050,00	64%
Соус Барбекю по-Техасски	кг	458,17	745,02	63%
Масло Оливковое Трюфельное	л	1 280,00	2 080,00	62%
Соус Анкл Бенс Тайский Чили	кг	519,68	842,52	62%
Капуста	кг	59,00	95,00	61%

Впрочем, по словам управляющего партнера московского ресторана Eat&Talk Александра Абгалдаева, тарифы подскочили далеко не на все. Например, некоторые овощи и фрукты сейчас стоят дешевле, чем 1 февраля, — произошло обычное сезонное снижение. А вот что действительно резко подорожало — это говядина, свинина, птица и рыба. «В среднем на 30%, но при этом стоимость стейков, например, уже просто космическая. Замороженный угорь, который прежде стоил 1 тысячу рублей, теперь нельзя купить дешевле 2,6 тысяч. В дальнейшем я ожидаю серьезного роста цен на муку и растительное масло», — прогнозирует эксперт. По его словам, из-за резкого сокращения капитала, которое произошло у всех игроков рынка, поставщики существенно ужесточили условия сотрудничества с сегментом NoReCa. Если раньше отсрочки платежа до 2-3 недель были нормой, сейчас компании либо требуют 100% предоплату, либо сокращают срок ожидания средств до 1 недели и при одном дне просрочки прекращают все отгрузки в ресторан. Связано это с невозможностью перекредитоваться из-за повышения ставки ЦБ.

По мнению Абгалдаева, в наступающем летнем сезоне каждый поход в ресторан обойдется минимум на 20-30% дороже, чем было в начале февраля. И вполне вероятно, что многие туристы, чтобы сэкономить, выберут турпакеты на базе all inclusive. А система «шведский стол» позволит отелям несколько нивелировать рост цен на продукты. «Мы с 2007 года специализируемся на туристических группах, и это как раз вариант со шведским столом. Тут система простая — чем больше у тебя посещаемость, тем ниже себестоимость продуктов. Меньше и расходов на персонал — гости сами берут блюда и приносят на стол, остается только убрать тарелки», — пояснил он. Эксперт добавил, что зачастую линия шведского стола выигрывает в себестоимости по сравнению с а-ля карт и благодаря переработке продуктов: «Это нормальная практика для большинства курортных отелей — как у нас в стране, так и за рубежом. Шеф-повара — гении шведского стола — превращают неиспользованные остатки продуктов в новое блюдо: то, что сегодня подается как

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

Фокус – Москва и столичный регион

кусочек мяса, завтра может быть пастой болоньезе, а хлеб на следующий день становится пирожным „Картошка“».

Предположение ресторатора подтверждают в туроператорских компаниях. Так, по статистике «Интуриста», доля бронирований отелей с тарифом «все включено» в этом сезоне увеличилась от 10 до 30% в зависимости от региона, где есть объекты, работающие по такой системе. Конечно, рост цен в ресторанах — не единственная причина повышенного спроса, например, такие объекты сейчас активно ищут те, кто в этом году не смог позволить себе поездку в Турцию или же решил не рисковать с международным перелетом. И все же подорожание услуг точек общепита стало дополнительным стимулом в пользу отдыха по системе all inclusive.

При этом, по словам председателя правления ассоциации отельеров АМОС Дмитрия Богданова, проблема с продуктами питания может перерасти в коллапс, если производители и логистические компании не справятся со спросом. А такое, говорит эксперт, вполне возможно с учетом ожидаемого бума на внутренний туризм. «Мы сообщили об этой проблеме на заседании комитета Госдумы по туризму с участием федеральной антимонопольной службы, Ростуризма, Минсельхоза, Минпромторга», — отмечает Дмитрий Богданов. По его мнению, правительство должно максимально масштабно ориентировать сельхозпроизводителей и фермеров на рост производства и стимулировать их финансово. А также упростить ввоз продуктов из Абхазии, Армении и Казахстана. По его прогнозам, в противном случае рост цен может составить 60%.

<https://profi.travel/news/55106/details>

Гостиничный бизнес после спецоперации. Откровенно о перспективах гостиничного рынка России после 2022 года

Если бы два с небольшим года назад мне сказали, через что мы пройдем и еще будем проходить в течение ближайших двух лет, я бы не поверил два раза. Во-первых, не поверил бы в то, что все это может с нами произойти и произойти банально из-за обычной человеческой глупости. А во-вторых, не поверил бы еще больше, что при всех этих событиях туризм и гостиничный бизнес, как отрасли экономики, не умрут полностью и даже будут пытаться что-то предпринять для своего выживания, в некоторых областях даже небезуспешно. Нас колбасит уже два года, и конца этому не видно. Здесь я попытался подытожить фактологию того, к чему мы пришли, как изменились, и с чем теперь придется иметь дело игрокам рынка в попытке застолбить свое место под солнцем. Местами получилось не слишком жизнеутверждающе - не судите строго.

Структура спроса - оправдана ли ставка на внутренний туризм?

С уходом или значительным сокращением международного бизнеса в России, приостановкой авиасообщения со странами Запада, почти до нуля сократился международный въездной поток, основу которого традиционно составлял индивидуальный и групповой туризм из Германии, США, Франции, Великобритании, Японии и других стран.

Конечно, всегда сохраняется надежда на въездной поток из стран ближнего зарубежья (Казахстан, Беларусь), также стран арабского мира, Китая, Индии, Латинской Америки. Но надо признать, что это замена неравнозначная - ни по объемам, ни по доходности - для большинства отелей, тем более региональных более, чем пустые звуки. Без иллюзий.

Понятно, что в этой ситуации большинство отелей делают ставку на внутренний рынок. Последний опрос в теле канале НВА показал, что так считают более 70% отельеров. Но и здесь нужно понимать ряд особенностей:

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

Фокус – Москва и столичный регион

- В стране значительно упала покупательная способность - многие россияне уже потеряли или еще потеряют работу, двузначная инфляция сжирает доходы людей - все это может отодвинуть планы очень многих людей на путешествия и отдых. Уже отодвигает.

- Не забываем, что еще с 2020 года не приходила в сознание бизнес-активность и бизнес-туризм, особенно в части MICE рынка, а сейчас получила новый удар - сокращение международного бизнеса в России обязательно скажется на внутреннем деловом потоке. Только в этот раз удар помощнее будет - для пандемии нашлась вакцина, а здесь?

- Никто вообще не понимает намерения руководства страны и степень патовости нынешней ситуации - чем все обернется для экономики России в долгосрочной перспективе и, как следствие, для многострадального туризма, в частности, пока можно только гадать. Но вряд ли чем-то хорошим.

В общем, несмотря на (местами) эйфорию, с внутренним туризмом все не так однозначно. Сейчас уже очевидно самыми пострадавшими сегментами гостиничного рынка окажутся традиционные городские и транзитные отели, хотя у последних, кажется, есть шанс в части обслуживания автомобильного трафика - в этом туристическом сезоне будет главное средство передвижения.

А условными «бенефициарами» ситуации, как и два года назад, оказываются рекреационные локации и объекты - курортные, загородные, отели, которые предоставляют велнесс-услуги и программы оздоровления. Правда, и здесь есть новые вводные и не везде все просто.

Так, например, в Крым до сих пор не летают самолеты и не понятно, когда они туда полетят. Отели полуострова готовятся принимать гостей на поездах и собственных авто, однако про врожденную «любовь» наших людей к поездам, мы знаем, а также не понаслышке знакомы с качеством дорог и дефицитом парковочных мест. Еще одна курорт территория, Калининградская область, вообще оказалась отрезана от материковой части страны - перспектива оказаться в осаде вдали от дома не всем кажется чем-то надуманным и нереалистичным. Добавьте сюда непрозрачную ситуацию с качеством обслуживания летающих внутри страны экспроприированных Боингов и Аэрбасов, 100% перспективы сезона оказываются только лишь у Краснодарского края, загородных отелей вокруг крупных городов, и СНТ (да, наши дачи, куда же без них).

Здесь же нельзя не сказать об усилении роли государства в стимулировании поездок россиян. Кешбек уже стал нормой для планирования путешествий, а в ближайшее время, скорее всего, станет не желаемой, но и крайне необходимой мерой - без этого многие уже просто не смогут позволить себе путешествия. И не исключено, что размеры кешбека будут только расти - не исключено, что в ближайшее время мы увидим 50% и 80% дотаций на отдых россиян.

С этой точки зрения мы мчимся назад к советской профсоюзной модели организации путешествий - так точно победим!

Механика продаж - есть ли жизнь без Booking.com?

В условиях, когда, с одной стороны, выбора стало меньше, с другой - упала и еще будет падать покупательная способность - для большинства отелей стоит первоочередная и уже вечная задача, которая звучит так: «Найти своего клиента».

На новом витке кризиса сделать это не так просто еще и потому, что поменялся не только сам рынок, но и обслуживающая его инфраструктура. Самая нервная, пожалуй, встряска, в новейшей истории рынка связана, безусловно, с уходом Booking.com, и вот почему:

- Оказалось, что далеко не все отели, а точнее их меньшая часть, знала отечественные аналоги OTA и умела с работать. К самым известным из них - Островок, Броневик, Яндекс.Путешествия, 101отель - выстроилась длинная очередь на подключение, и оказалось, что справиться с новым спросом наши OTA качественно пока не могут - поменять фотографии и текст описания отеля на сайтах OTA занимает недели.

- Возьмут ли наши OTA трафик Booking - большой вопрос. По разным оценкам, пока они забирают лишь от 10 до 30% прежнего трафика, остальное перераспределяется между бронированиями на собственных сайтах и прямыми обращениями в отели (телефон, почта и мессенджеры).

- Нужно учитывать, что многие объекты - гостевые дома, хостелы, малые отели - были почти на 100% зависимы Booking - лично я не исключаю, что мы скоро увидим уход этих игроков с рынка по одной простой причине - стоимость и риски собственного продвижения и продажи для них станут непосильны

- На фоне снижения конкуренции между рекламными каналами резко возросла стоимость рекламы у Яндекс - теперь настройка рекламной кампании или приоритетного размещения будет вам стоить в 3-6 раз дороже, чем до 24 февраля. При этом если Booking отели платили по факту размещения гостя (комиссия), то сейчас чтобы быть в выдаче, от нужно инвестировать средства вперед без какой-либо гарантии поступления бронирований. Это риск, и встал вопрос повышения эффективности рекламы. А этому нужно учиться.

- Возрастает снова роль туроператоров и турагентств в продажах услуг отелей - они могут быть сотни раз подключены к вашему инвентари через Channel Manager, но выстраивать-то отношения с ними для осуществления продаж, как и 20 лет назад, тет-а-тет. По-другому здесь не работает.

Понятно, что увереннее в этой ситуации себя будут чувствовать отели с большой долей постоянных клиентов - уже наработал свою базу, знает специфику и потребности своих гостей, умеет работать с каналами коммуникаций. В целом же, в условиях изменения каналов и инструментов продвижения, очевидно, что мы вернулись назад к нулевым годам с точки зрения набора инструментов и каналов продвижения, а также понимания их эффективности. Снова постигаем гостиничный маркетинг...

Персонал снова есть, а сервиса по-прежнему не будет

Текущая ситуация, возможно, новый шанс для индустрии - в последнее время только ленивый не говорил об о дефиците квалифицированных кадров в отрасли. Так вот сейчас высвобождается большое количество сотрудников международных компаний, работников MacDonalds и т.п. - вроде бы предложение на рынке станет больше. Однако, надо понимать, что гостиничный бизнес - это помимо прочего еще и особая культура гостеприимства, и пройдет время пока вновь прибывшие смогут отвечать всем требованиям своих гостей. В этой связи, будет расти спрос на профессиональное обучение.

При этом сам сервис будет в краткосрочной перспективе страдать - предпосылок к его улучшению лично вижу. Конкуренция с брендами снижается, а именно они являются законодателями сервисных мод, новой рабочей силы потребует времени для переобучения. К тому же в условиях закрытых границ гарант сезон у курортных и загородных отелей, а значит, у них снова пропадает мотивация инвестировать сервис и совершенствовать технологию своих бизнес-процессов.

Когда я говорю о сервисе, я не имею ввиду традиционное российское гостеприимство и радушие - этого у нас действительно хватает. Скорее я говорю о бесшовном опыте и комфорте гостя в отеле - вот тут у абсолютного большинства отелей в России есть серьезные проблемы, которые никто почему-то не хочет решать

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

Фокус – Москва и столичный регион

системно. Провести тренинг персонала перед сезоном - максимум на что идут 90% отелей.

Нагрузка на рентабельность - как бы не надорваться

Еще одна серьезная проблема - это снижение рентабельности и прибыльности бизнеса отелей. Во-первых, потому что уже объективно выросли издержки на поставки продуктов и материалов, и, несмотря на корректировку курса валют административными методами, возвращаться в состояние до 24 февраля цены, понятно, не собираются. Дальше будет расти ФОТ, коммунальные расходы, стоимость продвижения. Во-вторых, потому что компенсировать весь этот издержек прямым повышением цен без последствий в этот раз вряд ли удастся. В этой ситуации нужно уделить особое внимание управлению расходами, с одной стороны, и новым возможностям заработка, с другой.

В первом случае мы говорим о двух основных статьях - ФОТ и закупки. Оптимизация ФОТ связана только со сделкой оплатой труда или (иначе) оплатой за результат. Никакими другими методами вопрос повышения производительности труда не решить. Все, кто на практике, а не в теории, для результата, а не для галочки, пытался с этим работать, подтвердят мои слова.

Управление же закупками зависит от того, насколько работающая у вас система производства продуктов и услуг заточена на использование и учет в себестоимости 100% сырья и продуктов, которые вы закупаете у поставщиков. Если 98-99% списывается в себестоимость, хорошо. Если меньше, это значит, у вас воруют, расходуют неэффективно, запасы лежат мертвым грузом на складах, портятся, списываются и т.п. - этому нужно сейчас уделять особое внимание.

С другой стороны, кажущееся очевидным в части роста доходов решение о повышении цен - отдельное искусство силу изменения покупательной способности на рынке.

И на первый план здесь выходит дисциплина и принципы Revenue Management, когда повышение происходит по взмаху руки директора или собственника отеля, но является следствием тщательного изучения параметров спроса и грамотной адаптации вашего предложения в широком смысле слова через механизмы ограничений в тарифах, изменения сегмент-микса, предложения ценовых меню и т.д.

И вот здесь у нас тоже огромная проблема - большинство объектов не умеют анализировать рынок, действуют по наитию, не понимают глубинные параметры своего спроса, не ведут учет и прогнозирование и т.д., и т.п. Это значит, что неизбежны ошибки и потеря рынка, но это же и мотивация наконец разобраться в соответствующих технологиях. Иначе будет больно.

А что с отельным девелопментом?

Как известно, международные бренды приостановили деятельность по своему развитию - теперь открывать отели международными брендами нельзя. В ближайшей, а, возможно, и в отдаленной перспективе нам это не грозит. Более того, мы уже увидели кейсы развода брендов с собственниками, находящимися под санкциями. Пока это частные точечные случаи, будет надеяться, что это не станет массовым событием, но в нашей ситуации нельзя быть ни в уверенным. Тем более, мы все прекрасно понимаем, что это будет определяться исключительно дальнейшими геополитическими событиями.

На этом фоне вроде бы должно происходить усиление отечественных управляющих компаний (брендов у нас за небольшим исключением пока нет). Но, к сожалению, за 30 лет существования нового рынка оказалось, что мы то (кстати, почему?) так и не создали гостиничной сети, которая может предлагать

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

Фокус – Москва и столичный регион

конкурентоспособный продукт внутреннем и международном рынках. Большинство наших управляющих компаний - это микроявления, где замкнуто на одном конкретном человеке. Не будет завтра этого человека - не будет и УК. Ни по своему масштабу, ни по узнаваемости, ни по эффективности работающих инструментов, ни по ценности, которую они могут дать бизнесу собственника, их просто некорректно сравнивать ни с одним международным оператором, который заявил о приостановке своего развития.

В этой ситуации, как мне видится, собственники большинства отелей в стране по-прежнему предпочтут управлять объектами самостоятельно, а борьба отечественных УК скорее всего будет разворачиваться вокруг действительно лакомых объектов, в основном принадлежащих ведомственным структурам, попавшим под санкции, которые освобождаются теми самыми международными операторами. И эта борьба, в большинстве случаев, скорее всего, будет выиграна либо Azimut Hotels, либо Cosmos Hotels Group - и не спрашивайте меня почему.

Небогатый бизнес для нищих клиентов

Вместо заключения... Конечно, туризм, в целом, и гостиничный бизнес, в частности, жить будут, полностью не умрут. Просто они будут другими - нужно быть готовыми к кардинальным изменениям в структуре потребления и продуктов.

Мы уже на полпути к таким изменениям в индустрии, о которых раньше боялись подумать. Если говорить коротко о гостиничном бизнесе после 2022 года, в массе своей это будет не очень богатый бизнес для нищих клиентов.

Автор статьи - к.э.н. Алексей Волов, Hotel Business Academy

<https://alexeyvolov.ru/stati/gostinichnyj-biznes-posle-spetsoperatsii>

Кризис делового туризма: в апреле 2022 года командировки сократились в два раза к 2019 году

Таковы выводы экспертов компании «Аэроclub» по итогам анализа бронирований авиабилетов представителями бизнеса в I квартале 2022 г.

- Спрос на авиабилеты по России у представителей бизнеса в I квартале 2022 упал на 37% к 2019 году
- В апреле интерес бизнеса к командировкам по России упал в два раза к 2019 году и сократился на 16% к 2021
- Самые популярные города у бизнес-туристов: Москва (-52% к 2019), Санкт-Петербург (-57%) и Иркутск (95%)
- Средняя стоимость авиабилетов по России в экономклассе выросла на треть (11 тысяч рублей), а в бизнесе – на 23% к 2019, до 92 тысяч рублей

Эксперты компании «Аэроclub», лидера рынка делового туризма и ведущего поставщика IT-решений для индустрии, проанализировали бронирования авиабилетов представителями бизнеса в I квартале 2022 и выяснили, как изменились цены на внутренние направления, какие индустрии увеличили объемы командировок и какие города оказались наиболее востребованы.

По данным исследования по сравнению с «допандемийным» 2019 годом спрос на перелеты по России у деловых путешественников сократился в I квартале 2022 на 37%. Тем не менее, число командировок превзошло показатели 2021 года на 14%. Доля перелетов бизнес-классом сохранилась на уровне 3%.

Горизонт планирования у представителей бизнеса, сократившийся во время пандемии, остался на низком уровне: 57% авиабилетов приобретается за неделю до вылета или менее, и лишь 9% бизнес-туристов определяются с планами своих командировок за 3 недели и более. До пандемии заранее приобреталось 16%

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

Фокус – Москва и столичный регион

авиабилетов, а на билеты, выкупленные менее чем за неделю, приходилось 47% от внутренних бронирований. При этом доля возвратов авиабилетов выросла с 4% в 2019 году до 14% в I квартале 2022.

«Индустрия делового туризма в значительной степени оказалась затронута экономической и политической ситуацией, в том числе из-за отмены рейсов на юг России и ухода ряда зарубежных компаний. И если в I квартале за счет стремительного роста в начале периода удалось сохранить положительные показатели, то в начале апреля падение к аналогичному периоду прошлого года составило 16%, а по отношению к «допандемийным» показателям спрос упал в два раза. Такие индустрии, как FMCG, сократили свои командировки по России на 82%, а ритейл – на 72% по сравнению с 2019 годом», – прокомментировала Юлия Липатова, управляющий директор компании «Аэроклуб».

Наиболее часто в I квартале 2022 отправлялись в командировки по России сотрудники добывающих, обрабатывающих компаний и энергетики, на них пришлось 37% от общего числа бронирований деловых путешественников. Они стали на 47% чаще покупать билеты по России, а по сравнению с 2019 годом число бронирований выросло на треть. Самое значительное сокращение командировочной активности по России было зафиксировано у компаний FMCG-сегмента – падение составило 77% по сравнению с 2019 годом (-4% к 2021). Фармацевтические и ритейл компании в два раза сократили объем командировок по России (10% и -18% к 2021).

Чаще всего в I квартале 2022 представители бизнеса отправлялись в командировки в Москву (-52% к 2019, 20% к 2021) и Санкт-Петербург (-57% к 2019, 19% к 2021). Иркутск (95% к 2019, 47% к 2021) занял третью строчку по востребованности у бизнес-туристов. Также в топ-5 самых популярных городов с точки зрения деловой активности вошли Красноярск (6% к 2019, 37% к 2021) и Екатеринбург (-30% к 2019, 11% к 2021). Кроме того, пользовались спросом у деловых путешественников такие города, как Казань (8% к 2019), Новосибирск (-30%), Самара (-54%), Уфа (7%) и Владивосток (-19%).

Средняя стоимость перелета по России по сравнению с 2019 годом в экономклассе выросла на треть и достигла 11 тысяч рублей, а в бизнес-классе рост составил 23%, до 54 тысяч рублей. Самая высокая средняя стоимость в экономклассе была зафиксирована на перелетах в Магадан – 21 тысяча рублей за перелет в одну сторону. Самая высокая средняя стоимость за перелет в бизнес-классе была отмечена на маршрутах во Владивосток – она достигла 92 тысяч рублей за билет в одну сторону.

<https://welcometimes.ru/opinions/v-aprele-komandirovki-sokratilis-v-dva-raza-k-2019-godu>

Россияне начали массово отменять бронирования на отдых в Крыму

Спрос на Крым на предстоящие майские праздники снизился на 40–45%, в связи с чем полуостров впервые не вошел в число наиболее востребованных внутренних курортов. Причинами такой тенденции стали запрет на авиаперелеты и опасения туристов из-за объявленного повышенного уровня террористической опасности в регионе. Продажи туров на полуостров фактически остановились.

Сообщается, что около 10% крымских отелей из-за низкого спроса переносят открытие своих объектов. «Гостиницам нужно вложить средства в подготовку к открытию, они опасаются сейчас это делать», – поясняет глава Ассоциации малых отелей Крыма Наталия Стамбульникова.

Эксперты не исключают, что спад турпотока в Крыму будет наблюдаться на протяжении всего этого года. Число туристов в Крыму по итогам 2022 года снизится на 30–35%.

<https://hoteliernews.ru/rossiyane-nachali-massovo-otmenyat-bronirovaniya-na-otdyh-v-krymu>

Трафик на сайтах бронирования отелей вырос на 54% в I квартале 2022 года

Посещаемость сайтов, где можно забронировать отели или гостиницы, в I квартале 2022 года выросла на 54% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года. Такие данные предоставили в исследовательском сервисе «Билайн.Аналитика».

«Посещаемость (трафик) сайтов для бронирования отелей и гостиниц в I квартале 2022 года выросла в среднем почти на 54% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года», — говорится в материалах.

Посещаемость таких ресурсов особенно заметно увеличилась в Иркутске. Как отмечают авторы исследования, она выросла в среднем на 123%. На втором месте расположился Санкт-Петербург, рост показателей в котором составил 113%. Третью позицию занял Хабаровск — почти 36%. Москва оказалась на пятом месте, рост посещаемости сайтов для бронирования в столице составил порядка 36%. «Например, в Саратове и Воронеже динамика отрицательная: в среднем в обоих городах в 2021 году посещаемость таких ресурсов была на 31% выше, чем в 2022-м», — пишут авторы исследования.

<https://hoteliernews.ru/trafik-na-saytah-bronirovaniya-otelay-vyros-na-54-v-i-kvartale-2022-goda>

Динамика бронирований в отелях категории «пять звёзд» за апрель

В апреле этого года заказы на номера в отелях категории «пять звёзд» чаще всего оформляли по России — 74%. Однако доля бронирований зарубежных мест проживания высокого класса за год выросла: 26% против 20% в 2021-м.

Чаще всего номера в пятизвёздочных отелях в апреле выбирали в Москве (35,2% от всех заказов по российским направлениям), Санкт-Петербурге (18%) и Сочи (8%). Также в топ-5 входят Грозный (3,9%) и Казань (3,7%). Спрос на отели высокого класса в Казани за год вырос в 3 раза, в Грозном — в 2,5 раза, а в Северной столице — на 50%.

В целом доля бронирования гостиниц категории «пять звёзд» снизилась с 10,4% в апреле 2021 года до 8,2% в 2022-м.

Средняя цена за номер в пятизвёздочном отеле на территории России составила 13 000 рублей за ночь. Год назад в аналогичный период она была 12 500 рублей. А за рубежом номер стоит порядка 18 200 рублей, тогда как в 2021-м проживание за границей можно было в среднем оформить за 16 400 рублей.

Отдельно отметим, что на майские праздники в этом году 8,8% клиентов OneTwoTrip забронировали отели категории «пять звёзд». Список наиболее популярных городов не отличается от апрельского, но несколько перераспределился спрос: в Москве разместятся 25,3% путешественников, в Санкт-Петербурге — 22%, в Грозном — 8,3%, в Сочи — 7,6%, а в Казани — 5,4%.

<https://hoteliernews.ru/dinamika-bronirovaniy-v-otelyah-kategorii-pyat-zvyozd-za-aprel>

Номерной фонд в гостиницах России увеличится на 5,5-8% за счет развития туристических мест

28 апреля. /ТАСС/. Реализация мастер-планов туристических территорий в регионах России позволит создать около 60 тыс. дополнительных номеров в средствах размещения до 2030 года, сообщил ТАСС в четверг первый заместитель гендиректора "Туризм.РФ" Денис Секачев. Это увеличит объем номерного фонда на 5,5-8% по сравнению с нынешними показателями.

"С помощью мер поддержки за счет комплексного развития территорий мы создаем так называемые города гостеприимства - в едином архитектурном стиле, дизайне. В настоящее время в портфеле корпорации почти 20 проектов мастер-планов, которые дают нам новых инвесторов и проекты. Инструмент очень востребован, и мы ожидаем, что мастер-планы нам дадут комплексное развитие территорий и новые номера - от 40 до 60 тыс. до 2030 года", - сказал Секачев.

Сейчас объем номерного фонда, которому присвоена звездность в РФ, по данным Ростуризма, составляет 737 тыс. номеров. Появление новых номеров позволит привлечь в регионы больше туристов, создать 23 тыс. рабочих мест. В числе мастер-планов, которые уже сданы корпорацией регионам, Секачев назвал проект "Три вулкана" на Камчатке и "Лагонаки" в Адыгее.

"В Адыгее планируется построить курорт на 3 тыс. номеров, на Камчатке - 2 тыс. номеров. Это будут целые туристические города. На первых этапах на Камчатке будет сдано 1 тыс. номеров, в Адыгее - 600. В Краснодарском крае мы в апреле закончим большой проект на 3 тыс. номеров. В перспективных планах сотрудничество с Тульской областью, где расположено известное историческое место Кондуки, требующее особого туристического внимания", - подчеркнул Секачев.

Кроме того, корпорацией согласована концепция формирования мастер-планов трех территорий на Сахалине. Также Секачев отметил планы по развитию Шерегеша в Кемеровской области, четырех байкальских территорий в Иркутской области и Бурятии, в Татарстане. "Туризм.РФ" рассматривает несколько крупных проектов, связанных с яхтенным туризмом в Санкт-Петербурге.

Ранее корпорация "Туризм.РФ" заключила 34 соглашения с регионами о развитии туристических территорий и комплексных проектов. Разрабатываются мастер-планы по крупным туристическим территориям в разных субъектах России. Среди них Краснодарский край, Иркутская область, Бурятия, Сахалин, Кемеровская, Тульская области, Алтайский край.

https://tass.ru/ekonomika/14510079?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D

Оператор гостиниц Holiday Inn решил уйти из России

Британский гостиничный оператор InterContinental Hotel Group (IHG), которому принадлежат бренды Holiday Inn, InterContinental и Crowne Plaza, намерен уйти с российского рынка из-за ситуации на Украине. Об этом со ссылкой на осведомленные источники пишет «Коммерсант».

Один из собственников объекта Holiday Inn и источники издания из числа консультантов отметили, что IHG ведет переговоры о расторжении договоров на управление и обсуждает «изменение операционной деятельности».

Опрошенные изданием эксперты напомнили, что InterContinental Hotel Group является третьим по номерному фонду, находящемся в управлении в России, и констатировали, что уход оператора серьезно скажется на рынке гостиничных услуг, а также приведет к потере \$124 млн ежегодного дохода.

При этом, чтобы избежать штрафов, в ING намерены договориться с собственниками объектов о расторжении контрактов по соглашению сторон. Ранее крупные западные гостиничные операторы покидали только единичные объекты, принадлежащие бизнесменам и компаниям из западных санкционных списков. В частности, Hyatt в одностороннем порядке расторгла договор со структурами ВТБ, владеющими московской гостиницей Hyatt Regency Petrovsky Park, отмечается в статье.

После начала Россией 24 февраля специальной военной операции по «демилитаризации и денацификации Украины» западные страны ввели жесткие антироссийские санкции. Так, были заблокированы активы Банка России и некоторых российских банков. От международной системы межбанковских расчетов SWIFT отключены ВТБ, «Россия», «Открытие», Новикомбанк, Промсвязьбанк, Совкомбанк и ВЭБ. РФ.

При этом многие зарубежные компании объявили о приостановке работы в России (часть из них заморозили работу и в Белоруссии). В их числе - IKEA, McDonald's, H&M, Inditex (Zara, Pull&Bear, Massimo Dutti, Bershka). Об этом сообщает "Рамблер".

https://finance.rambler.ru/business/48575192/?utm_content=finance_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink

Hyatt приостанавливает управление отелями в России

Международный гостиничный оператор Hyatt с 14 мая приостанавливает операционное управление отелями на территории России. Об этом говорится в сообщении ООО "Хотел девелопмент компани", которое является собственником гостиниц сети Hyatt в Екатеринбурге.

Управление двумя отелями в Екатеринбурге будет передано российским сотрудникам компании.

"В случае Екатеринбурга речь не идет ни об остановке работы гостиниц, ни о смене бренда — международная компания приостанавливает только операционное управление. Действующие соглашения между партнерами также не расторгаются, принятое решение имеет временный характер и может быть изменено вместе с изменением обстоятельств", — цитирует Интерфакс сообщение.

В "Хотел девелопмент компани" уверены, что решение не повлияет на уровень сервиса, так как сотрудники и руководство отеля продолжают ориентироваться на международные стандарты гостеприимства.

Ранее сеть Hyatt объявляла о приостановке деятельности по развитию и любых новых инвестиций в России, где у компании было 6 отелей. В середине апреля, оператор заявил, что на фоне военной операции РФ на Украине Hyatt "продолжает оценивать существующие соглашения со сторонними организациями, владеющими отелями Hyatt в России".

В то же время сеть прекратила отношения с московским отелем Hyatt Regency Moscow Petrovsky Park и с 15 апреля перестала управлять одной из крупнейших гостиниц Сочи — Hyatt Regency Sochi, которая сменила название на Grand Karat Sochi.

https://welcometimes.ru/news/hyatt-priostanavlivaet-upravlenie-otelyami-v-rossii?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop

Российские отели начали перепрофилироваться в санатории нового типа

Российские гостиницы, увидев резко возросший спрос на санаторно-курортное размещение, медицинские и спа-услуги на отдыхе, начали перепрофилироваться из классических объектов размещения в «отели-санатории». Один из таких примеров — сеть Amaks Hotels & Resorts. «Мы сейчас в тестовом режиме начали открывать медицинские кабинеты, спа-зоны, площадки для оздоровительных процедур. Мы видим перспективы именно в этом направлении, причем не только для загородных отелей, но и частично городских. Деловые встречи, банкеты сейчас отходят на второй план», — сообщила ProfiTravel руководитель корпоративных продаж сети Amaks Анастасия Треногина на форуме «Туринвест».

По словам экспертов гостиничной и санаторно-курортных сфер, с которыми пообщалась редакция, это набирающая обороты тенденция. «Появление в загородных и курортных отелях оздоровительных центров в формате клиники превентивной медицины, детокса, аюрведы или спа-центра происходит не в массовом порядке, но уже стало устойчивым трендом. Из последних ярких примеров — отель Palmira Palace в Крыму. Он и без того имел санаторно-курортное отделение, а сейчас усилил направление за счёт специализированных программ укрепления иммунитета и коррекции веса. Второй пример — отель Родина в Сочи, в котором недавно открыли Медикал СПА — Клуб здоровья и долголетия», — рассказывает медицинский директор Ассоциации оздоровительного туризма и корпоративного здоровья Михаил Данилов.

По словам экспертов, молодеет и аудитория, у которой есть запрос на оздоровление. Если раньше это были клиенты за 55, то сейчас появился спрос и у клиентов 30-35 лет. «Однако эти люди не всегда хотят оздоравливаться в классических санаториях, именно поэтому начинают появляться новые формы, например, перепрофилированные гостиницы с санаторно-курортным отделением», — добавляет Данилов.

О запросе на новый тип объекта размещения, сочетающий в себе и санаторий, и отель говорит и управляющий партнер Cronwell Hospitality Group Алексей Мусакин. «Мы сейчас тоже активно смотрим в сторону санаториев, вернее так называемых „медикал-спа“. Поясню, в чем отличие. У первых, к сожалению, есть серьезная проблема — очень высокие операционные затраты. По российскому законодательству санатории — это медицинские учреждения, которые должны иметь высококвалифицированных врачей по каждому направлению. Многие санатории, которые остались в наследство от Советского Союза, либо ведомственные, либо дотируются государством, а самостоятельно не окупаются. У них прекрасное качество медицинских услуг. Но в такие санатории не охотно едут люди, которые готовы платить, хотя таких людей много. Не едут, потому что не хотят видеть себя в больнице и персонал в белых халатах», — поясняет эксперт.

https://profi.travel/news/55113/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_21376_280422

4. Юридический практикум для отельеров и вопросы гостиничной безопасности

Российские отели отказались оплачивать услуги Booking

Российская гостиничная ассоциация и Лига малых отелей, хостелов и туристического жилья направили гендиректору сервиса онлайн-бронирования отелей Booking Гленну Фогелю письмо с требованием аннулировать все счета, выставленные гостиницам с февраля 2022 года.

В организациях считают, что платформа должна была предупредить российские отели об отключении от своих сервисов за 14 дней.

Как пояснила председатель Лиги малых отелей, хостелов и туристического жилья Ольга Воинова, сервис отключил от своей системы российские гостиницы в один день, сообщив, что счет за февраль будет выставлен позже из-за сбоев в оплате.

«В личном кабинете российских компаний на Booking хранились сведения о клиентах за 20 лет работы. Сервис не просто отключил гостиницы от своей системы, но и заблокировал работу кабинета. Компании остались без данных о гостях», — отметила она.

Воинова также сообщила, что выручка гостиниц в марте упала на 50%, заполняемость находилась на уровне 10%. Отели же выплачивали Booking 20% от оборота, что составляло в среднем от 300 до 500 тыс. рублей. Кроме того, по ее словам, сервис был монополистом на рынке.

<https://hoteliernews.ru/rossiyskie-oteli-otkazalis-oplachivat-uslugi-booking>

Глобальный туроператор просит турецкие отели вернуть предоплату за «российские брони»

Стало известно продолжение истории с письмом турецкой компании Tantur, которая является принимающим партнером европейского TUI. По данным европейских СМИ, компания не только попросила аннулировать брони, сделанные через балтийских туроператоров, но и потребовала вернуть депозиты за размещение, внесенные под этих контрагентов.

Напомним, речь идет о балтийских компаниях TI Travel LLC, TI Baltics SIA и Vorublita. В ходе расследований в ЕС и Великобритании было установлено, что владельцами юрлиц являются российские граждане, на которых были наложены санкции в связи со «специальной военной операцией» на Украине. В связи с этим Tantur, являющаяся партнером TUI во избежании вторичных санкций прекратила сотрудничество с данными операторами и аннулировала все размещения в турецких отелях, сделанные от их имени.

При этом Tantur указал на то, что контракты приостанавливаются по причине форс-мажора, к которым относится военный конфликт, а также резкое снижение валютного курса и низкий объем бронирований. В связи с этим, компания оставила за собой право требовать возврата депозитов, которые были внесены под этих операторов. Письмо было подписано Джемси Озканом, финансовым менеджером Tantur Seyahat A.Ş.

Эксперты отмечают, что требование возврата депозита станет плохой новостью для отелей, поскольку турецкий туристический рынок испытывает серьезные финансовые трудности, в том числе после начала «спецоперации». Однако вполне вероятно, что участники рынка смогут договориться с Tantur о переносе платежей на другие заявки. В этом может быть заинтересована и сама принимающая компания, поскольку эта история может серьезно испортить ее отношения с отельным бизнесом.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Кемпинги - средства размещения, но не гостиницы?

Ростуризм подготовил поправки в законодательство в части касающейся регулирования деятельности кемпингов. Эксперты утверждают, что в такой редакции владельцам таких объектов придется выполнять все требования антитеррора и пожарной безопасности.

Кемпинги - средства размещения, но не гостиницы?

Как утверждают разработчики, в связи с активным развитием внутреннего туризма, в частности автотуризма, необходимо обеспечить безопасность в сфере внутреннего туризма и оказания гостиничных услуг, оказываемых в данной сфере. Также необходимо включить в правовое поле набирающие популярность средства размещения – кемпинги.

В этой связи проектом Федерального закона вносятся понятия кемпинга, а также в целях обеспечения безопасности и надлежащего уровня оказываемых услуг в кемпингах предусмотрено введение классификации кемпингов. Предполагается, что такая классификация осуществляется на добровольной основе.

Планируется также разработать и утвердить приказ Федерального агентства по туризму «Об утверждении Правил классификации кемпингов» в течение 3 месяцев со дня принятия данного федерального закона.

ТЕРМИНОЛОГИЯ

1. В соответствии с размещенным для обсуждения проектом ФЗ кемпинг - это "средство размещения, в котором на специально оборудованной территории оказываются услуги по временному размещению физических лиц в некапитальных строениях, сооружениях и (или) представляются услуги по размещению собственных объектах размещения физических лиц (далее – услуги кемпинга);"

Как можно понять из формулировки в кемпингах гостиничные услуги не будут оказываться? Для них определили другой вид услуг - услуги по временному размещению физических лиц... В таком случае возникает вопрос - почему в проекте нет определения этого вида услуг? Как утверждают эксперты пока только в действующем налоговом законодательстве (статья 346.27) есть упоминание об оказании таких услуг кемпингами (например, характеристика помещений), но как такового определения "услуги по временному размещению физических лиц" нет.

БЕЗОПАСНОСТЬ

Весьма отрадно, что разработчики в первых абзацах пояснительной записки делают акцент на обеспечении безопасности в сфере внутреннего туризма и оказании гостиничных услуг, оказываемых в данной сфере. Эксперты в сфере безопасности комментируя проект ФЗ напоминают, что кемпинги:

1. Попадают под класс функциональной пожарной опасности Ф1.2 (ст. 32 Федерального закона от 22.07.2008 N 123-ФЗ "Технический регламент о требованиях пожарной безопасности"). А это кроме прочих мероприятий - обязательное дублирование сигнала о пожаре в подразделения пожарной охраны в автоматическом режиме.

Справочно: но самое главное при этом не учитывается количество находящихся на объекте людей и, соответственно, уровень риска, что противоречит парадигме риск-ориентированного подхода к объектам защиты (ст. 1 Федерального закона от 3 августа 2018 г. N 316-ФЗ, Постановление Правительства РФ от 9 октября

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

Фокус – Москва и столичный регион

2019 г. N 1303). То есть, на сегодняшний день законодательством не учитывается - в месте размещения всего три номера или тысяча. Это приводит к неминуемым и необоснованным издержкам владельцев малых средств размещения (до 50 чел. находящихся одновременно).

2. Кемпинги, как средство размещения попадают под действие Постановление Правительства РФ от 14 апреля 2017 г. N 447 "Об утверждении требований к антитеррористической защищенности гостиниц и иных средств размещения ...", должны будут пройти категорирование и оснащение соответствующими средствами безопасности, в том числе обязательно кнопкой экстренного вызова наряда полиции.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

к проекту федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»

Проект федерального закона «О внесении изменений в Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (далее - законопроект) разработан в целях введения правового регулирования деятельности кемпингов, глемпингов и модульных гостиниц.

В связи с активным развитием внутреннего туризма, в частности автотуризма, необходимо обеспечить безопасность в сфере внутреннего туризма и оказания гостиничных услуг, оказываемых в данной сфере. Также необходимо включить в правовое поле популярные средства размещения – кемпинги, глемпинги и модульные гостиницы в связи с ростом их количества и популярности у туристов.

Срок вступления законопроекта в силу установлен с учетом требований статьи 3 Федерального закона от 31 июля 2020 № 247-ФЗ «Об обязательных требованиях в Российской Федерации».

В этой связи проектом Федерального закона вносятся понятия кемпинга, глемпинга и модульной гостиницы, а также в целях обеспечения безопасности и надлежащего уровня оказываемых услуг в кемпингах, глемпингах предусмотрено введение классификации кемпингов.

Такая классификация осуществляется на добровольной основе.

Справочно: Ассоциация "Безопасность туризма" последовательно выступает за дифференцированный подход в реализации требований по антитеррору для гостиниц и иных средств размещения. Многочисленные обращения их владельцев, судебные прецеденты указывают на имеющиеся в них требования, эффективность и целесообразность которых не очевидны, их реализация становится серьёзным бременем и нагрузкой для бизнеса. Это особенно чувствительно в сфере малых средствам размещения (до 50 чел. находящихся одновременно). В настоящее время Ростуризм формирует предложения по внесению изменений в данные требования.

ДОБРОВОЛЬНО ИЛИ ОБЯЗАТЕЛЬНО?

Предполагается, что классификация кемпингов будет осуществляться на добровольной основе. Насколько это правильно? В отрасли классификация гостиничных услуг обязательная, Правительством РФ дано поручение о введении обязательной классификации для горнолыжных трасс (пока также добровольная). В перспективе и пляжи будут проходить обязательную классификацию, так как владельцы пляжей не стремятся ее пройти (так, в Краснодарском крае, по состоянию на конец 2021 года классификацию прошли около 13 % от общего количества

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

Фокус – Москва и столичный регион

пляжей этого курортного региона, а в Крыму лишь 3%!)). В этой связи может сразу предусмотреть для кемпингов обязательную классификацию?

ПРОЧИЕ НЮАНСЫ

И еще по пояснительной записке (ПЗ), размещенной для отрасли для изучения. К сожалению, складывается впечатление, что проект ФЗ и пояснительную записку делали два разных человека, так как если верить ПЗ, то в проекте закона кроме кемпингов должны быть урегулированы вопросы с модульными гостиницами и глемпингами. Но этого нет в предложенном проекте для обсуждения. Что это? Техническая ошибка? Вопрос остается открытым...

https://www.tourismsafety.ru/news_one_6507.html

5. Гостиничное дело за рубежом

Отели в Турции откладывают открытие из-за отсутствия российских и украинских туристов

МОСКВА. 28 АПРЕЛЯ. ИНТЕРФАКС-ТУРИЗМ – Многие турецкие отельеры переносят открытие объектов на лето из-за недозагрузки российскими и украинскими туристами, эта проблема особенно актуальна в Анталии и Кемере, сообщает газета Turizm Gazetesi.

"Из-за обострения конфликта между Россией и Украиной, двух основных туристических рынков Турции, отели Анталии, а также других популярных у путешественников регионов, отложили открытие. Некоторые объекты обещают открыться в мае, другие перенесли начало работы на июнь и июль", — пишет издание.

Как отмечает портал, многие отели должны были открыться в апреле, однако они не смогли обеспечить загрузку из-за отсутствия российских и украинских гостей.

По словам президента ассоциации отельеров Кемера (КЕТОВ) Динчера Сарыкаи, владельцы гостиниц чувствуют неопределенность, но надеются, что турпоток из РФ будет расти.

Он отметил, что в районе Кемера работают 65 пятизвездочных и 350 четырехзвездочных отелей вместимостью не менее 120 тыс. человек. Из них открылись на сегодняшний день лишь 15. Также небольшое число отелей открыты в Сиде.

"Большинство отелей Кемера, которые нравятся россиянам, так и не открылись. Сети отелей, состоящие из 7-8 гостиниц, открывают две из них", — пояснил глава рабочей группы по туризму городского совета Анталии Реджеп Явуз.

Уведомления о переносе сроков открытия отелей в Турции получают и российские туроператоры.

Как сообщили порталу "Интерфакс-Туризм" в пресс-службе "Интуриста", некоторые отели могут отложить запуск до летнего сезона в связи с недозагрузкой и отсутствием туристов из России.

"Для заездов в мае в ассортименте представлено более 580 отелей в регионе Анталии. Обычно таких отелей более 800. Часть из них традиционно открывались только в июне, но некоторые люксовые проекты отодвинули открытие даже до июля", — заключили в "Интуристе".

https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/87372?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D

100 отелей в Египте лишились «звезд» после проверки

Власти Египта провели переклассификацию 70% курортных отелей в соответствии с международными стандартами. В результате около 100 гостиниц лишились звезд, сообщает АТОР.

По сообщению министерства туризма Египта, процедура переоценки звездности отелей в соответствии с международными стандартами вступила в финальную стадию. К настоящему моменту реклассификацию прошло 70% гостиничного фонда в стране, включая 71 отель в курортной зоне Хургады и 64 объекта в туристической зоне Южного Синая.

Эксперты были беспристрастны: в итоге «звездность» была понижена в совокупности у 97 курортных отелей на Красном море. В Хургаде таких объектов

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

Фокус – Москва и столичный регион

набралось 47 (66% от прошедших экспертную оценку), а в Шарм-эль-Шейхе – 50 гостиниц (78% от проверенных отелей).

Чаще всего уровню заявленной звездности не соответствовали отели категории 4* (60% от всех проверенных объектов). Всем владельцам отелей выдано предписание привести в порядок соответствующие документы, чтобы не вводить в заблуждение иностранных туроператоров и туристов.

Кроме того, из-за невыполнения санитарных и других требований по безопасному пребыванию туристов аннулированы лицензии на гостиничную деятельность у 15 отелей: семи – в регионе Красного моря и восьми на Южном Синае.

<https://hoteliernews.ru/100-oteley-v-egipte-lishilis-zvezd-posle-proverki>

Hilton открыл пятизвёздочный отель для автомобилей

Необычная гостиница Hilton Car Storage открылась в Великобритании – в городе Бишопс-Стортфорд в графстве Хартфордшир расположено трёхэтажное строение площадью семь тысяч квадратных метров.

Состоятельные владельцы эксклюзивных машин могут оставить свои транспортные средства на хранение на время своего отсутствия. По желанию хозяев автомобилей специалисты проведут техническое обслуживание машин, их ремонт или реставрацию, а если потребуется – подготовят автомобили к участию в гонках.

Для дополнительной защиты по желанию владельца автомобиль может быть укрыт специальным чехлом. Забрать машину для хранения могут из удобного клиенту места, а по окончании «проживания» в гостинице автомобиль также доставят куда пожелает владелец.

<https://hoteliernews.ru/hilton-otkryl-pyatizvyozdochnyy-otel-dlya-avtomobiley>

6. Интересное для отельеров

Способы защиты от клопов в гостиницах

Специалисты MattressNextDay рассказали о том, как можно выявить наличие клопов в отеле, и защититься от них в случае, если ночевать там всё же придётся.

Эксперты британской компании MattressNextDay, занимающейся производством матрасов, поделились с путешественниками рядом рекомендаций о том, как избежать встречи с клопами в отелях. Об этом пишет издание Express.

Прежде всего, специалисты советуют обращать внимание на пятна крови – это верный признак того, что в матрасе обосновались паразиты.

«Когда клопов давят, они выделяют много крови, особенно вокруг швов матрасов, где они обычно прячутся. Убедитесь, что на обеих сторонах матраса нет никаких пятен, прежде чем лечь спать», – советуют эксперты.

Другой важный фактор, на который следует обратить внимание, это маленькие белые шарики, которые можно обнаружить не только на кровати, но и вообще на всей мебели в помещении. Это яйца клопов, издавая похожие на скопления белых пятнышек. Специфичный запах в комнате, тёмные пятна на обоях и экскременты также свидетельствуют о присутствии паразитов.

«Важно вовремя заметить признаки наличия в постели клопов в номере, чтобы они не испортили ваш отпуск и, в конечном счете, не повлияли на ваше здоровье», – заявили эксперты, напомнив о том, что при обнаружении клопов нужно незамедлительно обращаться к персоналу гостиницы.

https://abnews.ru/2022/4/27/turistam-nazvali-sposoby-zashhity-ot-klopov-v-gostiniczah?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop&utm_referrer=https%3A%2F%2Fyandex.ru%2Fnews%2Fsearch%3Ftext%3D