



## Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 0502-2021

С 11 по 21 мая 2021 года

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

Около 300 гостиниц планируется построить в РФ до 2030 года в рамках нацпроекта по туризму

### **2. Юридический практикум и происшествия, связанные с безопасностью гостиниц**

ФАС, Ростуризм и Роспотребнадзор в совместном письме предупредили отельеров и туроператоров о недопустимости отмены бронирований проживания и туров в одностороннем порядке с целью их заключения по более высокой цене.

Отель оштрафовали на 80 тыс рублей за нарушение антитеррора

Комментарий к предложению о введении госрегулирования цен на услуги отелей

Стоит ли отдавать памятники архитектуры под гостиницы?

### **3. Интересное для отельера**

Итоги Круглого стола по управлению отелями с 7-й Международной выставки технологий индустрии гостеприимства Hospitality Online Expo.

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**

**Около 300 гостиниц планируется построить в РФ до 2030 года в рамках нацпроекта по туризму**

МОСКВА. 12 МАЯ. ИНТЕРФАКС-ТУРИЗМ – Национальный проект по туризму фактически утвержден, в рамках проекта до 2030 года планируется построить 600 объектов туристической индустрии и около 300 гостиниц, сообщил премьер-министр РФ Михаил Мишустин.

"К 2030 году мы должны в 2,1 раза увеличить объем туристических поездок по стране, чтобы они составили примерно 140 млн поездок. Мы должны увеличить количество людей, занятых в этой сфере до 5 млн. Должны увеличить экспорт наших услуг в два раза – до \$23 млрд. Также мы должны создать до 2030 года 600 новых туробъектов, построить около 300 гостиниц", – сказал Мишустин в среду в ходе отчета правительства в Госдуме.

Он напомнил, что на реализацию нацпроекта по развитию внутреннего туризма до 2030 года будет потрачено 529 млрд рублей из федерального бюджета, 72 млрд – из средств регионов и 1,7 трлн частных инвестиций.

Как отметил премьер, на сегодняшний день завершена работа по сбору заявок со всех регионов по развитию российского туризма.

"Мы завершили эту работу, на президиуме утвердили, получили соответствующее одобрение президента и приступаем к реализации", – пояснил он.

Мишустин сообщил, что для эффективной реализации нацпроекта правительство создало АО "Корпорация "Туризм.РФ".

"Она в этом году примет участие в 50 инвестпроектах, а к 2024 году – в 200", – добавил глава правительства.

<https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/78599/>

## 2. Юридический практикум и происшествия, связанные с безопасностью гостиниц

**ФАС, Ростуризм и Роспотребнадзор в совместном письме предупредили отельеров и туроператоров о недопустимости отмены бронирований проживания и туров в одностороннем порядке с целью их заключения по более высокой цене.**

Как сообщалось, после запрета авиасообщения с Турцией с 15 апреля по 1 июня резко вырос спрос на услуги гостиниц на Черноморском побережье России. Некоторые туристы пожаловались в Ростуризм и Роспотребнадзор на то, что отельеры отменяют их сделанные ранее бронирования с тем, чтобы затем продать номера по более высоким ценам.

Письмо, подписанное главой ФАС России Максимом Шаскольским, главой Ростуризма Зариной Догузовой и главой Роспотребнадзора Анной Поповой, приведено ниже полностью

Федеральная антимонопольная служба	Федеральное агентство по туризму	Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека
№ <u>МШ/40400-ПР/21</u>	№ <u>7341/30</u>	№ <u>02/10018-2021-23</u>
от « <u>10</u> » <u>05</u> 2021 г.	от « <u>10</u> » <u>05</u> 2021 г.	от « <u>10</u> » <u>05</u> 2021 г.

Хозяйствующим субъектам,  
предоставляющим гостиничные  
услуги и осуществляющим  
реализацию туристского продукта

Федеральная антимонопольная служба, Федеральное агентство по туризму и Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека в целях пресечения недобросовестных практик на рынке туристских и гостиничных услуг обращают внимание на следующее.

В соответствии со статьей 426 Гражданского кодекса Российской Федерации договор, заключенный лицом, осуществляющим предпринимательскую или иную приносящую доход деятельность, и устанавливающий его обязанности по продаже товаров, выполнению работ либо оказанию услуг, которые такое лицо по характеру своей деятельности должно осуществлять в отношении каждого, кто к нему обратится, признается публичным договором.

Таким договором, в частности, является договор на предоставление гостиничных услуг, поскольку гостиничное обслуживание непосредственно названо в пункте 1 статьи 426 Гражданского кодекса Российской Федерации.

К договору о реализации туристского продукта в соответствии со статьей 779 Гражданского кодекса Российской Федерации применяются правила о договоре возмездного оказания услуг. При этом в силу статьи 783 Гражданского кодекса Российской Федерации к договору возмездного оказания услуг применяются общие положения о подряде (статьи 702-729) и положения о бытовом подряде (статьи 730-739).

Поскольку одной из сторон в обязательственном правоотношении, основанном на договоре о реализации туристского продукта, является гражданин - потребитель, к данному виду договора определенно и очевидно могут применяться положения о бытовом подряде в части, устанавливающей его публичный характер (см. пункт 2 статьи 730 Гражданского кодекса Российской Федерации).

О публичном характере договора о реализации туристского продукта также свидетельствуют соответствующие положения статьи 10 Федерального закона от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (далее - Закон об основах туристской деятельности) и Правила оказания услуг по реализации туристского продукта, утвержденные постановлением Правительства Российской Федерации от 18 ноября 2020 г. № 1852.

Таким образом, когда из закона или иного правового акта в результате толкования норм права вытекает, что хозяйствующий субъект по характеру своей деятельности должен осуществлять в отношении каждого, кто к нему обратится обязанности по продаже товаров, выполнению работ или оказанию услуг, то такой договор считается публичным независимо от того, есть ли на этот счет прямое указание в законе или ином правовом акте или нет.

Согласно пункту 3 статьи 426 Гражданского кодекса Российской Федерации отказ лица, осуществляющего предпринимательскую или иную приносящую доход деятельность, от заключения публичного договора при наличии возможности предоставить потребителю соответствующие товары, услуги, выполнить для него соответствующие работы не допускается.

Согласно пункту 2 статьи 310 Гражданского кодекса Российской Федерации в случае, если исполнение обязательства связано с осуществлением предпринимательской деятельности не всеми его сторонами, право на одностороннее изменение его условий или отказ от исполнения обязательства может быть предоставлено договором лишь стороне, не осуществляющей предпринимательской деятельности, за исключением случаев, когда законом или иным правовым актом предусмотрена возможность предоставления договором такого права другой стороне.

В то же время Верховный Суд Российской Федерации в пункте 21 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 25 декабря 2018 г. № 49 «О некоторых вопросах применения общих положений Гражданского кодекса Российской Федерации о заключении и толковании договоров» отметил, что по смыслу пункта 2 статьи 310, пункта 3 статьи 426, статьи 450.1 Гражданского

кодекса Российской Федерации не связанный с нарушением со стороны потребителя односторонний отказ лица, обязанного заключить публичный договор, от исполнения публичного договора не допускается, в том числе в случаях, предусмотренных правилами об отдельных видах договоров.

Реализация туристского продукта осуществляется на основании договора, заключаемого в порядке, предусмотренном статьей 10 Закона об основах туристской деятельности, в том числе в форме электронного документа, между туроператором и туристом и (или) иным заказчиком, а в случаях, предусмотренных Законом об основах туристской деятельности, между турагентом и туристом и (или) иным заказчиком. При этом указанный договор должен соответствовать требованиям законодательства о защите прав потребителей.

К существенным условиям договора о реализации туристского продукта относятся, в том числе, общая цена туристского продукта в рублях, а также условия изменения и расторжения договора.

Каждая из сторон вправе потребовать изменения или расторжения договора о реализации туристского продукта только в связи с существенным изменением обстоятельств, из которых исходили стороны при его заключении. Перечень существенных изменений обстоятельств «закрыт» и включает в себя: ухудшение условий путешествия, указанных в договоре; изменение сроков совершения путешествия; непредвиденный рост транспортных тарифов; невозможность совершения туристом поездки по независящим от него обстоятельствам (болезнь туриста, отказ в выдаче визы и другие обстоятельства).

Поскольку в силу соответствующих взаимосвязанных положений пункта 4 статьи 426 Гражданского кодекса Российской Федерации и пункта 2 статьи 1 Закона Российской Федерации от 7 февраля 1992 г. № 2300-1 «О защите прав потребителей» (далее - Закон о защите прав потребителей) Правительство Российской Федерации вправе издавать для потребителя и продавца (исполнителя) правила, обязательные при заключении и исполнении публичных договоров, применительно к гостиничному обслуживанию постановлением Правительства Российской Федерации от 18 ноября 2020 года № 1853 были утверждены Правила предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации (далее - Правила предоставления гостиничных услуг).

Согласно пункту 30 Правил предоставления гостиничных услуг право на односторонний отказ от исполнения договора предоставления гостиничных услуг

предусмотрено только для заказчика (потребителя) при условии оплаты исполнителю фактически понесенных им расходов.

Таким образом, по совокупности вышеизложенного хозяйствующие субъекты (юридические лица и индивидуальные предприниматели), оказывающие услуги по реализации туристского продукта и (или) предоставляющие гостиничные услуги, не вправе отказываться от исполнения договоров о реализации туристского продукта и (или) договоров о предоставлении гостиничных услуг, заключенных с потребителями (то есть отказываться от исполнения взятых на себя обязательств по предоставлению соответствующих услуг по ценам и в сроки, установленные заключенным договором), с целью заключения данных видов договоров с этими же либо с другими потребителями в последующем на иных условиях, обусловленных, в частности, «новой» ценой договора.

Соответственно односторонний отказ хозяйствующих субъектов от исполнения обязательств по уже заключенным договорам с целью заключения указанных договоров на новых условиях с потребителями по более высокой цене в связи с повышением потребительского спроса является нарушением законодательства Российской Федерации.

Учитывая сложившуюся практику по применению Роспотребнадзором части 2 статьи 14.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях<sup>1</sup>, обращаем внимание на то, что любого рода условия, предусматривающие право хозяйствующего субъекта на односторонний отказ от исполнения обязательств в тех случаях, когда такое право не предоставлено ему законом или иными правовыми актами, признаются ущемляющими права потребителя (см. пункт 10 постановления Пленума Верховного Суда Российской Федерации от 22 ноября 2016 г. № 54 «О некоторых вопросах применения общих положений Гражданского кодекса Российской Федерации об обязательствах и их исполнении»<sup>2</sup>), что влечет для виновного лица наступление неблагоприятных последствий в виде привлечения к административной ответственности по части 2

---

<sup>1</sup> «Обзор правоприменительной практики контрольно-надзорной деятельности Федеральной службы по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека за 1 квартал 2018 года» (утв. Роспотребнадзором).

<sup>2</sup> Предоставление договором права на отказ от исполнения обязательства или одностороннее изменение его условий для лица, осуществляющего предпринимательскую деятельность, по отношению к лицу, не осуществляющему предпринимательскую деятельность, допускается только в специально установленных законом или иными правовыми актами случаях (абзац второй пункта 2 статьи 310 Гражданского кодекса Российской Федерации).

статьи 14.8 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Также, применяя в правоотношениях с потребителем порядок отказа исполнителя от исполнения договора о реализации туристского продукта, необходимо иметь в виду позицию Конституционного Суда Российской Федерации, выраженную в определении от 6 июня 2002 г. № 115-О по сходному правоотношению: «Пункт 2 статьи 782 Гражданского кодекса Российской Федерации во взаимосвязи с положениями его статей 426 и 445 не может рассматриваться как допускающий односторонний отказ медицинского учреждения от исполнения своих обязательств по договору об оказании платных медицинских услуг при наличии у него возможности предоставить соответствующие услуги».

Применительно к договору о реализации туристского продукта это означает, что отказ от его исполнения не допускается при наличии у исполнителя возможности предоставить потребителю соответствующие услуги (см. пункт 3 статьи 426 Гражданского кодекса Российской Федерации).

В соответствии с пунктом 24 Правил оказания услуг по реализации туристского продукта претензии в связи с нарушением условий договора о реализации туристского продукта предъявляются потребителем исполнителю в порядке и на условиях, которые предусмотрены Гражданским кодексом Российской Федерации, Законом об основах туристской деятельности и Законом о защите прав потребителей.

Согласно статье 451 Гражданского кодекса Российской Федерации существенное изменение обстоятельств, из которых стороны исходили при заключении договора, является основанием для его изменения или расторжения, если иное не предусмотрено договором или не вытекает из его существа. Изменение обстоятельств признается существенным, когда они изменились настолько, что, если бы стороны могли это разумно предвидеть, договор вообще не был бы ими заключен или был бы заключен на значительно отличающихся условиях. При расторжении договора вследствие существенно изменившихся обстоятельств суд по требованию любой из сторон определяет последствия расторжения договора, исходя из необходимости справедливого распределения между сторонами расходов, понесенных ими в связи с исполнением этого договора. В противном случае спор будет рассматриваться судом с учетом положений пункта 3 статьи 451 Гражданского кодекса Российской Федерации, которым предусмотрено, что

расходы по исполнению расторгаемого договора распределяются между сторонами на основе принципа справедливости.

Правила предоставления гостиничных услуг не содержат каких-либо конкретных примеров существенных изменений обстоятельств, при наступлении которых одна из сторон могла бы потребовать изменения или расторжения договора предоставления гостиничных услуг.

Следовательно, в каждом отдельном случае организации, оказывающие услуги по реализации туристского продукта и (или) предоставляющие гостиничные услуги, должны обосновывать изменение условий договоров о реализации туристского продукта и (или) договоров предоставления гостиничных услуг (в частности, повышение цены) потребителям, в ином случае потребители вправе обратиться в суд за защитой своих гражданских прав.

В соответствии с подпунктом 7 пункта 4 и пунктом 5 статьи 40 Закона о защите прав потребителей орган государственного надзора (в лице Роспотребнадзора и его территориальных органов) может обращаться в суд с заявлениями в защиту прав потребителей и законных интересов отдельных потребителей (группы потребителей, неопределенного круга потребителей), а также привлекаться судом к участию в деле либо вступать в дело по своей инициативе или по инициативе лиц, участвующих в деле, для дачи заключения по делу в целях защиты прав потребителей в порядке, установленном законодательством Российской Федерации (см. в этой связи статьи 46 и 47 Гражданского процессуального кодекса Российской Федерации).

Поводом для участия органов Роспотребнадзора в конкретном гражданском деле могут быть устные или письменные заявления потребителей, а также поступившие материалы из других государственных органов или органов местного самоуправления, обращения общественных и иных организаций, публикации в средствах массовой информации или в сети Интернет и т.п.

**С учетом изложенного Федеральная антимонопольная служба, Федеральное агентство по туризму и Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека предупреждают хозяйствующих субъектов, предоставляющих гостиничные услуги и осуществляющих реализацию туристского продукта, о недопустимости односторонних отказов от исполнения договоров о предоставлении гостиничных услуг и договоров оказания услуг по реализации туристского продукта, а также о недопустимости пересмотра условий указанных договоров**

в ущерб потребителям с целью их заключения на новых условиях по более высокой цене.

Указанные действия, связанные с неисполнением или ненадлежащим исполнением договорных обязательств, являются нарушением законодательства Российской Федерации и могут повлечь за собой гражданско-правовую и административную ответственность в установленном законодательством Российской Федерации порядке.

Руководитель  
ФАС России

Руководитель  
Ростуризма

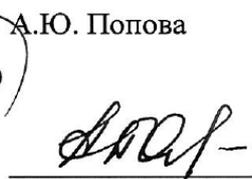
Руководитель  
Роспотребнадзора

М.А. Шаскольский

З.В. Догузова

А.Ю. Попова





[https://www.rosпотребнадзор.ru/about/info/news/news\\_details.php?ELEMENT\\_ID=17831](https://www.rosпотребнадзор.ru/about/info/news/news_details.php?ELEMENT_ID=17831)

### **Отель оштрафовали на 80 тыс рублей за нарушение антитеррора**

Прокуратура Салехарда провела проверку соблюдения требований закона об антитеррористической защищенности АО «Аэропорт Салехард», владеющего гостиницей «Обь».

Установлено, что система видеонаблюдения не обеспечивала полного контроля за периметром объекта, срок хранения материалов видеонаблюдения составлял менее 30 дней, а также не было системы оповещения о возникновении ЧП. Предприятие и заместителя начальника административно-хозяйственной службы привлекли к административной ответственности. Виновных оштрафовали на 80 тысяч рублей.

Безопасность гостиниц и иных средств размещения требует особого подхода и компетенций, которыми обладают члены Ассоциации "Безопасность туризма". С целью решения этих задач на портале <https://www.tourismsafety.ru/> действует «Каталог надёжных и проверенных поставщиков решений, технологий, систем и оборудования безопасности» для любых объектов туристской инфраструктуры, в том числе для гостиниц

В помощь отельерам подготовлены «Методические рекомендации» по исполнению требований к антитеррористической защищенности и паспортизации гостиниц и иных средств размещения: [https://www.tourismsafety.ru/news\\_one\\_4395.html](https://www.tourismsafety.ru/news_one_4395.html)

## **Комментарий к предложению о введении госрегулирования цен на услуги отелей**

Институт социальных исследований и развития гражданских инициатив (ИСИРГИ) направил письмо премьер-министру России Михаилу Мишустину с предложением ввести регулирование стоимости проживания в Крыму, Краснодарском крае, а также в других курортных зонах в период с 1 мая по 31 сентября. Цель, как указано в документе, - стабилизировать цены на российских курортах. Письмо подписано директором ИСИРГИ Максимом Петуниным.

*Алексей Волов, управляющий партнер компании Hotelite Group* прокомментировал изданию Noreca.Estate возможные последствия для гостиничного бизнеса от введения предложенной меры.

*Алексей, какая, на ваш взгляд, истинная причина для регулирования стоимости гостиничных услуг?*

Я думаю, что возможная причина инициативы - создать благоприятные условия для некоторых категорий граждан. К ним можно отнести, к примеру, невыездных, которые “вынуждены” отдыхать на российских курортах. Они тем самым подстрахуют себя от роста цен, которые не упадут и в следующем сезоне, если не откроются международные направления.

*Зачастую отели объясняют повышение цен тем фактором, что они потеряли деньги в прошлом году и теперь им надо восстанавливаться: хотя бы вернуться к уровню 2019 года...*

Гостю все равно, что было в прошлом году. Потери отеля (если они были), гостей абсолютно не волнуют, им важно получить качественный сервис за свои деньги. На самом деле гостю нужно получить больше сервиса за меньшие деньги. Цель отеля, наоборот, получить больше с гостя, при этом сохранив лояльных клиентов.

Конечно, в прошлом году гостиничный бизнес пострадал. Но загородные и курортные отели после отмены ограничений компенсировали потери 2-3 месяцев простоя. Некоторые даже заработали больше, чем в предыдущем году. Сработал в том числе отложенный спрос. Поэтому для курортных отелей России, которые уже второй год являются фактически монополистами, говорить о потерях было бы не совсем правильно.

*Заработать максимально, пользуясь фактически монопольным положением, - это, безусловно, хорошо для отелей. Есть ли у этой ситуации негативная сторона для этих средств размещения?*

Я не считаю, что сложившаяся на гостиничном рынке ситуация с монопольным положением российских курортов позитивно отразится на отрасли. Перекос в соотношении “цена-качество”, которое сейчас создают многие курортные отели, рано или поздно даст о себе знать, и пострадают прежде всего средства размещения, которые сегодня “снимают сливки”. Сейчас ведь многие курортные отели как рассуждают: “пока у нас есть возможность зарабатывать, мы будем зарабатывать, а что будет завтра - неизвестно”. С одной стороны, я могу понять их позицию, с другой - я бы не поехал в те средства размещения, где цена не соответствует качеству. Думаю, так рассуждают многие туристы.

Кроме того, монопольное положение российских курортов не будет длиться вечно. Когда откроют границы, то вновь начнется отток на зарубежные направления. Это приведет к серьезному снижению цен, поскольку желающих отдохнуть на “российском юге” станет значительно меньше. Те отели, которые “не

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

подтянули” качество до высокого уровня цен, лишатся потенциальных гостей. Люди проголосуют рублем/другой валютой за то, в какой стране и в каком отеле они хотят отдыхать.

*Получается, что цены могут упасть без регулирования “сверху” только в том случае, если будут открыты популярные зарубежные направления?*

Я не вижу возможности регулирования цен внутренним рынком - без влияния международных направлений, к которым привыкли наши туристы за последние 30 лет. Как только появится альтернатива, большинство туристов опять ей воспользуются. Хотя какая то часть, конечно, останется.

Если осенью этого года будет понятно, что многие страны открываются, то начнутся ранние бронирования на следующий летний сезон. В результате, когда весной следующего года наши курортные отели не увидят ожидаемых бронирований, они начнут экстренно снижать цены. Таким образом, рынок сам все отрегулирует, без государственного вмешательства. Тогда и будет понятно, как сказал Уоррен Баффет, кто “без трусов купался”.

*Есть ли средства размещения, которые, невзирая на свое монопольное положение, все же поднимают качество обслуживания?*

Буквально недавно я был в Крыму и видел в ряде отелей огромное несоответствие высоких цен и низкого качества сервиса. Конечно, есть собственники отелей, которые понимают, что их средство размещения не дотягивает до заявленного уровня. Более того, они готовы предоставлять гостям дополнительные преимущества, так что движение в сторону улучшения сервиса есть. Однако это не массовая история, и больше всего относится к дорогому сегменту.

Боюсь, что основная масса среднего ценового сегмента не делает ничего, чтобы соответствовать поднятым ценам. И это самое плохое в данной ситуации для гостиничного бизнеса: с открытием зарубежных направлений эти отели потеряют туристов.

*Допустим, закон о государственном регулировании цен на средства размещения будет принят. Кто пострадает от этого больше всего?*

Я уже говорил, что рынок отрегулирует все сам. Я вообще против того, чтобы государство вмешивалось в процесс ценообразования в гостиничном бизнесе. Это приводит к тому, что перекосы только усугубляются. Уровень сервиса выше не станет. Наоборот, он только упадет, поскольку отели захотят снижать издержки в ответ на снижение прибыли. Так что пострадают те, ради интересов которых эта норма, возможно, и придумывалась.

Думаю, в Правительстве это прекрасно понимают. Мишустин ведь сказал, что гостей надо привлекать не ценами, а в первую очередь качеством. Так что, на мой взгляд, принятие подобной нормы маловероятно, хотя сейчас возможно все.

<https://horeca.estate/interview/74-gostinichnyj-biznes/1019-aleksej-volov-prokommentiroval-predlozhenie-o-vvedenii-gosregulirovaniya-tsen-na-uslugi-otelej>

### **Стоит ли отдавать памятники архитектуры под гостиницы?**

На днях Главгосэкспертиза выдала положительное заключение по проектной документации на реставрацию дачи принца Петра Ольденбургского. Историческое здание на Каменном острове после восстановления станет отелем на 21 номер.

Об этом сообщил «Коммерсантъ» со ссылкой на пресс-службу ведомства. Это явление для Санкт-Петербурга уже давно не новое. К примеру, в октябре прошлого

года портал Noreca.Estate писал о передаче исторического здания на ул. Большая Морская, 28 под отель Helen 4\*.

Решение о передаче дачи Ольденбургского под гостиницу подробно прокомментировали вице-президент Федерации Рестораторов и Отельеров России Леонид Гарбар и вице-президент Ассоциации малых гостиниц Санкт-Петербурга, ответственный секретарь Межотраслевого координационного совета гостеприимства и услуг Тамара Буйлова.

#### *История здания:*

Объект культурного наследия дача Ольденбургского (другое название — дача Долгорукова) — одно из важнейших сооружений Каменного острова, памятник деревянной архитектуры эпохи русского классицизма. Здание было построено в 1831—1833 годах известным архитектором Смарагдом Шустовым.

В 1924 году здание сильно пострадало от наводнения, а через несколько лет здание было передано в жилой фонд под коммунальные квартиры. В результате при перепланировке была уничтожена практически вся отделка интерьеров. В пожаре 1930-го сгорел купол здания, восстановлен в 1936—1937 годах, но уже без оригинальной росписи.

В последующие годы здание снова пострадало от пожара и пришло в запустение. Реставрационные работы купола были закончены 1989 году.

В 2019 году здание приобрело на торгах АО «Легион» за 135 млн рублей. По условиям сделки компания приняла на себя обязательство провести работы по сохранению здания. Цокольный этаж отведут на помещения персонала гостиницы, на первом этаже будут располагаться вестибюль, фойе, банкетный зал, комната администрации и несколько гостиничных номеров. Остальные два этажа полностью будут отданы под номерной фонд.

#### *Комментарии экспертов*

Вице-президент Федерации Рестораторов и Отельеров России Леонид Гарбар:

Как житель Санкт-Петербурга я уверен, что гораздо лучше будет для памятников архитектуры, если они сохранятся. Обеспечивать сохранность таких зданий должен Комитет по государственному контролю, использованию и охране памятников истории и культуры (ГКИОП). Этот Комитет выдает (или не выдает) разрешение на использование памятника частными компаниями в тех или иных целях. Думаю, они должны не запрещать, а следить за тем, чтобы собственник (или арендатор) исполнял все необходимые требования по надлежащей эксплуатации зданий, являющихся памятниками архитектуры. Если необходимо, к примеру, осуществлять ремонт фасада здания, то собственник не только обязан сделать это за свой счет, но и сохранить исторический вид здания. Разумеется, проводить подобные реставрационные работы очень дорого.

Здесь уместно будет привести такую притчу. “Заходит покупатель в салон, где продаются роллс-ройсы, и спрашивает: “Сколько стоит этот автомобиль?” Продавец ему отвечает: “Если вы спрашиваете о цене, то он точно не для вас””. Здесь очень похожая ситуация. Если собственник приобрел историческое здание, значит, он понимает, что ему придется осуществлять его надлежащую эксплуатацию, в том числе нести реставрационные расходы. Это дорого. Значит, он изначально был готов нести эти расходы.

Если памятник архитектуры приобретен с целью его последующей перепродажи или для того, чтобы его уничтожить, а на его месте построить многоэтажный “человейник”, тогда возникает вопрос не только к собственнику, но и к ведомствам, выдавшим подобное разрешение.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

Моя позиция в данном случае: памятник должен быть в надежных хозяйских руках. В этом случае не важно, по какому назначению будет использоваться здание: здесь может быть гостиница, ресторан, офисное здание... Главное - надлежащая эксплуатация с точки зрения сохранения исторического наследия.

*Вице-президент Ассоциации малых гостиниц Санкт-Петербурга, ответственный секретарь Межотраслевого координационного совета гостеприимства и услуг Тамара Буйлова:*

В целом я приветствую передачу памятников искусства и архитектуры в частные руки, но (и это важно) под строгим государственным контролем. С моей точки зрения, передача здания под гостиницу - это правильное решение. Во-первых, исторический памятник будет доступен для проживающих 24 часа в сутки. Это важно с культурной точки зрения. Во-вторых, если в здании постоянно находятся люди, то этот фактор, как ни странно, будет способствовать лучшему его сохранению как памятника архитектуры. Здесь важную роль сыграет фактор обеспечения безопасности сотрудников и гостей.

Сейчас, конечно, много ведется разговоров на тему того, что сложно найти денежные средства на реставрацию. В основном эту тему "продвигает" строительное лобби, предлагая снос вместо реставрации как наиболее оптимальный вариант. Именно поэтому я полагаю, что передача таких памятников под общественно публичные места является главной альтернативой тотального сноса и постройки новых сооружений на месте памятников архитектуры. Нам говорят: "Если город не реконструируется, значит, он мертв". У нас в данном случае есть противоположный аргумент: "В этот "мертвый" город приезжают миллионы туристов со всего мира. Условно говоря, туристы не едут только в Эрмитаж или в Кунсткамеру, им интересен весь наш уникальный город, с его историей и памятниками. Таким образом, на мой взгляд, передача памятников архитектуры под гостиницу - это верное решение, ради спасения самих уникальных памятников и ради туризма.

[https://horeca.estate/digits/86-gostinichnyj-biznes/1015-gostinichnaya-industriya-istoricheskaya-dacha-printsya-oldenburgskogo-v-peterburge-stanet-gostinitsej?utm\\_source=sendpulse&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=digest\\_21\\_05](https://horeca.estate/digits/86-gostinichnyj-biznes/1015-gostinichnaya-industriya-istoricheskaya-dacha-printsya-oldenburgskogo-v-peterburge-stanet-gostinitsej?utm_source=sendpulse&utm_medium=email&utm_campaign=digest_21_05)  
21

## **5. Интересное для отельера**

### **Итоги Круглого стола по управлению отелями с 7-й Международной выставки технологий индустрии гостеприимства Hospitality Online Expo.**

Выставка проходит дважды в год и собирает более 1500 отельеров (Россия и 19 стран). В качестве экспонентов - 40 компаний-лидеров индустрии.

Модератор: **Яна Уханова**, руководитель отдела гостиничного консалтинга компании JLL

JLL - лидирующая компания на рынке профессиональных услуг в сфере недвижимости и управления инвестициями. JLL входит в список крупнейших компаний мира Fortune 500; выручка в 2018 году составила 16,3 млрд долл. Компания JLL объединяет свыше 90 тыс. сотрудников в более чем 80 странах мира (по данным на 31 декабря 2018 года). JLL является брендом и зарегистрированным торговым знаком Jones Lang LaSalle Incorporated.

#### Участники:

**Вадим Прасов**, управляющий партнер «Альянс Отель Менеджмент»

**Алексей Высоканов**, учредитель «Atelika Hotel Group»

**Алексей Карелов**, Генеральный директор АО «Гостиничная компания»

**Александр Гендельсман**, партнер и «ZONT HOTEL GROUP»

**Тамара Черных**, руководитель «UPRO GROUP»

**Екатерина Володина**, руководитель «QA Hotel Service»

#### *1. Ситуация в гостиничном бизнесе сейчас. Аналитика от JLL: трансформация*

Как рассказала во время Круглого стола Яна Уханова (JLL), в среднем по России загрузка гостиниц снизилась более чем на 50%. RevPAR также снизился более чем на 50%. Разумеется, есть разница от региона к региону, и курортные отели показали более впечатляющую динамику. “Такого не было никогда, но радует тот факт, что в 2020 году многим гостиничным управляющим компаниям удалось подписать новые объекты в управление, причем гостиничные объекты были уже действующие, а не на этапе строительства”, - уточнила Яна Уханова.

Ситуация с пандемией вынудила трансформироваться многие отрасли, в том числе гостиничную. Гостиничный бизнес - это треугольник, во главе углов которого Гость, Собственник отеля и Гостиничный оператор (Управляющая компания). Как рассказала представитель JLL, трансформации за последний год подверглись все составляющие этого треугольника. Это выразилось в следующем:

- Гость: изменились его ожидания от инфраструктуры отеля, способы коммуникации с персоналом отеля (предпочтение общаться дистанционно), наблюдается повышенное внимание к требованиям безопасности, снизилась покупательская способность.

- Собственник отеля: повышенное внимание к расходной части гостиницы, в частности, к оптимизации операционных расходов.

- Гостиничный оператор: неоднозначная ситуация. Если говорить о международных игроках, то одни операторы расширяют регионы присутствия, другие расширяют только Lifestyle бренды, третьи отказываются от люксов и

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

переходят в средний ценовой сегмент. Многие операторы уходят от модели управления и все активнее предлагают франшизу, что создает окно возможностей для независимых Управляющих компаний.

- Еще одна особенность 2020 года - стремительно меняющиеся условия, которые автоматически влияли не только на работу отелей, но и на саму возможность их работы. К примеру, во втором квартале 2020 года загрузка гостиниц составляла менее 10%, а уже в конце июня, после снятия ограничений, во многих курортных отелях Краснодарского края была загрузка составляла 100%.

*2. Изменился ли спрос на услуги управляющих компаний в кризис? Как изменились требования собственников к управляющим компаниям за последний год?*

Как заметила Яна Уханова (JLL), “если собственник продолжает обращаться к управляющим компаниям, значит, УК даже в кризис является не финансовой нагрузкой на гостиницу, а инструментом для увеличения прибыли отеля. УК позволяет проанализировать бизнес не изнутри, а дать независимую экспертную оценку и “подкрутить” механизмы, которые нуждаются в наладке”.

### *3. О результатах работы*

В 2020 году УК “Альянс Отель Менеджмент” подписала шесть объектов и проектов, *рассказал управляющий партнер Вадим Прасов*, - сейчас компания ведет переговоры по шести объектам разной направленности: сезонные курортные, круглогодичные курортные и городские. Что касается формата управления, то они различаются в зависимости от степени участия собственников в каждом проекте.

Очевидно, что собственники отелей стали больше времени уделять экономике проекта и больше смотреть на конкретные финансовые результаты.

Не могу сказать, что запрос на управление вырос очень сильно. Особенность нашего гостиничного рынка - большое количество малых и мини отелей. От этих объектов запросов на управление приходит достаточно много: 3-4 запроса в неделю на управление отелем в 30-40 номеров. Однако такие гостиничные объекты не совсем подходят для профессионального управления.

Что касается обращений к управляющим компаниям даже в кризисный период, то это вполне логично. Когда надо принимать жесткие операционные решения, на мой взгляд, у российских операторов здесь больше возможностей. Наша ценность - в определенной профессиональной экспертизе.

В прошлом году были периоды, когда загрузка отелей по известным причинам падала до самых низких показателей, при этом у “непрофильных” управляющих компаний зачастую наступал паралич управленческих решений. С одной стороны, это понятно: мы еще не видели подобных вызовов гостиничному бизнесу. Очевидно, что в подобной ситуации применить привычные схемы управления невозможно, и управленцы, которые пришли в этот бизнес “случайно”, не могли принять оперативно верных решений: в каком сегменте работаем, какие пакеты формируем, закрываемся или работаем и т.д.

Разумеется, было сложно и профильным гостиничным компаниям, главным образом, из-за неясной перспективы.

В *Atelika Hotel Group* также отметили рост спроса на услуги управляющих компаний, - уточнил *учредитель Алексей Высоканов*. “Во время пандемии мы подписали три контракта, столько же контрактов подписали перед Новым годом, и один контракт находится на стадии подписания». Компания сконцентрировалась на курортных объектах на побережье Черного моря, предлагающих услуги для семейного отдыха по концепции “все включено”. “Для отелей работа с

управляющей компанией - это гарантия того, что какая-то часть отеля в любом случае будет загружена, а с собственника будет снята часть проблем».

*4. Какие ожидания у управляющих компаний от 2021 года? Как компании решали вопрос с нехваткой персонала? Насколько изменились гости?*

Ситуацию прокомментировал Алексей Высоканов (Atelika Hotel Group).

Прошлый год характеризовался тем, что у отелей было очень мало времени на подготовку к сезону: буквально за две недели необходимо было подготовить объекты, набрать персонал. Соответственно были проблемы с нехваткой горничных, официантов... Однако, когда гости приезжали, они были рады уже самому факту, то удалось вырваться на море, и относились снисходительно к недочетам, которые мы объективно не могли устранить сразу.

При этом в июле 2020 года мы практически полностью закрыли вопрос с нехваткой персонала: для этого нам пришлось сильно повысить зарплату горничным и другим линейным сотрудникам.

Что касается сезона-21, то, когда мы только открыли продажи (в сентябре прошлого года), они пошли очень активно, но вторая волна пандемии их “подкосила”. Когда же она пошла на спад, то продажи опять оживились. Сейчас мы видим рост по сравнению с продажами прошлого года. Если весной будет третья волна пандемии, то продажи, возможно, опять замедлятся. Однако, я думаю, что летом локдауна никакого не будет, и сезон будет успешным.

В первую очередь будут загружаться отели 4-5\*, как и в прошлом году. Хуже будут продаваться объекты уровня 2-3\*. Это логично: туристы, которые привыкли отдыхать за рубежом, будут бронировать отели более высокого уровня в России. Те, кто ранее выбирал более экономный сегмент, в этом году могут вовсе отказаться от поездок.

Если в 2022 году границы будут открыты, то будет естественный отток туристов на зарубежные направления. Повторится ситуация 2017 года, когда вновь “открыли” Турцию для массового туризма.

Поскольку компания развивает собственные бренды, значительная часть бронирований приходит напрямую от постоянных гостей. Постоянные гости делятся на две категории: те, которые ездят в один и тот же отель, и те, которые путешествуют по разным городам, но выбирают саму цепочку отелей. “В 2020 году у нас было много гостей, которые, например, неделю жили в Анапе, потом на неделю приезжали в Крым. После добавления новых отелей в цепочку “Ателики”, мы видим, что наши гости неделю живут в Анапе, неделю в Феодосии, затем в Алуште. Так мы закрываем сразу много направлений”, - добавил Алексей Высоканов.

Также в Atelika Hotel Group отметили увеличение спроса на раннее бронирование. Этому способствует в том числе динамическое ценообразование. Продажа отелей по более низкой стоимости (скидки достигают 40%) позволяет компании привлекать денежные средства уже на самом раннем этапе бронирования.

Как считает Вадим Прасов (“Альянс Отель Менеджмент”), открытие границ скажется положительно на деловом туризме, особенно на загрузке отелей в Москве и Санкт-Петербурге. “Думаю, как только откроются границы, эти города сразу покажут хорошие результаты. В частности, скажется отложенный деловой спрос со стороны европейских компаний”.

“Основным итогом 2020 года мы решили признать тот факт, что мы выжили. Кроме того, 2020 и начало 2021 года подтвердили, что сейчас мы ничего предсказать не можем. Наше долгосрочное планирование осталось в прошлом, и сейчас мы живем перспективой 2-3 дня”, - вывод Александра Гендельсмана хорошо

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

иллюстрирует суть гостиничного бизнеса сейчас. Не исключением стали и управляющие компании. Посмотрим, как для них прошел 2020 год.

##### *5. Управление или аренда? ZONT HOTEL GROUP, UPRO GROUP*

Как отметила Яна Уханова (JLL), большинство игроков на рынке предлагают сейчас доверительное управление. Если посмотреть на иностранные рынки, то, например, в Германии, управляющие компании либо не заключают договор аренды, либо стараются пересмотреть его условия. Причина - аренда слишком рискованна, и у компаний должен быть большой запас финансовой прочности.

В этих условиях примечательно, что компания ZONT HOTEL GROUP - одна из немногих, которая в разгар пандемии подписала крупный московский гостиничный объект на договор аренды.

По словам Александра Гендельсмана, в арендной схеме сейчас действительно сложно выполнять свои обязательства. “Я благодарен нашим арендодателям, которые приняли во внимание текущую ситуацию. Могу сказать, что ни один из наших арендодателей не остался без арендной платы, мы также выплачивали вовремя все коммунальные платежи. Да собственники потеряли в прибыли, но в убыток не ушли”.

Однако, как подчеркнул эксперт, для собственников и для управляющей компании сделка была удачной, потому что собственникам одиночного отеля (речь идет об отеле Crowne Plaza Tretyakovskaya) было необходимо профессиональное управление. Самостоятельно управлять гостиничным объектом в период непредсказуемости очень сложно. “Несмотря ни на что, мы соблюдаем все стандарты бренда. Регулярные проверки соответствия брендов подтверждают, что мы на 100% выполняем все требования”, - говорит Александр Гендельсман. В отличие от конкурентов, отель не закрывался даже в самые тяжелые месяцы (апрель-май 2020), а собственник, благодаря действиям Управляющей компании, не понес никаких текущих убытков.

Для гостиничной управляющей компании UPRO GROUP аренда сейчас также более предпочтительный вариант, более легкий и простой в работе. “По нашим данным, запрос со стороны собственников на аренду также увеличился. С одной стороны, они хотят снять с себя часть проблем по управлению отелем, с другой - им нужен прогнозируемый результат”, - добавляет руководитель компании Тамара Черных.

##### *6. Южные курортные отели: сезон 2020 и головокружение от успехов*

Как отметили участники Круглого стола, летний сезон прошлого года был для собственников южных курортных отелей достаточно удачным. В цифрах это выразалось, например + 65% выручки к 2019 году. Причины связаны во многом с закрытием границ, однако есть собственники, которые причину успеха относят исключительно к своим операционным действиям. Эксперты рекомендуют все же оценивать ситуацию более объективно. “Сейчас непонятно, что будет с летним сезоном-21. Если откроется Турция, то собственники одиночных отелей с не очень правильной структурой расходов и с не очень быстрым реагированием на изменение текущей ситуации, поймут, что лето 2020 года и большая выручка отелей были скорее исключением, чем правилом”, - уверен Александр Гендельсман.

Тем не менее, по мнению экспертов, для большинства отелей ценность управляющих компаний как центра принятия стратегических решений возросла.

К примеру, в управляющей компании UPRO GROUP планируют в ближайшее время работать в исключительно курортном направлении. При этом в компании

уверены, что к модели гостиничного рынка 2019 года ни управляющие компании, ни собственники отелей уже вернуться не смогут.

“Уместнее говорить не о восстановлении, а об изменении рынка. К примеру, даже после открытия границ, часть туристов, которые раньше отдыхали за границей, останутся на внутреннем туристическом рынке. Отчасти это произойдет потому, что российские туристы фактически открыли для себя курорты нашей страны. В других странах происходят аналогичные процессы и развивается внутренний туризм. Это повлияет на международные потоки, в том числе на поток иностранных туристов в Россию”, - уверена *руководитель UPRO GROUP Тамара Черных*.

#### *7. Деловой туризм в Москве и других регионах*

В компании *ZONT HOTEL GROUP* уверены, что Москва справилась с кризисом лучше, чем другие столицы Европы, хотя до показателей 2019 года еще далеко. “С учетом, что все переходят на дистанционку и понимают, насколько это выгоднее и дешевле, достичь показателей 2019 года мы сможем не раньше 2023 года”, - считает *Александр Гендельсман*.

Несколько иной позиции придерживаются в *UPRO GROUP*. “MICE-туризм уже не будет прежним. С одной стороны, все хотят живого общения, но при этом мы не учитываем тот факт, что компании уже перестроили свои бизнес-процессы под гораздо большее количество бизнес-встреч. Это возможно только в онлайн”, - уверена Тамара Черных.

#### *8. Персонал: универсальные солдаты или узкие специалисты?*

В связи с закрытием границ ситуация с персоналом в отелях продолжает оставаться сложной. В марте-апреле 2020 года многие отели существенно сократили штатное расписание.

“Поскольку сейчас мы не можем делать точные прогнозы, то штат в отеле не увеличивается. Означает ли это, что в гостиничном бизнесе появятся сотрудники, которые могут закрыть несколько позиций одновременно? Или сетевые отели могут позволить себе переносить часть нагрузки с одного объекта на другой?” - с этим вопросом Яна Уханова обратилась к участникам дискуссии.

В *ZONT HOTEL GROUP* все сотрудники обязательно работают на руководящих позициях в одном из отелей, с которыми у компании заключен договор. В *ZONT HOTEL GROUP* уверены, что универсализм приводит к потере качества, так что лучше этим не злоупотреблять. “В мире осталось не так много сфер, где люди общаются напрямую с людьми. Это очень ценно. Мы считаем, что бармен должен быть барменом, а ресепшионист ресепшионистом”, - комментирует Александр Гендельсман.

#### *9. Как работать с разными активами в кризис? Кейс от АО «Гостиничная компания»*

АО «Гостиничная компания» предоставляет услуги по профессиональному управлению операционными процессами в отелях, находящихся как под прямым управлением, так и под международной франшизой. Компания работает с международными брендами совершенно разных гостиничных операторов, управляя отелями в Сочи, Москве, Казани и других городах России.

Особенностью 2020 года стала работа с отелями, спрос на которые сильно различался во время пандемии: от максимально низких показателей в Москве до 100% загрузки в Сочи.

Как прокомментировал *Алексей Карелов*, АО «Гостиничная компания» управляет только теми активами, которые получает от Группы ВТБ. Они могут быть достаточно разными, но при этом соблюдают стандарты Группы.

Что касается независимых отелей уровня 3-4\*, то для них предусмотрены обязательные к соблюдению стандарты. “У нас есть разработанная совместно с банком финансовая программа, по которой идет отчетность всех независимых отелей. Она устраивает отель, банк и нас как Управляющую компанию. Так что в этом плане с независимыми отелями работать проще. Конечно, и здесь есть общие проблемы, связанные с падением объемов из-за отсутствия туристов”, - рассказывает Алексей Карелов.

Сложнее работать с отелями под международным управлением. “Мы, как представители собственника и как Управляющая компания, не можем работать с ними по такой же схеме, как и при работе с независимыми отелями. Наша стратегия в данном случае - работать с каждым отелем индивидуально”, - отмечает Алексей Карелов. АО «Гостиничная компания» выработала в данном случае следующие модели сотрудничества:

- Полная прозрачность при защите бюджета отелей. Для этого АО «Гостиничная компания» требует предоставить 6 документов, включая финансовую и маркетинговую политику, полную расшифровку затрат на GM. Только после предоставления всех документов, происходит подписание бюджета.

- Ежемесячные совещания по выполнению бюджета: разбор текущей ситуации и прогноз.

Поскольку АО “Гостиничная компания” является банковской структурой, то отелям необходимо соблюдать корпоративные требования банка. В частности, все расходы проходят через Единый расчетный центр и контролируются Группой финансового контроля. Для соблюдения всех требований подписываются трехсторонние регламенты между АО “Гостиничная компания”, собственником и генеральным менеджером отеля. Они устанавливают, в частности, форму прохождения договоров в зависимости от его суммы. “Я не считаю, что у нас 100% контроль работы отелей под международным управлением, но его вполне достаточно, чтобы оценивать даже на ежедневной основе их работу”, - уверен Алексей Карелов.

Важный момент. Ранее АО «Гостиничная компания» специализировалась на управлении гостиничными объектами группы ВТБ, но в 2020 году вышла и на внешний рынок.

#### *10. Сервис: от персонализации к диджитализации*

Если раньше отели боролись за персонализацию сервиса, то теперь на первый план стала выходить диджитализация. При этом требования к индивидуальному сервису остались. Вопрос: как отель может максимально монетизировать качество услуг?

Как отмечает руководитель QA *Hotel Service Екатерина Володина*, для контроля качества в отеле хорошим решением является услуга Анти-тайный звонок, при которой сотрудники отеля знают, что каждый входящий звонок в Отелю может быть проверен. Это особенно актуально для сотрудников службы приема и размещения, поскольку они не всегда предлагают дополнительные услуги, информируют гостя об акциях и спецпредложениях. “Эффективность этой услуги доказывает тот факт, что после двух месяцев вынужденного затишья к нам вернулись 98% наших контрактов”, - делает вывод Екатерина Володина.

<https://horeca.estate/digits/86-gostinichnyj-biznes/959-upravlenie-otelyami-ruka-na-pulse-jill-alyans-otel-menedzhment-atelika-hotel-group>