



## Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 0502-2022

С 15 по 23 мая 2022 года

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

В Ростуризме подсчитали объем господдержки туристической отрасли

Ростуризм разработает бесплатные онлайн-курсы для сотрудников отелей

Программа туристического кешбэка не повлияла на стоимость проживания в гостиницах

ФАС начала проверку ценообразование в отелях на майские праздники

### **2. Гостиничный рынок Москвы и Московского региона**

Отель высотой более 100 метров построят на проспекте Мира в Москве

Трехэтажную гостиницу построят в подмосковной Дубне

### **3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков**

**РФ**

#### ***Новая кризисная ситуация и влияние на туристский и гостиничный бизнес***

Городские отели меняются под запросы туристов

«Booking – один»

К 2030 году в России будет создано 20 тысяч новых гостиничных номеров

Около 12 тыс. гостиничных номеров будут созданы в трех областях России

В Карелии в 2022 году построят 5 модульных отелей

Модульные отели появятся на западе, востоке и юге Крыма

На курортах Черноморского побережья намечается спад спроса

Гостиницы 4-5 звезд самые востребованные средства размещения на курортах Кубани

В Петербурге замедлился ввод в эксплуатацию новых гостиниц

Во Владивостоке заморожено открытие японского отеля, который строят с 2010 года

(Одновременно) В Приморье начинается строительство очередного пятизвездочного гостиничного комплекса

### **4. Юридический практикум для отельеров и вопросы гостиничной безопасности**

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

Эксперты отрасли гостеприимства направили в Ростуризм предложения по корректировке требований к антитеррористической защищенности гостиниц

### **5. Гостиничное дело за рубежом**

СМИ: Туристы больше не смогут поменять валюту в турецких отелях

Турецкие отели начнут принимать карты «Мир»

### **6. Интересное, полезное, важное для отельера**

Закупки в отеле: курс на ускоренное импортозамещение или «параллельный» импорт?

Изменение спроса в гостиничном бизнесе. Объект исследования – крупные отели.

Автоматизация работы отеля и персональный сервис для гостей – как ужитья этим двум «сущностям» в современном отеле?

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**

### **В Ростуризме подсчитали объем господдержки туристической отрасли**

За минувшие три года поддержка индустрии туризма увеличилась в 10 раз. В текущем году на эти цели выделено около 75 миллиардов рублей. Об этом во время выступления на правительственном часе в Государственной Думе сообщила Зарина Догузова. Процитируем руководителя Ростуризма:

«За три года в 10 раз выросла федеральная поддержка индустрии туризма, до почти 75 млрд рублей в этом году. А начинали мы с 7 миллиардов. Такого финансирования туризма не было никогда в истории современной России. Если раньше поддержка касалась точечного развития объектов инженерной и обеспечивающей инфраструктуры, то сегодня меры поддержки есть для малого и среднего бизнеса, крупных инвесторов, есть прямая поддержка людей для доступного отдыха. В результате нашей плотной работы вместе с вами, бизнесом, мы очень достойно прошли два тяжелых кризисных ковидных года, отрасль выстояла, развивается, все больше россиян открывают для себя страну, хотя проблем еще предостаточно».

Дополнительно сообщается, что по итогам 2021 года внутренний туризм восстановился на 90% по сравнению с 2019 годом. Показатели 2020 года превышены в 1.5 раза. Руководитель Ростуризма отметила, что оборот туристической отрасли в 2021 году превысил показатели 2019 года на 1 триллион рублей. Занятость в этой сфере удалось восстановить на 90%. В отрасли работает 2.3 миллиона человек.

<https://hotelier.pro/news/item/v-rosturizme-podschitali-obem-gosudarstvennoy-podderzhki-turisticheskoy-otrasli/>

### **Ростуризм разработает бесплатные онлайн-курсы для сотрудников отелей**

Ростуризм в 2022 году опубликует серию бесплатных качественных онлайн-курсов, которые позволят повысить квалификацию работникам даже небольших гостиниц. Об этом глава федерального агентства Зарина Догузова.

«Мы много общались с владельцами гостиниц и понимаем, что небольшой отель не может себе сегодня позволить отправить своих сотрудников в столицу или в какой-то крупный город для того, чтобы пройти обучение. Поэтому, как правило, этого просто не происходит. Мы часто сталкиваемся с тем, что в гостиницах, особенно небольших, качество, в общем-то, оставляет желать лучшего. Поэтому мы создаем в этом году целую серию профессиональных, очень качественных онлайн-курсов», — поделилась глава Ростуризма.

По словам Зарины Догузовой, так в индустрии удастся сформировать стандарт качества.

<https://hoteliernews.ru/rosturizm-razrabotaet-besplatnye-onlayn-kursy-dlya-sotrudnikov-oteley>

### **Программа туристического кешбэка не повлияла на стоимость проживания в гостиницах**

Об этом в минувший понедельник сообщила руководитель Ростуризма во время встречи с депутатами фракции ЛДПР в Государственной Думе. Процитируем Зарину Догузову: «Любое намеренное завышение цен в рамках туристического кешбэка (к примеру, если гостиница у себя на сайте продает за одни деньги, а по

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

кешбэку - за другие) мы моментально пресекаем, вплоть до исключения участников из программы. Поэтому сколь либо существенного влияния программы кешбэка в части повышения цен с учетом всех этих факторов и огромного количества свободной инфраструктуры в низкий сезон мы не увидели. И влияние, если есть, оно минимально».

Руководитель Ростуризма отметила, что увеличение числа отелей в России приведет к ужесточению конкуренции, а значит улучшит соотношение цены и качества предоставляемых услуг. Также в минувшую пятницу в СМИ появилась информация о поручении заместителя председателя правительства России Дмитрия Чернышенко о продолжении постоянного мониторинга цен на отдых. Ответственными за реализацию этой задачи по-прежнему являются ФАС и Ростуризм. В случае необходимости ведомства должны будут принимать решение по стабилизации стоимости отдыха.

<https://hotelier.pro/news/item/programma-turisticheskogo-keshbeka-ne-povliyala-na-stoimost-prozhivaniya-v-gostinitsakh/>

### **ФАС начала проверку ценообразование в отелях на майские праздники**

Федеральная антимонопольная служба (ФАС) России проводит анализ ценообразования в период майских праздников на услуги гостиниц категории «три звезды» в Татарстане, Тверской, Ульяновской и Московской областях. Об этом сообщили в пресс-службе регулятора.

«По поручению правительства Российской Федерации служба проводит анализ ценообразования в период майских праздников на услуги гостиниц категории «три звезды» в Татарстане, Тверской, Ульяновской, Московской областях. Предметом анализа является выявление наличия или отсутствия признаков нарушения антимонопольного законодательства», — говорится в сообщении.

ФАС не впервые проводит проверку стоимости размещения в отелях. В 2021 году аналогичные данные собирались о средствах размещения Крыма и Краснодарского края после ограничения полетной программы в Турцию из-за очередной волны пандемии. Тогда служба не нашла признаков сговора.

<https://hoteliernews.ru/fas-nachala-proverku-tsenoobrazovanie-v-otelyah-na-mayskie-prazdniki>

## **2. Гостиничный рынок Москвы и Московского региона**

### **Отель высотой более 100 метров построят на проспекте Мира в Москве**

Москомэкспертиза согласовала проект строительства многофункционального гостиничного комплекса из четырех корпусов высотой более 100 метров, сообщила пресс-служба ведомства

«Запланировано возведение четырех корпусов, объединенных двухэтажной подземной частью, где разместится паркинг. Первый и третий, а также второй и четвертый корпуса будут расположены на общих стилобатных частях. Нужно отметить, что этот объект является уникальным, ведь его высота составит более 100 метров», — рассказала глава ведомства Анна Яковлева.

Комплекс планируют построить на проспекте Мира, влд. 222/2 на средства инвестора.

Отель будет рассчитана на 1941 номер, в том числе с террасами. На сданных под офисы этажах смогут работать более 900 человек. Также в зданиях планируют открыть магазины, супермаркеты, фудкорты и фитнес-центр с бассейном. Территорию вокруг комплекса благоустроят.

<https://hoteliernews.ru/otel-vysotoy-bolee-100-metrov-postroyat-na-prospekte-mira-v-moskve>

### **Трехэтажную гостиницу построят в подмосковной Дубне**

На Ленинградской улице в городском округе Дубна возведут трехэтажную гостиницу. Разрешение на строительство выдано Министерством жилищной политики Московской области. Застройщик – ООО «Учредитель».

Общая площадь здания составит 7167 квадратных метров. Гостиница будет предназначена для проживания сотрудников местных технопарков Дубны и особой экономической зоны. Также на объекте оборудуют небольшой спортзал.

Проект находится на сопровождении персонального менеджера Центра содействия строительству при Правительстве Подмосковья. Предварительный объем инвестиций – 240 млн рублей. Кроме того, строительство объекта позволит создать 47 рабочих мест на территории региона.

<https://hoteliernews.ru/trehetazhnyyu-gostinitsu-postroyat-v-podmoskovnoy-dubne>

### **3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ**

#### **Новая кризисная ситуация и влияние на туристский и гостиничный бизнес**

##### **Городские отели меняются под запросы туристов**

Многие городские отели сейчас перестраивают свои бизнес-модели в поисках новых сегментов и ниш. Подробности этих процессов сообщили Profi.Travel эксперты гостиничной сферы 16 мая.

Причина смены формата — потеря значительной части целевой аудитории городских объектов размещения: командировочных, корпоративных, иностранных туристов, гостей *mise-meropriyatiy*. По разным оценкам, в связи с этим загрузка гостиниц в зависимости от города упала от 20 до 40% относительно прошлогодних показателей.

«Конечно, городские отели вынуждены искать какую-то замену. У некоторых есть определенная надежда на туристические группы из стран Ближнего Востока и других дружественных государств, у кого-то сохраняется поток командировочных туристов. Но в целом большинство отелей перестраивают свой бизнес. Все так или иначе пытаются работать с туристическим рынком. Прежде в структуре гостей городских отелей он занимал небольшую долю, но сейчас выходит на приоритетное место. Отельные занимаются продвижением пакетных предложений выходного дня для тех, кто едет в города на уикенд, начинают смотреть в сторону семей с детьми. И для этого, например, дополнительно переоборудуют какие-то помещения под игровые комнаты, оборудуют детские площадки, если это уместно для отеля», — рассказал основатель Hotel Business Academy и Hotel Business Forum Алексей Волов. По его словам, эта работа началась еще два года назад — в пандемию. И сейчас тенденция набирает обороты.

Гендиректор Travelline Александр Галочкин подтвердил: городские отели сегодня активно перестраиваются под семейный формат, вводят тарифы с детским проживанием и готовят инфраструктуру для детей. По его словам, особенно это заметно по объектам Москвы и Санкт-Петербурга. И выигрывают в борьбе за туриста те, кто сумел сориентироваться и переформатироваться первыми.

Так как большинство деловых мероприятий во многих городах отменяются, отельеры предлагают гостям проводить торжественные события: юбилеи, свадьбы, романтические вечера и т.д. И даже предоставляют дополнительные услуги, чтобы обеспечить максимальный комфорт отдыхающим. «Не отходя „от кассы“ — прямо в номер к вам придут мастер маникюра, профессиональный фотограф, парикмахер, мэйкапер, массажист и т.д.», — привела пример исполнительный директор гостиничной компании Four Elements Hospitality (бизнес-отели в Москве, Перми, Кирове, Екатеринбурге) Анна Косарева.

По словам коммерческого директора группы отелей USTA (Екатеринбург) Виктора Салина, потери отельеров из-за отмены мероприятий доходят до 50%. С загрузкой в целом ситуация в гостиницах региона не настолько плачевная, как в городах, которые потеряли иностранных туристов, — в среднем они заполнены на 60%, это минус 5-10% от прошлогодних показателей. Он отметил, что объекты размещения почувствовали определенное перераспределение турпотоков и пытаются подстроиться под новые запросы. «Мы видим, что в выходные дни значительно увеличилось количество туристов из Уральского Федерального Округа (УрФО): Челябинска, Тюмени, Пермского края, которые едут в регион за впечатлениями и покупками. Раньше мы наблюдали такой спрос только в летний период. Сейчас это окно расширяется и захватывает апрель, май — теперь мы

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

надеемся, что то же будет и в сентябре. Поэтому и отельеры начинают ориентироваться на внутренний сегмент и конкурировать с апартаментами. Стандартная политика бизнес-отеля — проживание 1-2 человек в номере и доплаты за допместо. А в апартаментах можно заплатить единую стоимость и жить втроём, вчетвером. И цена получается значительно ниже — на 30%. Отели это видят, начинают потихоньку перестраиваются, делать выгодные ценовые предложения для этого сегмента, чтобы тоже попадать в поле зрения таких гостей, под их бюджет и потребности», — заключил эксперт.

[https://profi.travel/news/55196/details?utm\\_source=profi\\_travel&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=dailynewsletter\\_21518\\_160522](https://profi.travel/news/55196/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_21518_160522)

### **«Booking – один»**

Уход с российского рынка некогда главного «маршрутизатора» бронирований номеров в коллективных средствах размещения России компании Booking Holdings так мощно встряхнул рынок, что aftershocks (повторные толчки) все никак не улягутся, а новый ландшафт рынка до сих пор толком не сформировался.

Идет уже третий месяц после the События, а альтернативные ОТА по-прежнему заняты лихорадочной «перефасовкой» доли Booking.com в сторону своих ресурсов. При этом ни одной «альтернативе» нельзя прочить роль нового «доминатора» на рынке.

Причина происходящего проста и очевидна – слишком мало времени было отпущено «наследникам» Booking'a, и явно недостаточно ресурсов у них имелось для «большого броска».

«Российские ОТА оказались не готовы к свалившемуся на них объему работы, - считает Дарья Пуйто, представитель в Санкт-Петербурге компании Libra Hospitality. - Обновление информации на любом российском ОТА занимает очень много времени. Компаниям просто не хватает ресурсов».

Между тем, после ухода с российского рынка Booking.com на 40 процентных пунктов выросли прямые продажи номеров через сайты отелей - с 26% до 66% в общем объеме – поделился статистикой на основе данных компании TravelLine ее генеральный директор Александр Галочкин.

Т. е. между сонмом «ОТА-шных» игроков рынка в апреле распределялось всего 34% продаж (на 6 мая, впрочем, эта доля подросла – см. ниже). «Это, конечно, совершенно неслыханная раскадровка, учитывая, что во времена Booking.com на ОТА приходилось 74%, среди них международный гигант занимал доминирующую позицию - около 75%», - замечает топ-менеджер TravelLine.

Но даже сокращенный объем бронирований «домашним» ОТА очень сложно переваривать.

«Мы в компании готовим сотрудника для работы в службе поддержки отельеров три месяца, - говорит Александр Ешмеков, директор по работе с отелями компании TravelLine. – А тут всего два месяца было у компаний, чтобы совладать со всем грузом свалившихся на них забот. Конечно, им нужно больше времени».

Российским ОТА для того, чтобы для российских туристов выглядеть аналогично Booking, нужно два-три года – говорят некоторые участники рынка. Сейчас основная борьба идет за базу объектов, чтобы она была у агрегаторов больше.

Борьба за доли рыка отражается на графике, взятом с дэшборда TravelLine 6 мая, следующим образом:





График. Данные TravelLine о текущей популярности российских агрегаторов на рынке (на 06.05.2022)

Какие действия в отношении российских OTA предприняли отельеры страны в марте – выясняла магистрант Пензенского госуниверситета Анастасия Сидорова. Собранные ей данные показали, что 42% отельеров подключили 3 и более новых каналов продаж (см. Диаграмму ниже).

### Российские OTA получили свой шанс?

Действия отельеров в марте 2022 г.

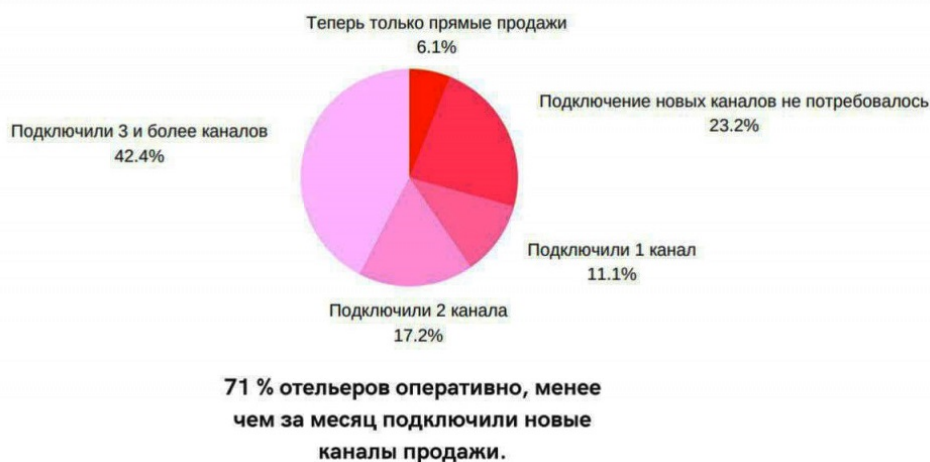


Диаграмма. Действия отельеров в отношении российских OTA в март 2022 (по данным исследования магистранта Пензенского госуниверситета Анастасии Сидоровой)

Стоит ли отельерам потерпеть еще месяц, другой, и работа отечественных OTA станет лучше? Но к тому времени половина летнего сезона уже пройдет. К тому же, отельеры высказывают мнение, что российские OTA-консолидаторы опасаются

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

Фокус – Москва и столичный регион



слишком вкладываться в развитие – а вдруг так же внезапно, как он ушел, Booking вернется! Тогда инвестиции могут оказаться в чем-то напрасными.

Пока же ... оказалось, что справиться с новым спросом наши ОТА качественно пока не могут, поменять фотографии и текст описания отеля на сайтах ОТА занимает недели – заметил недавно Алексей Волон, основатель проекта Hotel Business Academy.

«Снова возрастает роль туроператоров и турагентств в продажах услуг отелей, а с ними нужно выстраивать отношения для осуществления продаж», - добавил эксперт.

«Нужны ли отелям туроператоры?» - задал далеко не риторический вопрос Кирилл Соколов, коммерческий директор туроператора «Невские Сезоны» (Санкт-Петербург), на недавней конференции Hospitality Business Day 2022.

«Если отельер хочет работать с туроператором, минимальная оптовая скидка для него у отельера должна быть 30% от VAR, - сказал он. - Потому что такова структура дистрибуции: DMC (местный туроператор) – туроператор (на рынке-источнике) – турагент. На каждом этапе существует 10% комиссии». (см. в репортаже по ссылке: <https://hotelier.pro/news/item/hospitality-business-day-2022/>).

«По сравнению с программой туристического кешбэка уход Booking.com дал нам минимальный эффект – в лучшем случае плюс 10% к традиционному объему продаж, - заметил в апреле Илья Уманский, генеральный директор туроператора «Алеан» - Прирост в системах туроператоров и увеличение таких заявок у турагентов я расцениваю как временный эффект. Долю международного агрегатора, наверняка, заместят ОТА, а туроператорам и агентам надо бороться за другую нишу – нишу не такого простого продукта, как бронирование номеров в Сочи, а более сложного, вроде путешествий по Алтаю или Байкалу, где просто подобрать отель – мало».

«Мы, отельеры, для ОТА - инвентарь. А они для нас – чайки-перехватчики, - в сердцах высказался Сергей Куренков, генеральный директор сети Elisa Hotels & Resorts (Калининградская область). - Для Booking'a в приоритете были гости, для российских ОТА – «бабки». Российские ОТА никогда не заменят Booking, потому что они не имеют такой репутации, какую имел Booking. Кстати, когда Booking работал в России, у нас на прямые продажи приходилось 68%, а с уходом агрегатора прямые продажи у нас опустились до 60%. Когда нас было только двое – либо мы напрямую, либо Booking - гостям было проще делать свой выбор, где бронировать. Теперь же они мечутся между разными ресурсами».

Вместе с тем, помимо обращения к агрегаторам «по жизни» (Ostrovok, Bronevik, 101Hotels и др.), раздаются призывы к туристам (особенно от чиновников) использовать местные ресурсы для бронирования гостиниц в том или ином городе или регионе (VisitPetersburg – в Санкт-Петербурге, GoKaliningrad – в Калининграде, «Визит Сочи» - в Сочи, Russpass – в Москве и шире - по всей России).

Минздрав заявил о планах создания медицинского аналога Booking в России. Сервис по поиску жилья на особо охраняемых природных территориях анонсировало Минприроды России. И т. д.

Тем временем к действующим игрокам рынка готовы примыкать все новые и новые (в том числе, купленный «Сбером» год назад 2GIS (проект «Отелло»)). Создается впечатление, что ситуация складывается сейчас как в свое время на wild wild west - решительным «ковбоям» прерия по колено, им видятся широкие горизонты и большие перспективы.

Вопрос, впрочем, в том - смогут ли «домашние» агрегаторы, наконец, полностью впечатлить отечественных отельеров?

«Какие агрегаторы я оставляю, я смогу сказать месяца через два, когда подведу итог по периоду постбукинга», - говорит Инга Пилацис, директор отеля «Аметист» (г. Апатиты).

«Агрегатор - это как торговый центр. Туда ходит масса людей и ваш отель будет на одинаковых условиях с другими, - замечает Мария Якимовская, бизнес-консультант в области эффективного управления и генеральный директор загородного арт-отеля & Spa Чулково Club. - Дальше — сами крутитесь, как хотите. Если надеяться только на геолокацию и на тему «у меня дешевле» — далеко не уедете».

«Помимо ухода Booking и airbnb, экстремистскими стали соцсети Facebook и Instagram. Т.е. выпали мощные игроки, с которыми отелям было просто и относительно недорого выстраивать продвижение. Внезапно у отелей обнаружились дыры в инструментах продажи номеров (это неприятно, но поправимо) и в компетенциях продвижения (а вот это уже опасно)», - говорит Андрей Михайлец, со-основатель сообщества отельеров Russian Hotels Talks и эксперт по продажам и разработке маркетинговой стратегии в отелях.

«Самый простой путь - расширить работу с российскими ОТА. На первый взгляд, этот путь кажется наиболее быстрым и правильным: отель снова (как и с Booking) получает недорогие инструменты, чтобы быть представленным на рынке, отелю не надо «заморачиваться» созданием отдела продаж (а значит, увеличивать ФОТ, думать о функциях каждого менеджера в отделе продаж и др.), и он относительно быстро получает клиентов, - продолжает эксперт. - Многие отели полагают, что, «распишав» номера по различным каналам продаж, они занимаются продажей номеров. Скажу честно: есть большая разница между дистрибуцией и продажами, а раздача номеров по каналам - это не совсем продажи. Скажу честно: это дистрибуция, а не продажи».

Негативным результатом для рынка от ухода западного агрегатора стало увеличение комиссии со стороны отечественных ОТА - сразу по факту ухода Booking.

«Комиссия многих российских ОТА составляет 15-20%. И это - не следствие «жадности» ОТА, а элементарный вопрос экономической целесообразности, - добавляет Андрей Михайлец. - Игроки, которые сейчас «бьются» за рынок российских отелей, будут конкурировать за место в поисковой выдаче. Для этого они начнут скупать рекламу ... В целях собственного выживания на рынке для них оптимальная комиссия для отелей будет даже не 15- 20%, а все 25%. Российские ОТА повышают комиссию не только потому, что появился спрос, но и потому, что появились колоссальные издержки».

«Между тем, эффективный управленец – это тот, кто сделал отель востребованным в своем сегменте. Для этого необходимо разработать стратегию продаж с учетом его позиционирования на рынке, провести доскональный конкурентный анализ, сделать такой бюджет доходов, где доля ОТА (иными словами, доля зависимости отеля от ОТА), составляет не более 10%. А для уменьшения зависимости от ОТА надо развивать внутренние продажи, корпоративные продажи, кросс-продажи, - продолжает эксперт. - И еще один аргумент в пользу собственного отдела продаж: онлайн-агентства не заинтересованы в том, чтобы гость возвращался в один и тот же отель. Они заинтересованы в том, чтобы гость много путешествовал и останавливался в разных отелях. Это значит, что задача ОТА прямо противоречит задачам отеля в части повторных клиентов».

«Все, что предлагается сегодня, нельзя назвать альтернативой, - рассказала РБК Алина Старостина, с 2017 года сдающая свой загородный дом в подмосковном Домодедово. — Мы работаем со всеми основными площадками, где есть раздел посуточной аренды, но ни ЦИАН, ни «Авито» не востребованы у нашей аудитории,

ими больше пользуются для аренды квартир» (см. ссылку на статью <https://realty.rbc.ru/news/62696a2d9a79471deac5aa95>).

«Для владельцев арендного жилья те площадки, что есть, тоже неудобны, - добавляет она. Например, на «Островке» нет удобного канала связи между хозяином жилья и гостем, в результате у нас были случаи, когда сервис подтверждал клиенту бронирование, не оповещая нас, и мы не могли разместить этих гостей, поскольку дом уже был забронирован на эти даты. К тому же airbnb делил комиссию за пользование сервисом между хозяином жилья и гостем, а «Островок» берет 25% с владельцев объекта. Там нет и отзывов о гостях — а мы всегда пользовались этой опцией на airbnb, прежде чем подтвердить бронирование. С сервиса «Суточно.ру», где мы зарегистрировались в начале марта, за этот период не было ни одного бронирования. Мы ищем альтернативные варианты продвижения, запустили свой сайт, но основной поток клиентов сейчас — наши бывшие гости. Сразу же после того, как стало известно о приостановке работы airbnb, я написала сообщения всем нашим клиентам с этой площадки, которых мы размещали с 2017 года. Всех пригласила приезжать к нам и оставила свой номер телефона. Вот это и есть пока основной канал, по которому к нам приходят клиенты».

«Российские ОТА в большинстве своём не прислушиваются к пожеланиям отелей, - сетует Екатерина, хозяйка гостевого дома DREAM VILLAGE Oksino. - Совершенно не согласованная работа сотрудников. Многие не компетентны в вопросах. Не адаптированный под человека экстранет. Если российские ОТА не исправят ситуацию, то, конечно же, отели будут ждать возвращения Booking».

*А если Booking и вправду «завтра» вернется?*

Компания Booking.com выплатила в федеральный бюджет наложенный Федеральной антимонопольной службой (ФАС) штраф в размере 1,3 млрд рублей и теперь чиста перед властями России.

«Ситуация развивалась очень быстро в те дни (рубеж февраля – марта), - рассказал Карло Олежничак, вице-президент Booking.com и управляющий директор по Европе. - Мы видели, как много стран мира вводили санкции в отношении России. Это привело ко множеству ограничений, что сделало ведение бизнеса в России очень сложным. Поэтому мы приостановили оказание услуг в России».

Приостановили ...Сколько шагов потребуется от «приостановили» до «восстановили»?

«Booking, вернись, я всё прощаю! – восклицает Руслан Березовский из компании Travellinks. - Я был не прав, я ругал тебя за долгое время ожидания на линии, за излишнюю безопасность. Но ваши консультанты всегда знали ответы на наши вопросы. Это я понял не сразу, а лишь спустя время в разлуке с тобой. Суровая реальность пришла, когда я познакомился с твоими коллегами в России. До одних я пытался дозвониться два месяца. У вторых ... ужасный экстранет. А еще страшнее: сотрудники-незнайки! Никто Ничего Никогда не знает! Все куда-то уточнять убегают или переключают на другой отдел, где сидят такие же незнайки. Час сегодня провисел на проводе, пытаюсь уточнить ответ на простой вопрос: какие у вас есть способы оплаты вашей комиссии для отельеров».

Имеется еще и такой нюанс – много кто работал с Booking как физлицо или самозанятый, а российские ОТА работают только с ИП и юрлицами.

Если завтра Booking вновь (Аллилуйя?) объявится на нашем рынке, продолжат ли отельеры и дальше упорно экспериментировать с «не-букингами» или дружно «рванут» обратно в столь знакомые объятия?

«Мы не будем смещать фокус с прямых продаж – продолжим продвигать наш сайт с помощью контекстной рекламы. Мы внедрили программу лояльности, она

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

поможет нам мотивировать гостей бронировать напрямую, - говорит Татьяна Кулик, руководитель отдела продаж сети мини-отелей и апартаментов Travelto (Санкт-Петербург). – При этом мы возобновим размещение объектов на Booking с полной информацией об объектах и актуальными фото, тарифами, спецпредложениями. И при этом продолжим размещаться и на отечественных ОТА».

«Booking – один». Этот заголовок вы можете трактовать по-разному: Один из многих. / Один такой. / Один – как верховный бог в германо-скандинавской мифологии.

Booking действительно во многом стал богом или по, крайней мере, по мере своего развития внушительно приблизился к этому статусу. Он создал себе паству. Но не на вере, а на технологиях. Это стоит многого. Однако ... свято место пусто не бывает. Как говорят в футболе, «не забиваешь ты – забивают тебе».

Российские ОТА поднимают паруса ...

«Для тех, кто собрался сделать новый Booking, у меня есть только один совет: сделай лучше, чем Booking» - сказал в интервью Hotelier.pro Рафаэл Арутюнян, менеджер продуктов компании Hoteza, в свое время проработавший более 5 лет в петербургском офисе Booking.com – см. статью по ссылке: <https://hotelier.pro/interviews/item/dlya-tekh-kto-sobral-sya-sdelat-novyy-buking-u-menya-est-tolko-odin-sovet-sdelay-luchshe-chem-buking-intervyu-s-rafaelem-arutyunyanom/>

«Успех Booking'a был в том, что его полюбили именно гости, а уже затем эту любовь разделили и отельеры», - добавил эксперт. Одним словом, как говорится в поговорке, «Не потчуй меня тем, чего я не ем». Не только Отельер Должен Императивно Нянить гостя, но и это же во главу угла должны поставить все ОТА! Чтобы возвращение Booking'a не принесло с собой катастрофическое фиаско ...

<https://hotelier.pro/news/item/booking-odin/>

## **К 2030 году в России будет создано 20 тысяч новых гостиничных номеров**

Генеральный директор корпорации «Туризм. РФ» Сергей Суханов рассказал о первой волне инвестпроектов, отобранных для реализации за прошедший год. «Мы сформировали первый портфель из 53 инвестпроектов в 27 регионах. Их реализация уже началась, и до 2030 года они обеспечат 20 тыс. гостиничных номеров и увеличение турпотока на 10 миллионов туристов. Приток инвестиций в туризм от этих проектов составит 400 млрд рублей. За минувший год мы разработали три мастер-плана: горный курорт “Лагонаки” в Адыгее с 20 км трасс и гостиницами только первой очереди на 650 номеров, парк “Три вулкана” на Камчатке с горнолыжным курортом и 30 км трасс, и третий мастер-план – круглогодичного горного курорта “Долина Васта” в Краснодарском крае», – сказал Сергей Суханов.

На реализацию федерального проекта «Повышение доступности туристических продуктов» с 2021 года было выделено чуть больше 11 млрд рублей. В этом году заложено 12,5 млрд рублей.

<https://hoteliernews.ru/k-2030-godu-v-rossii-budet-sozdano-20-tysyach-novyh-gostinichnyh-nomerov>

## **Около 12 тыс. гостиничных номеров будут созданы в трех областях России**

«Президент поставил перед нами задачу ускорить создание туристической инфраструктуры. Разрабатываемые корпорацией «Туризм. РФ» в рамках нацпроекта

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

«Туризм и индустрия гостеприимства» мастер-планы позволяют уйти от хаотичной застройки и обеспечить комплексное развитие территорий. Представленные планы подразумевают создание в Краснодарском крае, Тульской и Сахалинской областях около 12 тыс. номеров. Это позволит увеличить внутренний турпоток на 3 млн человек», — сказал Чернышенко, слова которого приводят в его аппарате.

Кроме того, корпорация в ближайшее время подготовит концепции развития еще 19 перспективных территорий в 13 регионах России, отметил он. Вице-премьер провел заседание совета директоров корпорации «Туризм. РФ», на котором были утверждены планы развития горнолыжного курорта «Горный воздух», экокурортов «Лагуна Буссе» и «Остров Итуруп» в Сахалинской области, экокурорта «Кондуки» в Тульской области и курорта «Абрау-Дюрсо» в Краснодарском крае. Генеральный директор корпорации «Туризм.РФ» Сергей Суханов рассказал, что утвержденные концепции пяти территорий лягут в основу детальных мастер-планов. В них будет учтена потребность в обеспечивающей инфраструктуре для новых объектов.

На территории экокурорта «Кондуки» запланировано строительство трех- и четырехзвездочных гостиниц и спа-комплексов. Это позволит увеличить турпоток к 2026 году в два раза — до 500 тыс. человек. Концепция развития горнолыжного курорта «Горный воздух», экокурортов «Лагуна Буссе» и «Остров Итуруп» подразумевает строительство гостиниц, апартаментов, баз отдыха и глэмпингов общей вместимостью свыше 7 тыс. номеров, а также развитие сопутствующей инфраструктуры. Это позволит к 2030 году увеличить турпоток на Сахалин в четыре раза — до более 1 млн человек в год, сообщили в аппарате вице-преьера.

На мероприятии также был рассмотрен мастер-план развития круглогодичного курорта «Долина Васта» в горном кластере Сочи. По словам Суханова, он станет продолжением курорта «Роза Хутор». Там будет построено свыше 3 тыс. номеров в гостиницах и апартамент-отелях различных категорий, современная горнолыжная инфраструктура. Будут созданы все условия для семейного отдыха, оздоровления и проведения крупных деловых и развлекательных мероприятий. Строительство курорта увеличит туристический поток в Сочи более чем на 1 млн туристов и создаст около 5 тыс. рабочих мест, добавил он.

<https://hoteliernews.ru/okolo-12-tys-gostinichnyh-nomerov-budut-sozdany-v-krasnodarskom-krae-tulskoy-i-sahalinskoy-oblastyah>

### **В Карелии в 2022 году построят 5 модульных отелей**

Об этом в минувший понедельник сообщила Анна Борчикова. Она занимает пост начальника управления по туризму этого региона. На строительство модульных гостиниц в Карелии из резервного фонда правительства России было выделено 250 миллионов рублей. Завершить строительные работы рассчитывают уже в 2022 году.

Полученные из бюджета средства планируется распределить среди инвесторов, к которым будет предъявляться целый ряд требований. Планируется, что минимальный размер субсидии составит 25 миллионов рублей, но как минимум половину средств компания должна инвестировать самостоятельно. Гостиница должна быть зарегистрирована на территории Карелии. Также инвестору необходимо предоставить документы по земельному участку, на котором будут вестись строительные работы, и договор с поставщиком модулей.

Напомним, что за прошедшие майские каникулы регион посетили порядка 100 000 путешественников. Всего в мае в Карелии рассчитывают принять порядка 130 000 туристов. Из-за значительного спроса на отдых, в регионе ощущается недостаток средств размещения. Поэтому в администрации будут заинтересованы в скорейшем введении модульных гостиниц в эксплуатацию уже в 2022 году.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*



<https://hotelier.pro/news/item/v-tekushchem-godu-v-karelii-postroyat-5-modulnykh-oteley/>

### **Модульные отели появятся на западе, востоке и юге Крыма**

Инвесторы предварительно определили локации для строительства модульных гостиниц в Крыму. Об этом сообщила пресс-служба минкурортов Крыма со ссылкой на главу ведомства Вадима Волченко.

«Уже есть предварительная проработка как минимум по 4 легковозводимым отелям – на Западе, Востоке и Южном берегу Крыма, поэтому есть высокие шансы, что уже в этом году, согласно распоряжению, наших туристов будут принимать новые модульные, красивые современные отели», – сообщил Волченко.

В ближайшее время разработают конкурсную документацию и порядки доведения сумм. Строить отели начнут летом по итогам проведения конкурсов.

Ранее Крыму из резервного фонда правительства России выделили 300 млн рублей на строительство модульных средств размещения. По данным минкурортов Крыма, проекты реализуются в рамках софинансирования: инвестор вкладывает половину необходимых средств, вторую половину покрывают за счет средств федерального бюджета.

<https://hoteliernews.ru/modulnye-oteli-poyavyatsya-na-zapade-vostoke-i-yuge-kryma>

### **На курортах Черноморского побережья намечается спад спроса**

Об этом сообщили в Ассоциации туроператоров России (АТОР). В настоящее время падение продаж варьируется от 10% до 80% по сравнению с аналогичным периодом 2021 года. Масштабы сокращения спроса значительно различаются в зависимости от направления.

Так продажи туров в Большой Сочи снизилась на 10%. Отметим, что аэропорт в этом городе работает. В Анапе зафиксировано падение бронирований на 25-30%, а в Геленджике и Туапсе на 40%. Отмечается, что наиболее сложная ситуация сложилась в Крыму. У каждого туроператора падение продаж отличается. Какие-то компании сообщают о падении спроса на 40-45%, другие на 80-85%.

Дополнительно сообщается, что глубина бронирования путевок не превышает конец июня. В настоящее время ряд отелей Крыма понизили стоимость размещения на 5-30% по сравнению с прошлым годом. Некоторые гостиницы в Краснодарском крае также предлагают скидки от 10% до 30% на проживание в мае-июне. В основном понижение цен происходит в гостиницах категории 3 и 4 звезды. Исключения составляют только средства размещения Сочи. Там понижение цен пока не фиксируется.

Есть прогнозы, в соответствии с которыми цены в отелях, расположенных на черноморском побережье, будут понижаться и дальше. В наибольшей степени эта тенденция коснется средств размещения, которые относятся к категории 2 и 3 звезды.

<https://hotelier.pro/news/item/na-kurortakh-chernomorskogo-poberezhya-otmechaetsya-spad-sprosa/>

### **Гостиницы 4-5 звезд самые востребованные средства размещения на курортах Кубани**

Более половины номерного фонда на Черноморском побережье Краснодарского края забронировано на предстоящий летний сезон. Наиболее

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

востребованными остаются отели в сегменте 4-5 звезд, рассказали в региональном министерстве курортов, туризма и олимпийского наследия. Такой вид отдыха запрашивают более 60% отдыхающих.

По данным краевого минкурортов, за четыре года в Краснодарском крае количество отелей по системе «все включено» увеличилось в 2,5 раза, до 80 объектов.

«В крае разработан стандарт оказания услуг «все включено» и «ультра все включено». Внедрение нового стандарта позволит сгладить несоответствия между ожиданиями туристов от отдыха и реальностью, укрепить доверие потребителей к оценке соответствия гостиниц. Туристы и туроператоры будут понимать, какой базовый набор услуг будет входить в отдых «все включено» в любом отеле, который работает по этой концепции. Вместе с тем стандарт устанавливает только минимальные требования, а далее гостиницы могут расширять его на свое усмотрение», — отметили в министерстве.

В общей сложности край готовится принять летом порядка 9 млн туристов, для которых будут работать более 10,7 тыс. средств размещения общей вместимостью 257 тыс. номеров (емкостью 588,1 тыс. мест). В этом году край вводит в эксплуатацию 14 новых объектов на 645 номеров (1340 мест).

<https://hoteliernews.ru/gostinitsy-4-5-zvezd-samye-vostrebovannye-sredstva-razmescheniya-na-kurortah-kubani>

### **В Петербурге замедлился ввод в эксплуатацию новых гостиниц**

В Первом полугодии этого года в Петербурге планируется открыть девять новых отелей «3-5 звезд» на 768 номеров. Это на 50% номеров меньше, чем было открыто в январе-июне прошлого года, сообщила журналистам вице-президент Bescar Asset Management Ольга Шарыгина.

В I квартале года не было открыто ни одного нового отеля, отметила Шарыгина. В начале апреля начал работать новый апарт-отель «3 звезды» Avenue – Apart на 200 номеров, рассказали «Ведомостям» в управляющей компании гостиницы. На май запланирован запуск отеля «4 звезды» Glinz Hotel на 30 номеров под управлением Ginza Project. По данным Bescar Asset Management, в первом полугодии также планируется открытие апарт-отеля «4 звезды» Docklands SmArt на 198 номеров, отеля «5 звезд» Cosmos Collection на 24 номера, трехзвездного апарт-отеля «Дом Дипнера» на 48 номеров и других проектов.

Директор по гостиничному консалтингу Knight Frank Russia Наталия Розенблюм говорит, что гостиничный девелопмент имеет длительное время реализации, на открытие одного проекта, как правило, уходит 2-3 года. «Замедление ввода, которое мы видим сейчас, не связано с краткосрочными факторами, а имеет долгосрочное влияние», — отметила она. Ответственный секретарь Межотраслевого координационного совета гостеприимства и услуг Тамара Буйлова поясняет, что замедление запуска новых отелей в Петербурге – это следствие двухгодичного снижения турпотока и стагнации отрасли. По данным городского комитета по развитию туризма, в этом году в Петербурге ожидают около пяти млн гостей, в 2021 г. город принял шесть млн туристов, в то время как в 2019 г. турпоток был 10,5 млн человек. По мнению Буйловой, после двукратного снижения турпотока можно было ожидать гораздо большего падения запуска новых отелей. «С момент начала коронавируса разумные инвесторы не входили в новые проекты», — поясняет эксперт.

Генеральный директор Nikoliers в Санкт-Петербурге Андрей Косарев тоже отмечает, что охлаждение рынка началось еще в 2020 г. на фоне падения внешнего турпотока. На этом фоне девелоперы перешли на более компактные отельные

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

*Фокус – Москва и столичный регион*



проекты. «Проектов с номерным фондом, исчислявшимся тысячами, уже нет. Те, которые запускают сейчас девелоперы – клубные, составом менее 300 лотов. Они располагаются в центральных локациях и часто являются реконструкцией», – подчеркнул он.

По данным Шарыгиной, более 80% всех новых номеров в отелях, открытие которых запланировано до конца июня, приходится на классифицированные апартаменты, на обычные гостиницы – менее 20%. Такая тенденция началась в 2020 и продолжилась в 2021 гг., когда на долю апартаментов пришлось 70-80% всех новых гостиничных номеров. По прогнозам Vesar Asset Management, во втором полугодии в городе заявлен запуск 10 новых объектов на 3800 номеров, 3000 из которых придется на апартаменты.

По данным Смольного, общий фонд классифицированных гостиниц и других объектов размещения в городе составляет более 38 000 номеров. По оценке Шарыгиной, примерно 11% или 4200 юнитов из этого фонда – классифицированные апартаменты. В Nikoliers называют схожую цифру – 4600 номеров. В ближайшие годы доля апартаментов в общем номерном фонде может вырасти в разы, говорят эксперты. «Апартамент – более гибкий инструмент, как правило, номера в таких отелях включают кухню и другие дополнительные сервисы. Его всегда можно переформатировать под аренду на короткий или длинный срок. И в конечном счете даже классифицированные апартаменты владелец всегда может распродать по номерам. Это более ликвидный и маневренный бизнес, который становится все более популярным с учетом нестабильной экономической ситуации», – поясняет Буйлова.

Строительство новых апартаментов в Петербурге будет стимулировать и господдержка. Буйлова отмечает, что запущенные в рамках туристического нацпроекта меры господдержки распространяются на создание всех видов гостиничной инфраструктуры. 11 мая Ростуризм начал принимать от банков инвестпроекты, которые претендуют на включение в программу льготного кредитования на строительство и реконструкцию отелей. Программа впервые была запущена в прошлом году, по ней инвесторы могут получить кредиты от 100 млн до 70 млрд руб. под 5% годовых на 15 лет. В прошлом году в Петербурге для финансирования было отобрано четыре инвестпроекта, в этом году сбор заявок продлится до конца июня.

Шарыгина рассказала, что Vesar Asset Management в этом году подаст заявку на кредитование своего строящегося апартаментов «4 звезды» Ramada Encore на 469 номеров. Сумму запрашиваемого кредита она не уточнила. Буйлова говорит, что если власти города не будут искусственно поддерживать развитие классических гостиниц, их строительство будет каждый год сокращаться. «Если ситуацию не поправят искусственно, развитие классического гостиничного сектора в Петербурге будет под серьезным вопросом, потому что два года пандемии и нестабильную экономическую ситуацию инвесторы запомнят», – отмечает она.

<https://hoteliernews.ru/v-peterburge-zamedlilsya-vvod-v-ekspluatatsiyu-novyh-gostinits>

## **Во Владивостоке заморожено открытие японского отеля, который строят с 2010 года**

Информация об открытии пятизвездочной гостиницы Okura во Владивостоке удалена с сайта японской сети отелей Okura Nikko Hotel Management.

В 2010 году, еще при губернаторе Сергее Дарькине, в столице Приморья были заложены два пятизвездочных отеля, которые планировалось открыть в 2012 году к саммиту АТЭС. Предполагалось, что они будут работать под брендом Nayatt.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

Один отель начали строить на мысе Бурном, другой - на Корабельной Набережной.

Краевые депутаты не единожды согласовывали выделение на достройку отелей дополнительных немалых сумм из краевой казны и займов в банке. В итоге обе гостиницы обошлись бюджету Приморья почти в 20 миллиардов рублей.

При этом отели так и не достроили и в конце концов пришлось недостроенные продать. В бюджет вернулось всего 550 миллионов рублей, или 3,2% от затрат, и то только через год после продажи.

В 2020 году оператором гостиницы на Корабельной набережной стала японская сеть отелей Okura Nikko Hotel Management Co., Ltd. После открытия Okura Vladivostok стала бы первым отелем японской компании в России.

Гостиницу планировалось ввести в эксплуатацию осенью 2021 года, позже перенесли на 2022 год, сначала на весну, потом на лето.

Теперь подготовка к открытию поставлена на паузу.

Недавно сети отелей Hilton и Hyatt заявили, что пока не будут строить в России новые гостиницы и приостанавливают работу офисов на территории РФ.

Напомним, многие иностранные компании, в том числе и ряд японских, приостановили свою деятельность в России. Причиной называется военная спецоперация в Украине.

<https://ridus-ru.turbopages.org/ridus.ru/s/news/375906>

### **(Одновременно) В Приморье начинается строительство очередного пятизвездочного гостиничного комплекса**

Гостиничный комплекс категории 5 звезд на 270 номеров с казино появится в бухте Муравьиная. Разрешение на строительство объекта получил резидент игровой зоны «Приморье» – НАО «Шамбала». Как сообщили в Корпорации развития Приморского края, российский инвестор НАО «Шамбала» еще в октябре 2020 года запустил казино, а теперь приступает к реализации второй очереди строительства крупного гостиничного комплекса. Уже завершены земляные работы, началось возведение подземной и наземной части здания.

«На инвестиционной площадке проведен комплекс мероприятий нулевого цикла, в том числе подготовлен котлован под строительство объекта второй очереди. Параллельно задействованы несколько подрядных организаций, выполняется заливка квадратных железобетонных колонн, монтаж внутренних инженерных сетей», – сообщили в корпорации. По словам директора НАО «Шамбала» Максима Смоленцева, планируемый срок завершения строительства объекта второй очереди – 2025 год.

«При планировании второй очереди мы учли все ключевые потребности гостей. В новом пятизвездочном гостиничном комплексе будут созданы все необходимые условия для хорошего отдыха – 270 больших номеров разных категорий с минимальной площадью 45 квадратных метров и отличным видом на бухту Муравьиная, спа-зона с бассейном и фитнес-залом, тренажерный зал, рестораны и бары, банкетный и конференц-залы, а также дополнительные игровые залы. При этом гостиница будет соединена в единый комплекс зданий с развлекательным комплексом первой очереди», – подчеркнул он.

Напомним, что в рамках первой очереди были сданы в эксплуатацию более 40 тысяч квадратных метров развлекательного комплекса, при общем сроке реализации проекта – всего два года. Площадь игрового зала первой очереди – самая большая в России – 5 200 квадратных метров. В декабре 2021 года также был открыт отель на 36 номеров разных категорий. Максим Смоленцев рассказал, что,

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

несмотря на сложности, с которыми сталкивался бизнес в последние несколько лет, с момента открытия казино посетили уже около 300 тысяч гостей. Сейчас в нем трудоустроены более 350 сотрудников. С открытием второй очереди количество рабочих мест увеличится еще минимум на 200 единиц. Объем инвестиций проекта составил более 5 миллиардов рублей, а общая площадь застройки – более 90 тысяч квадратных метров.

Общую концепцию проекта игорно-развлекательного комплекса «Шамбала» готовили совместно сотрудники проектной организации БКП «Перспектива» и международной архитектурной компании LLC AHR Studio (реорганизованная команда AEDAS), которая проектировала такие известные объекты, как казино The Venetian в Макао и Marina Bay Sands в Сингапуре.

<https://hoteliernews.ru/v-primore-nachinaetsya-stroitelstvo-pyatizvezdochnogo-gostinichnogo-kompleksa>

#### **4. Юридический практикум для отельеров и вопросы гостиничной безопасности**

##### **Эксперты отрасли гостеприимства направили в Ростуризм предложения по корректировке требований к антитеррористической защищенности гостиниц**

Мы ранее сообщали, что в результате неоднократных обращений Ассоциации «Безопасность туризма» в Аппарат Правительства Российской Федерации по вопросам исполнения Требований к антитеррористической защищенности гостиниц и иных средств размещения (постановление Правительства РФ от 14 апреля 2017 года № 447) Ростуризм активизировал работу по подготовке предложений по корректировке данных Требований. В этой связи ведомство собирало соответствующие предложения.

Эксперты отрасли из состава Российской Гостиничной Ассоциации также направили свои предложения (письмо есть в распоряжении редакции сайта).

Так, предлагается более точно указать сферу применения требований. Понятие «иные средства» размещения используется в Требованиях в значении, указанном Правилами предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации - это не корректно, считают эксперты. Правила не содержат такого понятия. Также не корректна ссылка относительно понятия «гостиница», так как Правила лишь содержат отсылочную норму на Федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации».

Еще одна проблема, которая доводит отельеров до судебных разбирательств - это довольно размытая формулировка о гостиницах, на которые Требования не распространяются (п. 4 Требований). В связи с этим в регионах зачастую гостиницы относят к местам массового пребывания людей. В итоге региональные и местные антитеррористические комиссии (АТК) заставляет отели в обязательном порядке выполнять требования в соответствии с постановлением Правительства РФ от 25.03.2015 №272, при этом гостиницы не охраняются войсками национальной гвардии Российской Федерации, как это установлено этим документом.

Из п.7 Требований следует, что «Возможные последствия совершения террористического акта на территории гостиницы определяются на основании прогнозных показателей о количестве людей, которые могут погибнуть или получить вред здоровью», то есть, речь должна идти о расчете прогнозного показателя по какой-либо методике. При этом в Требованиях не определена формула подсчета уровня максимальной единовременной заполняемости гостиницы.

Среди проблемных вопросов также то, что в п.п. «б» пункта 9 Требований отсутствует понятие «окончание необходимых мероприятий по ее вводу в эксплуатацию». Эксперты считают, что следовало бы принять формулировку ст. 55 ГрК РФ «Разрешение на ввод объекта в эксплуатацию».

Одна из ключевых проблем - п.п «д» пункта 18 Требований, где определена обязательная установка кнопки экстренного вызова наряда полиции. Эксперты предлагают установить альтернативу «наряду полиции» и добавить для гостиниц возможность привлекать для этих целей охранные организации и собственные службы безопасности гостиниц.

Предлагается также оснащать контрольно-пропускные пункты (посты) ручными металлообнаружителями только при объявлении в стране любого из установленных законодательством уровней опасности.

Важным эксперты Российской Гостиничной Ассоциации считают необходимость определения мер поддержки гостиниц для реализации мероприятий

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

по обеспечению антитеррористической защищенности (предусмотреть отнесение этих затрат в полном объеме на себестоимость услуг, исключение этих затрат при расчете НДС, льготное кредитование расходов на реализацию этих мероприятий и т.п.).

В поддержку данных инициатив можно направить свое мнение на адрес [apparat@tourismsafety.ru](mailto:apparat@tourismsafety.ru). О ходе этой работы Ассоциация «Безопасность туризма» будет вас информировать в ленте новостей и на канале Telegram.

[https://www.tourismsafety.ru/news\\_one\\_6583.html](https://www.tourismsafety.ru/news_one_6583.html)

## **5. Гостиничное дело за рубежом**

### **СМИ: Туристы больше не смогут поменять валюту в турецких отелях**

Что думают отельеры о таких мерах?

Министерство казначейства и финансов Турецкой республики запретило операции с иностранной валютой в отелях, соответствующее решение уже было доведено до владельцев и управляющих компаний отелей, сообщают турецкие СМИ.

По данным изданий, причиной для такой меры стал резкий рост объемов валюты в отелях. Для многих объектов эта услуга стала существенным источником дохода. С другой стороны, средства размещения фактически стали составлять серьезную конкуренцию банкам и официальным обменным пунктам. Вероятно, последние и добились от Минфина жестких действий против отелей.

Тем не менее, в туристической отрасли пока не все осведомлены об инициативе регулятора. В частности, ряд источников в отельном бизнесе Анталы сообщили Profi.Travel, что на момент написания новости не получали никаких предписаний от Минфина, хотя и в курсе новостей о его появлении.

Такие ограничения создают сложности непосредственно для самих туристов. «Туристы могут приехать в отель, который находится на удалении от крупных населенных пунктов, и никаких других возможностей обменять иностранную валюту на лиры поблизости может просто не оказаться. В результате они все равно будут менять деньги в отеле, но на менее выгодных условиях и фактически в „черную“. В итоге это приведет к еще большему недовольству туристов», — цитируют турецкие СМИ еще одного эксперта.

Кроме того, участники рынка рассчитывают на то, что регулятор еще сможет смягчить свое решение или вовсе пересмотреть его. В этом смысле многие ожидают поддержки со стороны Министерства Культуры и Туризма, рассказал один из собеседников Profi.Travel. Напомним, его глава — Мехмет Нури Эрсой — также является владельцем отелей MAXX Royal, и инициатива Минфина напрямую затрагивает и его интересы.

[https://profi.travel/news/55204/details?utm\\_source=profi\\_travel&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=dailynewsletter\\_21540\\_170522](https://profi.travel/news/55204/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_21540_170522)

### **Турецкие отели начнут принимать карты «Мир»**

Вице-премьер Александр Новак заявил, что Россия и Турция договорились о начале приема карты «Мир» в турецких отелях, а также об увеличении использования российского платежного средства в банкоматах Турции.

«Мы обсуждали также возможность проведения платежей в российских рублях либо турецких лирах, работу карты «Мир» в отелях Турецкой Республики. Договорились о том, что банки будут принимать карты, договорились о том, что будут созданы условия для наличия необходимых терминалов в отелях, гостиницах», — сказал господин Новак.

Он также сказал, что с турецкой стороной достигнута договорённость по увеличению количества авиарейсов — и со стороны России, и со стороны Турции.

Ранее ряд российских СМИ сообщали, что некоторые турецкие интернет-магазины перестали принимать оплату картой «Мир». Так, например, карты этой платежной системы больше не принимает авиакомпания Turkish Airlines.

<https://hoteliernews.ru/turetskie-oteli-nachnut-prinimat-karty-mir>

## **6. Интересное для отельеров**

### **Закупки в отеле: курс на ускоренное импортозамещение или «параллельный» импорт?**

Операционная деятельность отеля — это, прежде всего, интересные и непредсказуемые задачи каждый день.

Еще совсем недавно отельеры проявляли гибкость и стрессоустойчивость в ковидное время, учились, считали, искали новые методы управления доходной и расходной частью - как новая волна препятствий нахлынула в виде сложностей поставок, повышения цен, спекуляцией со стороны поставщиков, санкционными товарами. Похоже, мы живем во времена закалки истинного отельера.

В гостиницах закупочный процесс был организован всегда по-разному, в зависимости от задач, которые ставит генеральный менеджер отеля перед командой. Количество номерного фонда, предоставляемые услуги, наличие конференц-залов, переговорных комнат, количество точек питания, масштабы прилегающей территории — все это влияло на целесообразность отдельного штата закупщиков и отдела материально-технического снабжения.

Небольшому отелю под силу контролировать процесс самостоятельно, распределяя обязанности между коллегами. Как получается, управлять этим процессом и проводить аналитику - другой вопрос, но привезти необходимое в нужном количестве - было возможно. В больших отелях, в управляющих компаниях закупочным процессом управляют. General Manager всегда видит в отделе закупок скрытый потенциал дополнительных источников дохода. Это не только про покупать дешевле, это еще и контролировать свою расходную часть, обязательно планировать, использовать инструменты аналитики, динамику изменения цены и методы управления ценой. Для этого в команду приглашают специалистов с аналитическим складом ума, кто сможет увидеть картину целиком: если не это, то что? А как это повлияет на операционные показатели отеля? на гостя? Какие репутационные риски могут возникнуть? А что еще можно сделать?

Так и в текущей ситуации, руководители отдела закупок следят за ситуацией и ищут варианты. Хотя не удивлюсь, если паническое состояние посещает коллег, потому что не знаешь, что на что заменить без потери качества. Если отель на этапе стройки, для сетевых отелей это было часто про поставку европейских брендов: сейфы, минибары, чайные станции, постельное белье, вся кухонная утварь, оборудование, абсолютно все оснащение должно было быть представлено ассортиментом из Италии, Франции, Великобритании, Германии, Норвегии, США и т.д.

Для действующих объектов такая необходимость могла возникнуть, если вышла из строя какая-либо деталь у кухонного оборудования и необходима была замена.

В операционной деятельности отеля прибегать к иностранным брендам уже не было острой необходимостью. Закупщики и так искали аналоги, даже, например, вплоть до сменных мешков для профессиональных пылесосов в службе Housekeeping. И импортозамещение тут работало.

Недавно в Минпромторг заговорили о параллельном импорте - перечне товаров, которые можно будет ввозить в Россию без согласия производителей. В него попали 50 групп товаров и около 200 покинувших Россию иностранных брендов. Любая российская компания сможет сама или через контрагентов в других странах закупать товары и продавать их в России. При этом ценообразование будет зависеть только от издержек компании. Для нашей отрасли это грозит непредсказуемыми



ценами, отельеры столкнутся с непониманием какую сумму закладывать в бюджет при планировании.

### *Импортозамещение пищевых продуктов*

Если говорить о продуктовой группе, то ещё 19 декабря 2014 года вышло Постановление РФ № 1421 об изменениях в Госпрограмму развития сельскохозяйственной отрасли импортозамещения в России. В целях программы установили: ускоренное импортозамещение в отношении мяса (свинины, птицы, крупного рогатого скота), молока, овощей открытого и закрытого грунта, картофеля и плодово-ягодной продукции; повышение конкурентоспособности российской сельскохозяйственной продукции на внутреннем и внешнем рынках.

Поэтому опытные отельеры исследовали частные фермерские хозяйства, смотрели "по сторонам", что есть «привлекательного и вкусного» рядом для упрощения логистической цепочки, но с соблюдением всех принципов пищевой безопасности. Так многие стали перенимать опыт из ритейла, где магазины, заточенные на правильное питание и все домашнее, заключали контракты с местными фермерскими хозяйствами и получали не только творог, сметану, йогурт, кефир, молоко, но и мясо птицы, яйца, сыры. Организация шведской линии в отеле с включением таких продуктов - всегда предвосхищает потребности гостя.

Для этого необходимо находить тех фермеров, кто готов работать с программой ветеринарного контроля, внедрять систему пищевой безопасности, отгружать товар с правильной документацией. Правда в связи с последними событиями ценовая политика меняется, цены растут даже на «свое», так как производители отмечают рост цен на корма, ветеринарные препараты, электроэнергию.

Овощи/фрукты - перебоев пока не наблюдается, хотя ходят слухи о том, что скоро в стране закончатся бананы. Это связано с логистическими компаниями, такие как Maersk, владеющие почти половиной контейнерного парка планеты, которые ограничили свою деятельность для России.

Многие рассуждают, что уход зарубежных компаний и импортной продукции - это время возможностей для отечественных производителей, однако важно отметить, что импортозамещение не всегда возможно просто в силу объективных причин: например, как выращивание кофе и бананов, которым нужны подходящие климатические условия.

### *Импортозамещение косметической продукции*

Люксовым отелям 5\* будет сложно перестроиться, потому что в их выкладке были гостиничные линейки знаменитых парфюмерных домов, гостиничная косметика из Франции, Италии и др. И даже косметика из Чехии не всегда подходила под концептуальное продвижение гостиницы. На российском рынке, к сожалению, этот сегмент не развит от слова совсем. За исключением «Natura Siberica», у которых должна была в прошлом году запуститься новая линейка косметики для гостиниц, и для многих отелей это было бы кстати сейчас. Все остальное упаковывается в Китае без каких-либо парфюмерных отдушек.

### *Импортозамещение профессиональной химии*

Рынок гостеприимства "захватили" всего несколько компаний в сфере уборки, они завоевали свой авторитет лучшими практиками дозирования моющих средств и разведения правильной концентрации, контроля их использования. Что в первую очередь, снижало человеческий фактор, риски некачественной стирки постельного белья и уборки гостиничного номера. У них четкий план внедрения, памятки, инструкции для персонала, да и, в конце концов, сама система дозаторов. В России

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

есть пару производителей, но на данный момент им не хватает мощности и ориентированности на рынок Нoreca, чтобы гарантировать, что с качественным белым постельным бельем и ресторанным текстилем ничего не произойдет и срок эксплуатации не снизится.

### *Импортозамещение фарфора*

Как идея: проанализировать коллекции отечественных производителей фарфоровой посуды. Оценить их производственные и дизайнерские возможности для выпуска собственной линейки профессиональной посуды для ресторанов и отелей. Недавно завод императорского фарфора анонсировал, что будет работать над выпуском профессиональной посуды для ресторанов.

<b>Фарфоровый завод РФ</b>	
Мануфактуры Гарднерь в Вербилках	<a href="http://farforverbilki.ru/">http://farforverbilki.ru/</a>
Дулевский фарфоровый завод	<a href="https://dfz.ru/">https://dfz.ru/</a>
Башкирский фарфор	<a href="https://bashfarfor.ru/">https://bashfarfor.ru/</a>
Императорский фарфор	<a href="https://www.ipm.ru/">https://www.ipm.ru/</a>

### *Что можно еще сделать:*

1) Изучить российских производителей, их возможности. Например, в каталоге <https://hot-link.ru/> представлено достаточное количество поставщиков для отелей и ресторанов.

2) В апреле Russian Hospitality Awards запустили свою площадку, где планируют собрать поставщиков для индустрии hospitality <https://horecapartners.ru/>.

3) У независимой организации «РОСКАЧЕСТВО» существует проект по исследованию винодельческой продукции под названием «ВИННЫЙ ГИД РОССИИ», что может послужить дополнительным источником информации при составлении и обновлении винной карты ресторана <https://rskrf.ru/vgr/>.

<https://hotelier.pro/management/item/zakupki-v-otele-kurs-na-uskorennoe-imporzameshchenie-i-paralelnyy-import/>

### **Изменение спроса в гостиничном бизнесе. Объект исследования – крупные отели.**

1. За последние месяцы ситуация в гостиничной индустрии изменилась кардинально. Старые правила, проверенные источники спроса и наработанные стратегии уже не функционируют.

Вопросов сегодня много. На какие направления деятельности отеля следует фокусировать усилия? Как определить, какие каналы дистрибуции сейчас приносят больше бронирований? В рамках каких стратегий развиваться дальше?

Компания hotellab (предлагает Revenue Management решения для отелей городского и курортного типа, от 20 номеров и более) подготовила аналитический отчет о произошедших изменениях спроса. На основе отчета представлены

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

рекомендации отелям: как правильно сформировать эффективные стратегии в существующих реалиях. Надеемся, эта аналитика будет хорошим подспорьем в работе.

## 2. Аналитика по онлайн каналам продаж в гостиничном бизнесе. Диаграммы.

Объектом исследования являются следующие показатели:

- доли онлайн-источников в продажах отелей
- продолжительность бронирований по источникам
- глубина бронирований по источникам

Периоды сравнения: январь - февраль и март - апрель 2022 года.



### Аналитика по онлайн-каналам продаж, Москва

Сравнительный анализ по периодам создания бронирования

- доли онлайн-источников в продажах отеля
- продолжительность бронирований
- глубина бронирований по источникам

\*данные на основе отелей, подключенных к hotel|lab



Веб-лаборатория данных для вашего бизнеса

Источник [https://t.me/hotellab\\_io](https://t.me/hotellab_io)

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

## Аналитика по онлайн-каналам продаж, другие регионы

Сравнительный анализ по периодам создания бронирования

- доли онлайн-источников в продажах отеля
- продолжительность бронирований
- глубина бронирований по источникам

\*данные на основе отелей, подключенных к hotellab

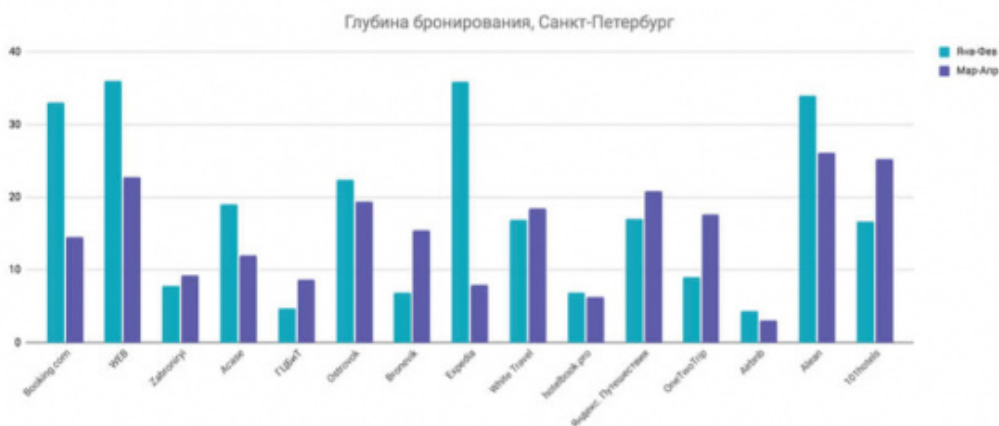
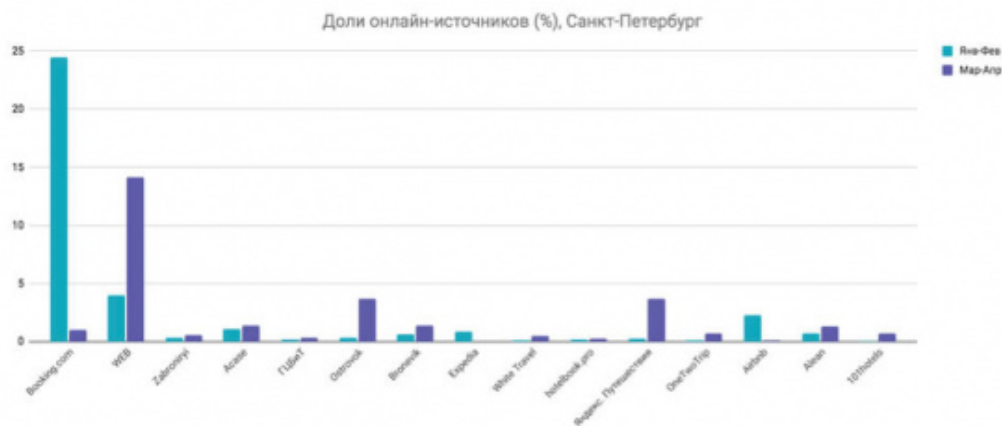


## Аналитика по онлайн-каналам продаж, Санкт-Петербург

Сравнительный анализ по периодам создания бронирования

- доли онлайн-источников в продажах отеля
- продолжительность бронирований
- глубина бронирований по источникам

\*данные на основе отелей, подключенных к hotellab



## Аналитика по онлайн-каналам продаж, Краснодарский край

Сравнительный анализ по периодам создания бронирования

- доли онлайн-источников в продажах отеля
- продолжительность бронирований
- глубина бронирований по источникам

\*данные на основе отелей, подключенных к hotellab





*Что наблюдаем после изучения диаграмм?*

Основной спрос после ухода крупных OTA каналов распределился, в первую очередь, в сторону следующих онлайн-каналов:

- Официальные сайты отелей
- Ostrovok.ru
- Яндекс Путешествия
- bronevik.com

Для отелей с корпоративными направлением отмечается активность канала Академсервис/Аcase. Среди курортных отелей растет национальный туроператор Алеан и 101hotels.

На сегодняшний день нет явного лидера среди OTA каналов.

Успейте подключить hotellab:benchmarking бесплатно до 31 мая и сможете сравнивать свои показатели с рынком в онлайн режиме.

Заявку на бесплатное подключение можно оставить по ссылке <https://hotellab.io/ru/benchmarking>

<https://hotelier.pro/management/item/izmenenie-sprosa-v-gostinichnom-biznese-obekt-issledovaniya-krupnye-oteli-analitika-ot-kompanii-hotellab-io/>

### **Автоматизация работы отеля и персональный сервис для гостей – как ужиться этим двум «сущностям» в современном отеле?**

Чтобы разобраться в этом вопросе постоянный автор Hotelier.pro Павел Баскаков встретился с *Дарьей Пуйто, руководителем представительства компании Libra Hospitality в Санкт-Петербурге.*

*Павел Баскаков: Дарья, сегодня на многочисленных профильных конференциях приходится постоянно слышать о необходимости мощной автоматизации работы отелей. Как-то прозвучал тезис, что «сейчас тренд – это даже чрезмерная автоматизация». Что вы думаете на этот счет? До какой степени стоит автоматизироваться отелю? Есть ли черта, за которую не стоит переступать?*

*Дарья Пуйто:* Автоматизация – это в первую очередь оптимизация бизнес процессов. Можно гнаться за новинками и хайпом, но не всегда эта погоня приводит именно к той оптимизации, ради которой отельер приходит к разработчикам.

Разумеется, нужно периодически смотреть, что на рынке нового. Крупный разработчик аккумулирует опыт рынка. В этом смысле черты нет. Владелец объекта в какой-то момент может потребовать от своей системы больше функционала, чем дает базовый имеющийся софт. Выгодной чертой нашей системы Logus является то, что она модульная. Допустимо взять базовый вариант, а затем спокойно добавлять функционал. При необходимости мы можем порекомендовать заказчику партнеров. Мы всегда советуем внедрять систему поэтапно.

*Павел Баскаков: Поэтапное внедрение ведет к экономии средств или, наоборот, выльется в дальнейшем в возросшие затраты?*

*Дарья Пуйто:* Хороший разработчик должен минимизировать затраты отельера на первом, базовом этапе. Нередко при выборе программного обеспечения делают такую ошибку, что берут самый дешевый софт. Почему он дешевый? Потому что в него вложено мало работы. Система обрезана по возможностям и функционалу, не может с чем-то интегрироваться, имеет недружественный интерфейс, отсутствуют серьезные управленческие модули, которые разработчик

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

*Фокус – Москва и столичный регион*



или не смог сделать или они бы стоили гораздо дороже. Например, автоматизация динамического ценообразования.

При открытии отеля зачастую приобретают бюджетное ПО (программное обеспечение) с небольшим функционалом и в последствии от него отказываются. И следом начинают искать многофункциональное и сталкиваются с двумя проблемами: повторные затраты на софт и зачастую невозможность переноса данных из ранее установленной системы.

*Павел Баскаков: И тоже вбрасывают?*

*Дарья Пуйто:* Видят, что опять что-то не то. Советую - обратитесь к интеграторам! Они подскажут, что брать, какую систему, какие модули именно вам необходимы сейчас. На будущее необходимо предусмотреть, чтобы у системы была возможность 1) наращивания функционала 2) интеграции с другими модулями и электронными продуктами, с теми же самыми киосками самопоселения. Даже если на начальном этапе интеграции они кажутся ненужными, то при дальнейшем развитии вашего бизнеса могут оказаться необходимыми.

Система Logus оснащена API (Application Programming Interface - интерфейс программирования приложений), что позволяет интегрировать в нее сторонние модули в тот момент, когда в них возникает потребность.

Сейчас, например, как горячие пирожки идет дополнительный модуль системы лояльности и интеграция с системами продажи допуслуг.

*Павел Баскаков: Но как ни крути, а при выборе программного обеспечения приходится принимать во внимание целый ряд фактор, специфических именно для конкретного объекта ...*

*Дарья Пуйто:* Разумеется. Многое зависит от размера объекта и набора услуг, предлагаемых гостям (в том числе, дополнительные услуги, развлекательные мероприятия и другие).

Сегодня на рынке имеется несколько облачных решений, несколько клиент-сервисных. Не нужно бежать за модой. Система выбирается для руководителя отеля, для решения его задач, а не в силу симпатий портье.

Например, много разговоров сейчас о чат-ботах. Купили. Что дальше? Зачем он нужен, как озадачить его полезной работой?

Та же инфостойка – ее можно использовать как расширение ресурсов. Информировать через нее о свободных «окнах» в сауне, приглашать оставить отзыв и т. д.

Вместе с тем, хочу предупредить, что при использовании облачных технологий возникают большие проблемы с интегрированием электронных устройствами – с теми же киосками самопоселения.

Желание сэкономить доходит до того, что отельер начинает транжирить свое время на борьбу с системой, а время, как известно – деньги. Скорость реагирования на изменение рынка имеет огромное значение в бизнесе, если вообще не ключевое.

Также хотела бы отметить, что необходимо вкладываться в обучение сотрудников. Без их навыков и компетенций софт будет просто «пылиться».

*Павел Баскаков: Как автоматизация сочетается с личным, персональным сервисом?*

*Дарья Пуйто:* Многие стараются работать с гостями персонифицировано. Но ведь отель не работает на деревянных счетах. Отельер решает, какой у него гость – кому-то хорошо пойдет робот, кому-то необходимо личное общение.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

Гостеприимство – это о людях. Роботизация – помощник, который позволяет оптимизировать работу персонала. Конечно, сейчас без «фишек» трудно успешно выживать на рынке. Я за то, чтобы грамотно сочетать автоматизацию и персональное, личное обслуживание.

*Павел Баскаков: Каковы стратегические цели компании Libra на российском рынке сейчас?*

*Дарья Пуйто:* Мы стремимся быть ведущим российским разработчиком программного обеспечения для коллективных средств размещения. Наш опыт российских внедрений должен помочь отельерам справиться с любыми трудностями с помощью проведения обучающих семинаров и мероприятий, направленных на развитие отельного бизнеса в России.

*Павел Баскаков:* Добавлю, что Дарья Пуйто также на общественных началах организовала недавно рабочую встречу отельеров с представителями спортивных федераций – см. материал по ссылке <http://www.worldtravelbiz.ru/News/Спортсмены--солидный-сегмент>.

*Павел Баскаков: Как вы видите импортозамещение программного обеспечения?*

*Дарья Пуйто:* Немалые сложности многим рынкам в России сулит уход из страны иностранных поставщиков, в том числе, и программного обеспечения. При этом могут возникнуть трудности с поддержкой уже имеющихся продуктов на территории России.

Что касается Libra Hospitality, то к 2023 году мы собираемся перейти на российские базы данных POST Gre и на Linux.

*Павел Баскаков: Подходят ли продукты Libra для глэмпингов, сервисных апартаментов?*

*Дарья Пуйто:* У нас имеется модуль «Апартаменты» - система, которая предназначена для ведения договоров, учета комиссий с услуг проживания, анализа данных и отображения финансовой информации по объекту размещения для управляющей компании и инвесторов. Может использоваться как личный кабинет собственника.

Операторам глэмпингов мы предлагаем расчет коммерческого предложения по количеству юнитов. Например, 10 номеров + 1 баня = 11 юнитов.

У Libra много внедрений на базах отдыха. «Загородка» нас очень любит. Наша система позволяет вести аналитику по допуслугам - саунам, баням и т. д.

Располагаем мы и успешным опытом внедрением управляющего ПО для санаториев.

Для медицинской базы у нас имеется интеграция с профессиональной системой для санаторно-курортных объектов.

В конечном счете, наши усилия, наша работа и партнерство с отельерами направлена на оптимизацию их работы и повышение ее эффективности. Больше зарабатывать, меньше нести издержек – к этому Libra налаживает удобные пути.

<https://hotelier.pro/interviews/item/gde-prokhorit-cherta-avtomatizatsii-otelya/>