



Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 0601-0602 2024

С 01 июня по 01 июля 2024 года

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

В России разработают единый туристический портал *)

О новых правилах присвоения звезд российским гостиницам в интервью ТАСС в преддверии Петербургского международного экономического форума рассказал руководитель Росаккредитации Назарий Скрыпник. *)

Ожидания от государственной поддержки. Льготное кредитование крупных отелей в приоритете

Госдума обсудит еще один законопроект о сельском туризме

2. Гостиничный рынок Москвы и региона

В центре Москвы появится новый отель категории «Пять звезд»

ZONT Hotel Group передает «Союз Маринс Групп» операционный бизнес отеля «SunFlower Park Moscow» «Союз Маринс Групп»

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

В России наблюдается рост классифицированных гостиниц

Квартиры и апартаменты для путешественников становятся привлекательнее отелей

Только в 15% проектах жилой коммерческой недвижимости делюкс-класса предусмотрен гостиничный сервис

Cosmos Hotel Group вложится в строительство отеля в Тыве

Cosmos Hotel Group планирует развивать туристическую инфраструктуру в Магаданской области

У отеля «Хаятт» в Ростове значительно вырос срок окупаемости

Корпорация «ТУРИЗМ.РФ» возьмется достроить отель в Калининграде

Число деловых поездок по РФ увеличилось на 11.7% В 1 квартале 2024 года

Отели и гостевые дома в особняках и усадьбах. Есть ли у них будущее?

К AZIMUT HOTELS присоединился пятизвездочный отель в Калуге

AZIMUT Hotels откроет пятизвездочный отель под брендом LIBRA в Туле

4. Юридический практикум для отельеров и вопросы безопасности

Какие услуги гостиница сможет оказывать по ставке НДС «О» % с 01.09.2024?

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

Фокус – Москва и столичный регион

НДС «О»% для гостиниц: Минфин указал, когда льгота применима к континентальному завтраку

Цифровизация в туризме «на марше»

Туризм может подорожать из-за нового законопроекта Минфина

Налоговые поправки повлияют на ресторанный бизнес

Поправка Минэка о невозвратных тарифах в отелях не поддержана

Власти планируют обязать отели возвращать оплату по невозвратным тарифам

В расчет туристического налога внесли изменения

Введение туристического налога приведет к увеличению цен в гостиницах

6. Полезное и интересное для отельера

Дофамин – дежурный по трендам. Как дизайн отелей помогает гостям

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 России разработают единый туристический портал *)

На площадке будет содержаться информация о достопримечательностях, отелях, заведения общепита, гидах, транспорте и прочих туристических услугах. Такую задачу перед правительством поставил Владимир Путин. Первый доклад о реализации поставленных задач должен быть предоставлен до 1 сентября 2024 года.

Дополнительно сообщается, что на портале будет предусмотрена идентификация участников рынка туристических услуг. Также планируется создать программное обеспечение, которое будет формировать комплексные предложения по путешествиям. Для этого планируется использовать искусственный интеллект.

В СМИ появилась информация, согласно которой компания «РТ-Туризм» (входит в группу ГК Ростех) готова принять участие в создании единой платформы в области туризма.

Напомним, что единый туристический портал Russia Travel был создан в 2013 году. В декабре 2023 года публиковалась информация о его перезапуске и интеграции с платформой RussPass.

<https://hotelier.pro/press/item/v-rossii-razrabotayut-edinyy-turisticheskiy-portal/>

О новых правилах присвоения звезд российским гостиницам, планах по сотрудничеству с туристическими агрегаторами и проверках качества товаров на маркетплейсах в интервью ТАСС в преддверии Петербургского международного экономического форума рассказал руководитель Росаккредитации Назарий Скрыпник. *)

— Росаккредитация работает над созданием реестра классифицированных отелей. Что он будет собой представлять?

— Реестр — это, по сути, база данных, на основе которой создается веб-сервис, открытый для всех пользователей, с возможностью посмотреть в удобном формате, что гостиница прошла процедуру классификации и соответствует заявленной категории. Сейчас идет обсуждение, что и гостевые дома, и санаторно-курортные учреждения, и кемпинги, и глэмпинги должны туда попасть. Чтобы, куда бы ни поехал человек отдыхать, он получил то качество обслуживания, которое было заявлено средствами размещения при присвоении им звезд.

Мы неоднократно слышали, что люди едут из дальних регионов России отдыхать, например, в Сочи. Видят в описании, что в отеле есть детская инфраструктура, бассейн. Приезжают, а этого нет. Отпуск испорчен. Поэтому ключевой ориентир для нас — это интересы граждан, чтобы они получали достоверные данные. Если отель заявляет, что имеет категорию "четыре звезды", то он должен предоставлять соответствующие услуги, иметь необходимую инфраструктуру. Мы в первую очередь работаем над тем, чтобы у нас хранились все результаты оценки отелей при присвоении им звезд. Количество номеров, качество мебели, есть ли бассейн, столовая, ресторан — чтобы все это было зафиксировано.

— Чем будет отличаться классификация санаториев, кемпингов и глэмпингов от классификации отелей?

— Что такое санаторий? Это лечебное-профилактическое учреждение, рядом с которым есть место для проживания. Более 700 санаториев в России уже имеют звезды. Сейчас же планируется ввести обязательную классификацию. Для них будут такие же требования, как для гостиниц.

Что касается кемпингов и глэмпингов, там будут несколько иные требования. Они считаются средствами размещения без звезд, но тоже должны проходить классификацию.

Объекты без звезд представляют собой простое помещение с окнами, дверями, санузлом, розетками, кроватью. Как видите, нет ни одного требования, которое нельзя было бы проверить достаточно просто. Поэтому был разработан подход, при котором собственник гостиницы без звезд может самостоятельно провести ее оценку. Для этого он должен зайти в приложение "Мобильный инспектор". В нем он фиксирует, что стоит перед гостиницей, и затем по инструкции все фотографирует — оценивается примерно 60 критериев. Информация и фотографии направляются в Росаккредитацию. Мы все проверяем, после чего объект вносится в реестр и считается классифицированным. Гостевые дома тоже будут рассматриваться как объекты без звезд.

А вот в классификации отелей категорий "одна — три звезды" уже участвуют эксперты. Они оценивают износ мебели и другие факторы. По четырех- и пятизвездочным гостиницам мы считаем, что эксперты должны иметь дополнительный опыт работы в гостиничном бизнесе, потому что в таких отелях предъявляют более высокие требования к сервису. Но пятизвездочных гостиниц в России достаточно мало — чуть более 300 из 20 тыс.

Параллельно с классификацией и созданием реестра мы работаем над тем, чтобы сервисы бронирования получали от нас данные. Потому что зачастую туристы видят на сайте одну информацию, а в действительности все обстоит иначе. Бывает так, что сотрудник отеля неосознанно внес какие-то данные, например о наличии спаренных номеров, а их нет. Случайно галочку не там проставил.

Сейчас ведется большая работа с агрегаторами. Мы со всеми готовы подписывать соглашения о том, чтобы они получали от нас данные. По товарам мы уже обмениваемся информацией с маркетплейсами, здесь нужно только изменить вид данных

— Многие агрегаторы готовы сотрудничать с вами?

— Мы начали работу со всеми крупными игроками. Направили письма и провели встречи с 10 компаниями. Ряд агрегаторов согласны на подписание соглашений.

— Когда эти изменения увидят туристы?

— Все зависит от нормативных требований. К осени они должны вступить в силу. Мы стремимся к октябрю завершить реестр, заключить соглашения с агрегаторами и доработать наши алгоритмы для обмена данными. А дальше агрегаторы начнут получать данные, делать дополнительные запросы. Система начнет "вычищаться". Я думаю, что в этом году мы сделаем самый большой и важный шаг — создадим всю инфраструктуру. Дальше будут доработки. Завершение этой реформы мы прогнозируем примерно осенью 2025 года.

— Будет ли создано мобильное приложение?

— Мобильная верстка для реестра готовится. Это будет напоминать обычные сервисы бронирования. На главную страницу будут вынесены средства размещения и информация о них — сколько номеров, какие они, какая цена, когда они свободны. А на странице второго порядка будут указаны органы по классификации.

Затем туда добавится возможность подать жалобу, которая сразу же будет направляться и в надзорный орган, и в орган по классификации, присвоивший звезды отелю. И дальше мы будем смотреть материалы — были ли полотенца, которых по факту не оказалось, когда присваивались звезды. Если были, то вина на стороне отеля, это нарушение. Если же, например, нет бассейна, то мы задаем

вопрос органу по классификации — как вы присваивали ту или иную категорию отелю, если бассейна нет.

Мы зачастую сталкиваемся с жалобами со стороны отельеров, которые говорят, что на рынке очень много органов по классификации, готовых вообще без выезда в гостиницу подтвердить что угодно. До 74% опрошенных говорили, что сталкивались с этим.

— Готова ли отрасль к новым правилам классификации?

— Мы работаем над этим уже не один месяц. Достаточно долго обсуждали, вводить самооценку только для объектов без звезд или еще и для гостиниц категорий "одна-две звезды". Пришли к выводу, что сейчас оставим такой метод только для средств размещения без звезд. Возможно, через пару лет введем его и для отелей до двух звезд. Кроме того, отрасль достаточно серьезно поддерживала предложения повысить требования к экспертам — у них должен быть опыт. В целом могу сказать, что отклик очень живой. То, что мы сейчас видим, — это результат многих обсуждений.

— В настоящее время ведется разработка национальных стандартов в сфере предоставления туристических халяль-услуг. Каким требованиям должны будут отвечать отели, чтобы соответствовать такому стандарту?

— Самый простой пример — должны быть коврики и комнаты для моления. В рамках внедрения схемы аккредитации органов по сертификации туристических услуг халяль до конца 2024 года планируется утверждение национальных стандартов в сфере туристических услуг халяль. Далее [наша] служба планирует подготовить проект изменений в критерии аккредитации и запуск схемы аккредитации в сентябре 2025 года.

Мы общались с коллегой из Саудовской Аравии, который возглавляет орган по аккредитации халяль стран Персидского залива. Он говорит, что туристы из Саудовской Аравии заинтересованы в том, чтобы в России были соответствующие отели.

— Как ведется работа по выдаче сертификатов халяль для российской продукции?

— В прошлом году в России был аккредитован орган по сертификации продукции халяль на базе Роскачества. Осенью прошлого года приезжали представители наднационального органа и совместно с нами проводили оценку российского центра на их территории. В итоге он был аккредитован, и результаты уже достаточно позитивные.

В России выдано 20 сертификатов на производство продукции халяль. Поставками такой продукции занимаются 16 российских производителей продуктов питания: мяса, молочной продукции, кондитерских изделий, макарон, рыбных консервов. Это большое достижение, потому что экспорт в мусульманские страны растет. На форуме "Исламский мир" в Казани мы проводили переговоры с Индонезией и Малайзией, чтобы продвинуться в этом процессе и чтобы их импортеры признавали сертификаты халяль от Роскачества.

Страны Средней Азии, Персидского залива, Юго-Восточной Азии зачастую требуют сертификат халяль, а в Саудовскую Аравию вы вообще не сможете поставить пищевую продукцию без такого сертификата. Поэтому это очень важная работа для развития экспорта.

— Росаккредитация внедрила сервис обмена данными о сертификатах и декларациях с маркетплейсами в 2021 году. Каковы промежуточные итоги работы сервиса в 2024 году? Будет ли введено обязательство для маркетплейсов подтверждать качество товаров у Службы?

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

Фокус – Москва и столичный регион

— Действительно, мы запустили сервис в 2021 году. Тогда многие маркетплейсы не шли с нами на контакт. Им было непонятно, зачем на это тратить время и силы, но со временем ситуация изменилась. Совместно с Роскачеством мы сделали номинацию "Рейтинг доверия к онлайн-площадкам". Ozon был одним из первых, кто с нами подписал соглашение.

Суть же простая: когда у вас продается пара детской обуви, она должна априори иметь сертификат по безопасности, где бы она ни продавалась. Просто, чтобы его увидеть, надо сделать запрос. Никто его не публикует просто так. Тем более сертификат — вещь "живая", его могут прекратить, если выявлено ненадлежащее качество производства или проведены неправильные испытания. В таком случае мы признаем его недействительным. И в отношении этой детской обуви возникнет вопрос, а безопасна ли она? Поэтому мы предложили, чтобы маркетплейсы ставили ссылку на сертификат.

Вы заходите на страницу товара и видите, что он проверен, стоит соответствующая галочка. Вы также можете увидеть, действует сертификат или нет. Если не действует, я бы задумался, покупать эту обувь или нет

Естественно, не все товары подлежат сертификации. Авторучка не подлежит, а детские ботинки подлежат. Поэтому не все товары на маркетплейсе должны иметь ссылку на сертификат. Но среди тех, которые подлежат сертификации, уже имеют такую ссылку более 23 млн товаров. Ее можно увидеть и с телефона. Основные нарушения, которые мы видим, — это когда на детские ботинки прикрепляют сертификат, допустим, на детскую машинку. Здесь должна быть системная работа маркетплейсов с продавцами.

Сейчас участие в эксперименте добровольное, в проекте 20 участников, включая крупнейшие маркетплейсы — Ozon, Wildberries, "Сбермегамаркет", "Яндекс маркет", а также такие компании, как Metro, "Леруа Мерлен", "Магнит". И уже более полугода длится процесс, который был запущен коллегами из Госдумы. Это изменение в закон о защите прав потребителей, согласно которому, если товар продается на маркетплейсе и подлежит сертификации, он должен соответствовать двум требованиям: онлайн-площадка должна предоставлять место для размещения ссылки, а продавец обязан ее разместить. Все достаточно просто. Продавец при размещении товара находит свой сертификат в нашей системе и прикрепляет ссылку. Но пока это делают не все. Возможно, это связано с тем, что кто-то продает товар, у которого никогда не было сертификата.

Но ситуация улучшается. Темпы прироста количества товаров с подтвержденными сертификатами с каждым годом увеличиваются. В 2022 году их было 2 млн, в прошлом — 8 млн, а на текущий момент уже 23 млн. Если мы будем еще пару лет так двигаться, то, может быть, и без закона на маркетплейсах появится огромное количество сертифицированных товаров. Его принятие просто дополнительно простимулирует этот процесс.

— В каких категориях товаров на маркетплейсах выявляется больше всего нарушений?

— Мы делали акцент на детских товарах. Проверяли, как проходят испытания, выезжали на производство. Ведем ежедневный мониторинг сертификатов, в рамках которого проверено уже более 37 тыс. сертификатов на различные категории продукции. По целому ряду критериев количество нарушений сократилось в пять раз. Например, по автокреслам. В дальнейшем будем распространять такой подход и на другие категории.

<https://tass.ru/interviews/20991177>

Ожидания от государственной поддержки. Льготное кредитование крупных отелей в приоритете

Минэкономразвития предусмотрело продление основных действующих инструментов поддержки в структуре нового национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». В их числе программа льготного кредитования, а также субсидирование строительства модульных гостиниц и единая субсидия регионам. Отбор проектов по двум из этих программ будет проведен в ближайшие месяцы и сразу на три года. Об этом сообщил на ПМЭФ в ходе сессии «Туризм и индустрия гостеприимства: новые механизмы государственной поддержки» заместитель министра Дмитрий Вахруков.

Первая и самая главная — программа льготного кредитования *крупных гостиниц*. На сегодня с учетом того, что нас поддержал Президент, эта *программа* расширена до 59 тыс. номеров. Напомню, что еще год назад у нас было 20 тыс. номеров. Мы программу кратно увеличили. Это большие долгосрочные вложения, ну и большие долгосрочные расходы государства на субсидирование процентной ставки. Хочу отметить, что эта программа будет финансироваться в приоритетном порядке, – отметил заместитель министра.

Также решено продлить востребованную у представителей бизнеса программу субсидирования строительства модульных гостиниц, которая позволяет в короткие сроки создавать качественный номерной фонд. Благодаря этому инструменту за два года регионы *должны ввести* почти 14 тыс. номеров в таких средствах размещения.

<https://hoteliernews.ru/lgotnoe-kreditovanie-oteley-budet-finansirovatsya-v-prioritetnom-poryadke>

Госдума обсудит еще один законопроект о сельском туризме

Первое чтение законопроекта, расширяющего понятие сельского туризма, состоялось в Госдуме 4 июля.

Законопроект предполагает изменения в федеральный закон «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации», дополняющие определение «сельский туризм».

Поправки устанавливают, что целями данного вида туризма являются, в том числе, приобщение к традиционному укладу жизни и обычаям народов Российской Федерации, в частности в сфере сельского хозяйства, ознакомление с сельскохозяйственным производством или участие в сельхозработах без извлечения материальной выгоды с возможностью использования услуг по временному размещению, организации досуга, экскурсионных и иных услуг.

Закон, в случае принятия, расширит круг субъектов, которые могут заниматься такой деятельностью: из закона выводится фраза о сельхозпроизводителях, то есть в сельский туризм могут быть вовлечены уже не только непосредственно аграрии.

Однако возникает и противоречие. **Первоначальный смысл был в том, что сельхозтоваропроизводители зарабатывают на туризме дополнительные деньги, а основное их занятие – сельское хозяйство. Теперь получается, что на сельхозземлях можно не заниматься производством, а просто принимать туристов, что не отвечает идее развития сельского хозяйства.**

Получит ли законопроект одобрение в такой редакции?

Закон, разрешающий фермерам временно размещать туристов в жилых домах, расположенных на сельхозземлях, вступил в силу 3 июля. Он вносит поправки в федеральный закон «О развитии сельского хозяйства» и ориентирован именно на сельхозтоваропроизводителей. Основную часть оборота (70%) фермера в

соответствии с документом должно составлять именно сельхозпроизводство, а туризм может быть источником дополнительного дохода. Поэтому нельзя просто купить землю на сельских территориях, построить гостевые домики и принимать туристов.

Между тем, поскольку согласно действующему законодательству доля других услуг, включая туристические, в общем объеме выручки сельхозпроизводителей не должна превышать 30%, это делает туристическое направление не столь привлекательным и приоритетным для них.

<https://hotelier.pro/press/item/gosduma-obsudit-eshche-odin-zakonoproekt-o-selskom-turizme/>

2. Гостиничный рынок Москвы и региона

В центре Москвы появится новый отель категории «Пять звезд»

Он будет расположен в историческом здании на пересечении Кузнецкого Моста и Большой Лубянки. Власти Москвы одобрили проект реконструкции объекта.

После проведения работ по реконструкции, большую часть здания займут жилые помещения. Отелю выделяют площадь порядка 4 200 квадратных метров. Также запланировано строительство фитнес-центра, спа-центра. Объем инвестиций в реализацию проекта составит порядка 30 миллиардов рублей.

<https://hotelier.pro/press/item/v-tsentre-moskvy-poyavitsya-otel-kategorii-5-zvezd/>

ZONT Hotel Group передает «Союз Маринс Групп» операционный бизнес отеля «SunFlower Park Moscow» «Союз Маринс Групп»

Гостиничная компания ZONT Hotel Group и Управляющая компания «Союз Маринс Групп» пришли к соглашению о досрочном расторжении договора аренды здания и передаче операционного бизнеса отеля «SunFlower Park Moscow», расположенного по адресу г. Москва, Кировоградская, д. 11.

Здание гостиницы было приобретено группой компаний «Союз Маринс Групп» на торгах, проводимых по поручению госкорпорации АСВ, в конце февраля 2024 года. В связи с тем, что «Союз Маринс Групп» обладает многолетним успешным опытом управления гостиничными объектами и предоставлением услуг в сфере гостиничного бизнеса под собственным брендом Marins Hotels, была достигнута договоренность досрочно расторгнуть действующий договор аренды здания гостиницы SunFlower Park, который ZONT Hotel Group заключил с прошлым владельцем в 2016 году.

«Обе стороны удовлетворены результатами сделки по расторжению договора аренды, в рамках которой ZONT Hotel Group комфортно передает «Союз Маринс Групп» весь операционный бизнес отеля. Мы желаем коллегам успехов в дальнейшей деятельности.» - сообщил Генеральный директор ZONT Hotel Group Николай Филатов.

С 1 июля 2024 года гостиница продолжит функционировать под брендом «Маринс Парк Отель Москва Пражская».

<https://hotelier.pro/press/item/zont-hotel-group-peredayet-operatsionnyy-biznes-otelya-sunflower-park-moscow/>

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

В России наблюдается рост классифицированных гостиниц

За 5 лет их число выросло на 20%. Об этом журналистам сообщил член правления Союза агентств делового туризма (САД), гендиректор туркомпании «Академсервис» Леонид Исакович.

Эксперт отметил, что в России нет такой организации, которая бы вела подобную статистику. Но, по информации САД, число отелей, имеющих звездность, выросло на 20% за 5 лет. Аналогичный рост на 20% показали неклассифицированные средства размещения.

Эксперт уточнил, что увеличение числа средств размещения наблюдается не только в крупных городах, но и во всех российских регионах.

<https://hotelier.pro/press/item/v-rossii-nablyudaetsya-rost-klassifitsirovannykh-gostinits/>

Квартиры и апартаменты для путешественников становятся привлекательнее отелей

Количество бронирований апартаментов в России за последний год выросло почти вдвое, при этом самый широкий выбор такого размещения помимо Москвы и Санкт-Петербурга предлагают Сочи, Краснодар и Новосибирск, говорится в исследовании платформы Bronevik.com (входит в МТС Travel) и сервиса RealtyCalendar, которое есть в распоряжении РИА Новости.

"За последние 12 месяцев количество бронирований квартир и апартаментов для путешествий выросло на 92% по сравнению с аналогичным периодом годом ранее, в то время как число бронирований в отелях увеличилось лишь на 10%", - рассказали аналитики, основываясь на собственных данных.

Они также выяснили, что средний чек за проживание в объектах посуточной аренды вырос на 17% - до 2,5 тысячи рублей за ночь. "Несмотря на повышение цен, апартаменты остаются одним из самых доступных типов размещения и все активнее занимают нишу бюджетного туристического жилья", - подчеркнули авторы исследования.

Выяснилось, что больше всего посуточных объектов туристы предсказуемо бронировали на самых популярных направлениях внутреннего туризма – в Москве, Санкт-Петербурге и Казани. Однако средний чек за проживание за ночь оказался выше в курортных локациях – Зеленоградске (5,5 тысячи рублей), Геленджике и Адлере (по 4,9 тысячи рублей).

Отмечается, что за минувший год количество доступных для туристической аренды апартаментов в России выросло почти в полтора раза – на 48%. "Самый широкий выбор предлагают туристам Москва, Санкт-Петербург, Сочи, Краснодар и Новосибирск. Но лидером по приросту объектов посуточной аренды стал Геленджик – за год в нем стало на 119% больше апартаментов, доступных для туристов. Очевидно, это связано с резко возросшим спросом на поездки в этот курортный город (+68% бронирований на это лето по состоянию на конец мая)", - рассказали аналитики.

"В последние годы все больше туристов переориентируются на отдых и путешествия в России. Предложение от классических средств размещения не может полностью удовлетворить этот спрос, так как строительство новых отелей требует времени... При этом качество апартаментов и квартир постепенно приближается к гостиничному – в совокупности с повышением спроса это дает увеличение числа

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

Фокус – Москва и столичный регион

предложений, стоимости суток и среднего чека", – процитировали в исследовании сооснователя сервиса RealtyCalendar Илью Формальского.

Бизнес выбирает квартиры

Bronevik.com и RealtyCalendar также отдельно проанализировали бронирования апартаментов и квартир для командировок. "Интерес бизнес-туристов к этому виду туристического жилья также заметно вырос – на 78%. В то время как бронирования отелей для командировок прибавили только 6%. Средний чек за ночь в заказах для командировок составил 3,4 тысячи рублей (+13% за год)", – поделились аналитики.

"Рост популярности апартаментов среди деловых путешественников отвечает общему тренду туризма – на фоне подорожания отелей квартиры становятся доступной альтернативой. Особенно это актуально в популярных туристических локациях, где гостиницы пользуются повышенным спросом, тем более в высокие сезоны. Со своей стороны, владельцы посуточных объектов прилагают заметные усилия, чтобы занять нишу бюджетного туристического жилья для командированных", – приведены в исследовании слова исполнительного директора Bronevik.com Марины Гончаренко.

Сообщается, что топ городов по количеству бронирований апартаментов для бизнес-туристов отличается от общих данных по России. Здесь в лидерах крупные деловые и промышленные центры страны, где бизнес все чаще выбирает апартаменты для размещения в командировках.

"Самой дорогой для деловых путешественников оказалась аренда апартаментов в заполярном Норильске (в среднем 5,3 тысячи рублей за ночь), а также в курортных Сочи (5,3 тысячи рублей) и Адлере (5,2 тысячи рублей), где цены подогревает высокий спрос на любое туристическое жилье. В топ по цене попали и другие курорты – Каспийск и Калининград, и отдаленные северные и дальневосточные города – Надым, Южно-Сахалинск, Мирный и Владивосток", – заключили аналитики.

<https://ria.ru/20240613/turizm-1952474747.html>

Только в 15% проектах жилой коммерческой недвижимости делюкс-класса предусмотрен гостиничный сервис

Девелоперская компания Rariteco провела торжественное мероприятие по случаю старта монолитных работ первого этажа клубного дома делюкс-класса «Золотой квартал» / Quartier d'Or. В практической части мероприятия выступили эксперты, которые рассказали о рынке дорогих новостроек с гостиничным обслуживанием и о растущей популярности московских особняков для хоумофисов.

Мероприятие прошло на площадке строительства клубного дома «Золотой квартал» / Quartier d'Or, где был проведен символический ритуал закладки нового клада. Вслед за обнаружением исторических артефактов на месте строительства «Золотого квартала» – клада древних монет XVI века и коллекции элитной посуды XVIII века – гости в знак связи поколений опустили свои монеты в новый клад, который был спрятан на территории «Золотого квартала» / Quartier d'Or.

Мероприятие продолжилось пресс-конференцией с участием экспертов рынка жилой и коммерческой недвижимости.

Екатерина Борисова, директор по девелопменту компании Rariteco, поделилась своим видением рынка сервисных резиденций. По данным компании, в Москве только 15% проектов новостроек делюкс-класса предусматривают гостиничное управление. Это говорит о том, что такая опция не становится трендом или устойчивой практикой в московском рынке недвижимости, хотя спрос на нее

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

Фокус – Москва и столичный регион

велик. Среди других игроков на рынке — управляющие компании, созданные под проект. Эта категория занимает самую большую долю на рынке (49%). Далее следуют специализированные управляющие компании, аффилированные с девелоперами. Эти компании (24%) также играют важную роль в управлении элитной недвижимостью. И, наконец, есть зависимые специализированные управляющие компании (12%), которые предлагают свои услуги на конкурентной основе, предоставляя широкий спектр услуг по управлению недвижимостью.

Далее Екатерина рассказала о сервисе международного гостиничного оператора LHG в проекте «Золотой квартал». В клубных резиденциях будет работать консьерж-менеджер, который станет связующим звеном между резидентами и оператором. Сервис поможет доставить еду, продукты, организовать кейтеринг, банкет, праздник, отдых, перелеты, подобрать тренера, репетитора, няню, обслуживающий персонал, получить привилегии ресторанов, клубов, бутиков, выбрать дизайнера, флориста, сомелье, достать приглаательные билеты на мероприятия и т. п. Помимо этого, будут предусмотрены эксклюзивные сервисы:

- Забота об уюте в отсутствие резидента;
- Профессиональный уход за гардеробом;
- Room-service и высокая кухня;
- Служба баттлеров (персональные критерии);
- Услуги LifeStyle;
- Ресепшн менеджмент и др.
- Цена гостиничного управления может достигать 750 рублей за кв. м

Анна Раджабова, директор управления элитной недвижимостью компании «Метриум Премиум», в своем выступлении рассказала о мировом опыте и московских трендах сервисных резиденций: «Мы видим, что спрос на сервисные резиденции в Москве растет, и это связано с появлением новых потребностей у покупателей. Они хотят высокий уровень комфорта и сервиса, а также возможность жить в престижном районе с развитой инфраструктурой».

По подсчетам, приведенным Анной Раджабовой, стоимость обслуживания большей части высокобюджетных проектов находится в диапазоне от 210 руб. до 400 руб. за кв. м. При этом дешевле всего в обслуживании обходятся новостройки в ведении специализированных УК (от 119 руб. до 200 рублей за кв. м), тогда как в проектах с гостиничными операторами, расценки выше (от 200 руб. до 750 руб. за кв. м).

Также Анна Раджабова перечислила ушедших западных игроков: Fairmont Hotels & Resorts, Bulgari Hotels & Resorts, Mandarin Oriental Hotel Group, Raffles Hotels & Resorts, Marriott. На их место пришли российские операторы: HOTEL Metropol, MOSS hospitality, Sawatzky Property Management, ActivHotels. Среди независимых управляющих компаний наибольшее число проектов у ГК Юнисервис и УК Сити. Крупные специализированные управляющие компании создали девелоперы Донстрой (Smart Центр), Capital Group (КАПЭКС) и Центр-Инвест (УК «Москомплекс»).

На рынке особняков Москвы представлено только 35% от их общего числа

Дмитрий Антонов, директор отдела продаж и приобретений компании Ricci | Офисы, представил аналитику востребованности особняков в центре Москвы: «Наблюдается новый тренд на рынке коммерческой недвижимости: особняки пользуются стабильно высоким спросом — это имиджевая недвижимость, представительский офис, который предпочитают иметь компании, заботящиеся о статусе и репутации. Особняк, который Rariteco построит рядом с “Золотым кварталом”, прекрасно впишется в эту концепцию».

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

Фокус – Москва и столичный регион

По подсчетам эксперта, только 35% от общего количества особняков в границах Москвы (всего их более 1 тыс.) находятся в коммерческом обороте. Наибольшим спросом пользуются особняки площадью до 2,5 тыс. кв. м. в престижных локациях: Замоскворечье, Хамовники, Арбат, Пресненский и Тверской районы.

https://www.novostroy-m.ru/kompanii/rariteco/news/tolko_v_15_proektov

Cosmos Hotel Group вложится в строительство отеля в Тыве

Отель категории 3* планирует построить в Кызыле (столица Тувы) российский гостиничный оператор Cosmos Hotel Group (CHG, структура АФК "Система"), говорится в соглашении правительства республики и оператора.

Согласно документу, реализация проекта должна начаться в 2024 году. Cosmos Hotel Group берет на себя обязательство вложить в проект не менее 1 млрд рублей собственных средств.

Cosmos Hotel Group объединяет 36 отелей категорий 3-5 звезд в 22 городах РФ с совокупным номерным фондом порядка 10 тыс. единиц.

При строительстве гостиниц необходимо учитывать действующие обязательные требования по обеспечению безопасности и антитеррористической защищенности средств размещения. При выполнении данных требований необходимо учитывать недавние значительные изменения законодательного и нормативно-правового характера. Непростая меняющаяся геополитическая ситуация, уход ряда производителей систем безопасности (в том числе пожарной) и антитеррористической защищенности с российского рынка также вносит сложности с оснащением объектов соответствующими системами безопасности.

В этой связи важно, что Комитетом Ассоциации "Безопасность туризма" по безопасности гостиниц и иных средств размещения разработано обновленное Практическое пособие по безопасности для гостиниц, санаториев и иных средств размещения - пошаговой инструкции о том, как обеспечить безопасность этих объектов туристской инфраструктуры и повысить эффективность своего бизнеса.

В состав Комитета входит Гарманов Сергей Александрович, член правления - Вице-президент по безопасности Cosmos Hotel Group.

Пособие работает уже несколько лет и показало себя исключительно с эффективной стороны. Формализованные документы из издания пользуются огромной популярностью, экономят ваше время и деньги. Кроме антитеррора и пожарной безопасности в новую редакцию 2023 года вошли материалы по информационной и кадровой безопасности.

https://www.tourismsafety.ru/news_one_8882_137.html

Cosmos Hotel Group планирует развивать туристическую инфраструктуру в Магаданской области

Cosmos Hotel Group, крупнейший российский гостиничный оператор, и Правительство Магаданской области в рамках XXVII Петербургского международного экономического форума заключили соглашение о сотрудничестве.

Подписи под документом поставили президент Cosmos Hotel Group Александр Биба и губернатор Магаданской области Сергей Носов.

Стороны договорились совместно развивать проекты в сфере туризма и туристической инфраструктуры, что будет способствовать устойчивому социально-экономическому развитию Магаданской области.

Александр Биба, президент Cosmos Hotel Group: «Дальний Восток является одной из самых привлекательных и перспективных территорий для развития туризма и создания качественного номерного фонда. Поэтому подписание соглашения с Правительством Магаданской области - это последовательный шаг в развитии партнерских отношений между государством и бизнесом. Для нас важно, что власть и бизнес работают в связке и слышат друг друга. Подобные совместные проекты позитивно влияют не только на рост туристического потока, но и на социальную и экономическую сферу региона, способствуя росту локального бизнеса и создавая новые рабочие места. Как крупнейший гостиничный оператор страны мы видим потенциал Магаданской области с точки зрения развития полноценного туристического кластера и готовы оказать максимальное содействие в создании современных объектов качественного размещения туристов и разработке туристических проектов региона».

Сергей Носов, губернатор Магаданской области: «Проект строительства гостиницы является очень важным для региона. Мы видим, что сегодня не хватает мест размещения для гостей Магаданской области соответствующих современным, высоким требованиям, с большим номерным фондом. И совместно с Cosmos Hotel Group мы этот проект реализуем».

Cosmos Hotel Group планирует реализацию проекта в черте города Магадан, в бухте Нагаева. Это будет гостиница категории 4* со SPA-центром, рестораном и зоной для проведения мероприятий. Проект станет новой точкой притяжения для делового и рекреационного туризма.

В рамках государственно-частного партнерства на Дальнем Востоке, в республике Саха (Якутия), Cosmos Hotel Group совместно с Корпорацией Туризм.РФ работает еще над одним проектом – это строительство отеля категории «4 звезды» на 150 номеров в центре Якутска.

Ранее Cosmos Hotel Group при поддержке Корпорации Туризм.РФ построили новый отель в Омске. Аналогичные совместные проекты по строительству гостиничных комплексов реализуются в Тобольске и Пскове.

<https://corporate.cosmosgroup.ru/ru/article/cosmos-hotel-group-planiruet-razvivat-turizm-v-magadanskoj-oblasti>

У отеля «Хаятт» в Ростове значительно вырос срок окупаемости

Об этом во время интервью журналистам издания РБК Ростов сообщил генеральный директор компании «Агроком Холдинг», которая в настоящее время владеет гостиницей. Всего в проект было вложено 14 миллиардов рублей, а срок окупаемости *может превысить 40 лет*.

Руководитель компании отметил, что средняя заполняемость отеля в прошлом году находится в пределах 50%. В отдельные моменты загрузка достигала 90%. Негативное влияние на срок окупаемости проекта оказывает близость к зоне проведения СВО, уход международного оператора с российского рынка и отсутствие государственной поддержки.

Ранее в СМИ публиковалась информация, согласно которой недостроенный отель «Гранд Ростов Хаятт Ридженс» компания «Агроком Холдинг» выкупила в 2018 году. Изначально, инвестиции, необходимые для достройки гостиницы, оценивались в 2 миллиарда рублей. Позже это цифра увеличилась до 12 миллиардов рублей.

<https://hotelier.pro/press/item/u-otelya-khayatt-v-rostove-znachitelno-vyros-srok-okupaemosti/>

Корпорация «ТУРИЗМ.РФ» возьмется достроить отель в Калининграде

Об этом написали журналисты издания «Калининград.Ru» со ссылкой на пресс-службу корпорации «Туризм.рф».

Речь идет о недостроенном отеле на улице Горького. Строительство объекта началось в 2014 году. Работы планировали завершить в чемпионату мира по футболу 2018 года. Сроки сдачи отеля переносились несколько раз.

Теперь к реализации подключилась корпорация «Туризм.рф». Сейчас проект находится в активной инвестиционной фазе. Номерной фонд отеля категории 4 звезды составит 156 номеров. В настоящее время разрабатывается проектная документация. Окончательные параметры проекта станут известны после прохождения экспертизы.

<https://hotelier.pro/press/item/korporatsii-turizm-rf-pomozhet-dostroito-otel-v-kaliningrade/>

Число деловых поездок по РФ увеличилось на 11.7% В 1 квартале 2024 года

Об этом журналистам сообщила член правления Союза агентств делового туризма (САД), управляющий директор корпоративного бизнеса «Випсервис» Галина Полищук.

В тройку наиболее популярных направлений у бизнес-путешественников вошли Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург. Также эксперт отметила, что увеличилась глубина бронирования. Более 60% командировок были забронированы от 8 и более дней до начала поездки.

Также Галина Полищук спрогнозировала, что по итогам 2024 года объем рынка делового туризма может составить 1 триллион рублей. В 2023 году объем этого рынка составил 827 миллиардов рублей. Показатель вырос на 30% по сравнению с 2022 годом.

<https://hotelier.pro/press/item/chislo-delovykh-poezdok-po-rf-velichilos-na-11-7-v-1-kvartale-2024-goda/>

Отели и гостевые дома в особняках и усадьбах. Есть ли у них будущее?

В России к 2030 году должны отреставрировать тысячу объектов культурного наследия и наделить их новыми функциями. В том числе в них можно будет размещать гостиницы. С экспертами разбираемся, насколько перспективно это направление, особенно в малых городах.

Тема внутреннего туризма, строительства гостиниц и отельной инфраструктуры в последние годы входит в число самых обсуждаемых. Помимо стандартных отелей, популярность набирают парк-отели, бутиковые форматы, глэмпинги, а география таких объектов выходит за пределы десятки самых туристических городов России.

Путешественники открывают новые города и выбирают необычные форматы размещения. Среди них, например, небольшие гостиницы в исторических зданиях и усадьбах, которым отельеры подарили вторую жизнь.

Большая история и потенциал

Приспособление исторических зданий под гостиничную функцию крайне перспективно и имеет большой потенциал, рассказывает управляющий партнер консалтинговой компании по сохранению наследия «Даль» Марк Борблик. По его

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

Фокус – Москва и столичный регион

словам, это связано как с развитием внутреннего туризма в исторических городах, так и с большим количеством таких объектов. «Если мы говорим о малых городах, таких объектов тысячи в России. Мы проводили большое исследование на эту тему, в России насчитывается более 150 тыс. объектов культурного наследия, а еще больше ценных зданий, которые не обладают статусом», — приводит цифры Марк Борблик.

При этом необходимо, чтобы концепция отеля или гостевого дома базировалась на историческом контексте, связанном с этими объектами, продолжил эксперт. Такие продукты в отельной и гостиничной сфере помогают сделать туристический продукт города целостным. «Крайне важно, чтобы [у туриста была возможность] проникнуться духом места, духом города, жить в истории, а не в огромном новом сетевом отеле», — пояснил эксперт.

Приспособление исторических зданий под гостиницы и бутик-отели — интересный и зачастую оптимальный вариант развития культурного наследия, согласен руководитель проектов департамента стратегического консалтинга IBC Real Estate Евгений Саурин. Создание интересных гостиничных концепций в старинных зданиях способствует развитию туризма в небольших городах. «Особенно если инвестор старается сохранить историческую идентичность. Такие проекты сами по себе могут являться туристической достопримечательностью», — считает эксперт.

Помимо исторической составляющей, преимущество отелей, размещенных в таких зданиях, является их расположение, добавляет партнер, региональный директор департамента консалтинга и аналитики NF Group Ольга Широкова. «В большинстве случаев такие объекты реконструкции находятся в районах с хорошо развитой транспортной и коммерческой инфраструктурой, в непосредственной близости от туристических достопримечательностей», — пояснила она.

В России уже есть успешные примеры приспособления под отели старинных усадеб или особняков, которые находились в полуразрушенном состоянии. В большей степени такая практика характерна для городов Золотого кольца. Среди них, например, гостевые дома в Суздале, Соборная слобода в Плесе, Терем в Асташово, исторический особняк 1825 года в Коломне. Нередко восстановлением таких объектов занимается небольшой бизнес. «Есть примеры создания интересных бутиковых концепций и небольшими частными инвесторами. Например, в Ростове Великом семейная пара смогла приспособить под небольшой бутик-отель дом провинциального купца, сохранив и восстановив старые интерьеры», — отметил Евгений Саурин.

Трудности реализации

Несмотря на привлекательность таких объектов, они имеют ограничения, препятствующие активному развитию подобных проектов, особенно в небольших городах. Во-первых, статус объекта культурного наследия (чаще всего исторические здания относятся к ним) накладывает определенные юридические ограничения, что означает финансовые затраты. Условия реставрации объектов культурного наследия (ОКН) регулируются 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации».

По словам экспертов, чаще всего реставрация таких объектов сопряжена с более высокими затратами по сравнению с новым строительством. «Помимо затрат на обновление объекта, который имеет высокий процент физического износа, и с учетом требований сохранения его архитектурного облика есть серьезные затраты на замену инженерной инфраструктуры, расходы, чтобы загнать туда технику и производить все работы жестко в периметре этого объекта», — пояснил Евгений Саурин.

Реализация таких проектов действительно сложнее: с точки зрения инвестиций — это дороже, с точки зрения времени — это дольше. Проще снести и

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

Фокус – Москва и столичный регион

построить новое здание, подтверждает совладелица компании WeFamilyGroup Марина Старчикова. «Но мы нашли для себя объяснение: для нас такие объекты — это в первую очередь про связь поколений. Это то, что было до тебя, есть при тебе и будет после тебя. Города останутся городами, если в них будут сохранены такие объекты. Мы не можем застроить все только новостройками», — отметила Марина Старчикова.

По ее словам, самое сложное в работе с такими объектами, — это максимально их сохранить. «Ты не можешь зашить стены в гипсокартон. Ты должен согласовать каждый сантиметр, восстановить каждый кирпич, усилить здание», — пояснила предприниматель. Кроме того, есть трудности с подрядчиками, особенно в небольших городах. «Сложно найти специалистов, готовых работать с такими объектами. Все хотят большие объемы, а здесь небольшие объемы, но сама работа достаточно сложная. Это сразу приводит к удорожанию реализации проекта», — пояснила Марина Старчикова.

Компания, в частности, занимается восстановлением исторических зданий и приспособлением их под гостиницы. Среди них — отреставрированный бутик-отель «Гостиный двор» в Мичуринске, который расположен в здании 1820 года и является объектом культурного наследия. Сейчас компания занимается реставрацией деревянной усадьбы купца Тулинова в Тамбовской области, построенной в XVIII веке. Во время Великой Отечественной войны здесь размещали беженцев, затем там был детский санаторий. После чего здание долго пустовало. С 2021 года предприниматели занимаются его восстановлением. За это время удалось сохранить оригинальную планировку комнат, старинный пол, винтовую лестницу, входную группу, оконные проемы и оригинальную печь. Деревянный фасад здания был полностью очищен от слоев краски. В будущем усадьбу приспособят под бутик-отель, рядом с ним построят ресторан и спа-комплекс с открытым бассейном. Инвестиции в проект превысят 350 млн руб.

Пока без серьезной поддержки

Программы господдержки, которые сейчас действуют в гостиничной сфере, на такие объекты не распространяются, в отличие от строительства новых отелей и инфраструктуры. Чаще всего малоэтажная застройка в исторических центрах малых городов позволяет разместить небольшие бутик-отели на 20–30 номеров, говорит Марк Борблик. «В этом кроется основная проблема — сейчас практически все программы по поддержке отелей ориентируются на проекты с номерным фондом свыше 120 номеров», — отметил эксперт. «Поэтому, если мы говорим о поддержке бизнеса, именно об открытии отелей в исторических объектах, то программы по льготному кредитованию должны распространяться и на отели с меньшим номерным фондом», — полагает он.

Некоторые регионы запускают свои программы, которые могут повысить их инвестиционную привлекательность. Например, в Нижнем Новгороде такие здания после расселения передаются под управление специально созданной некоммерческой организации, привел пример Марк Борблик. «Она проводит консервационные и неотложные противоаварийные работы, параллельно занимаясь поиском предпринимателей, готовых запустить в этих объектах туристический бизнес», — пояснил он.

В Москве есть программа «1 рубль за 1 квадратный метр». В ее рамках аварийные памятники передаются в льготную аренду по цене 1 рубль за 1 квадратный метр в год на 49 лет. Программа работает с 2012 года для арендаторов объектов культурного наследия, с 2013-го — для объектов образования, а в 2022 году добавилась возможность арендовать здания под гостиницы. Всего в рамках

программы инвесторы арендовали 18 объектов недвижимости по программе «1 рубль за 1 квадратный метр в год».

Реализация отелей в исторических зданиях может быть интересным решением, привлекающим туристов хорошим расположением и историей, считает Ольга Широкова. «Однако нужно убедиться, что здание подходит для организации достаточного количества «правильных» номеров и инфраструктуры, а капитальные затраты на реализацию соответствуют стоимости номера, нагрузке данного региона и выбранному уровню объекта», — отмечает эксперт. «В противном случае проект окажется экономически неэффективным, даже несмотря на выгодное расположение», — предупреждает она.

По мнению Марины Старичковой, такие объекты могут быть интересны бизнесу. «Срок окупаемости у таких проектов выше. К примеру, если стандартный отель может окупиться за пять лет, то памятник архитектуры — за восемь лет. Но возврат все равно будет», — говорит она. Однако для реализации таких проектов важны туристический поток и развитие самого города, продолжила она. «Работа над такими объектами должна идти сообща — городские власти, бизнес и горожане. Нужно возрождать и развивать сами города, инфраструктуру в них, делать их привлекательными для туристов. В таком случае можно сделать грандиозный проект», — подытожила предприниматель.

Новая программа

В России запустят программу по восстановлению и сохранению объектов культурного наследия. К 2030 году по ней за счет средств бюджета и с помощью частных инвесторов планируется отреставрировать не менее 1 тыс. зданий. После реставрации здания получают новые функции — здесь могут появиться культурные и социальные центры, а также объекты туристической инфраструктуры. «Совершенно точно для инвесторов будут созданы наилучшие условия реализации проектов и обеспечена вариативность последующего использования объектов, конечно, с учетом охранных обязательств», — заявил генеральный директор «Дом.РФ» Виталий Мутко. Институт жилищного развития наряду с Минкультом будет заниматься реализацией программы.

Сейчас определен список пилотных регионов, где программу запустят в этом году. В него вошли Новгородская, Рязанская, Смоленская, Ярославская, Самарская, Тверская и Нижегородская области, а также Забайкальский край. Здесь уже определены объекты, которые будут реставрировать.

<https://ru.hotel.report/development/gostevye-doma-i-oteli-v-osobnyakh-i-usadbah.-est-li-u-nih-budushhee>

К AZIMUT HOTELS присоединился пятизвездочный отель в Калуге

Крупнейшая российская гостиничная сеть AZIMUT Hotels продолжает расширять географию присутствия. С 1 июля под брендом AZIMUT Сити Отель Калуга начал работу единственный пятизвездочный отель в Калужской области, входящий в активы группы компаний ФСК.

AZIMUT Сити Отель Калуга 5* расположен в центральной части города. В шаговой доступности главные местные достопримечательности: Дом-музей К.Э. Циолковского, Государственный музей истории космонавтики, Ракета-носитель «Восток» и Калужский планетарий. Космической славой города вдохновлена и архитектура самого отеля. Здание повторяет форму ступени ракеты, а внутренний интерьер оформлен с использованием картин и постеров с космической тематикой.

В отеле 174 номера различных категорий. Развитая инфраструктура включает все необходимое для комфортного проживания и отдыха: охраняемая парковка,

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

Фокус – Москва и столичный регион

уютное лобби, ресторан, фитнес-центр с бассейном, финская сауна, хамам и SPA-комплекс. Для организации мероприятий предусмотрены 7 конференц-залов - трансформеров, оснащенных современным мультимедийным оборудованием. В отеле идёт активная работа по дальнейшему расширению гастрономических возможностей, чтобы отвечать требованиям гостей и жителей города.

С 1 июля для гостей отеля доступны все преимущества сети AZIMUT Hotels, включая участие в программе лояльности AZIMUT Bonus и возможность удобного бронирования на сайте компании.

Калужская область является одним из важнейших логистических центров страны. По территории области проходят несколько крупных автомагистралей, есть скоростное железнодорожное сообщение, а в городе работает международный аэропорт. Непосредственная близость столичного региона, развитая транспортная и логистическая инфраструктура, а также уникальное историческое наследие колыбели космонавтики делают Калугу одним из наиболее привлекательных городов для корпоративных поездок и мероприятий, а также для индивидуального и семейного туризма.

Максим Бродовский, генеральный директор AZIMUT Hotels:

«Город Калуга всегда представлял большой интерес для развития нашей сети, и мы рады, что наконец к семье AZIMUT Hotels присоединился качественный пятизвездочный отель, единственный в своем классе из представленных в Калужском регионе. Богатая история, большой промышленный потенциал и удобная логистика делают Калугу очень привлекательным направлением для деловых и туристических поездок. Уверен, что под брендом AZIMUT, гостиница не только сохранит статус лучшего отеля в регионе, но также сможет дополнительно привлечь большое количество гостей, которые с удовольствием познакомятся с высокими стандартами гостеприимства, принятыми в нашей сети».

Полковников Сергей, генеральный управляющий отеля AZIMUT Cumi Отель Калуга (ex. Four Points by Sheraton Kaluga):

«Большая часть наших гостей – это бизнес-путешественники, им важен высокий уровень обслуживания, и мы делаем все, чтобы оправдать их ожидания при любых внешних обстоятельствах, влияющих на нашу деятельность. Присоединение к крупнейшей российской сети отелей AZIMUT Hotels позволит нам усилить свою позицию в гостиничной индустрии и далее радовать гостей высокими стандартами качества услуг и сервиса.»

<https://hotelier.pro/press/item/k-azimut-hotels-prisoedinilsya-pyatizvezdochnyy-otel-v-kaluge/>

AZIMUT Hotels откроет пятизвездочный отель под брендом LIBRA в Туле

Крупнейшая российская гостиничная сеть AZIMUT Hotels анонсирует открытие уже второго объекта под премиальным брендом LIBRA. Гостиница уровня 5* начнет свою работу в 2027 году.

Крупнейшая российская гостиничная сеть AZIMUT Hotels и ООО «Туристическая Тула» подписали договор об управлении отелем в Туле. Новый современный 5* отель под брендом LIBRA откроется в самом центре города в шаговой доступности от Тульского Кремля, Казанской набережной, Городского концертного зала и других достопримечательностей. Планируется, что в здании будет четыре надземных этажа и два подземных этажа с парковкой. Отель рассчитан на 189 номеров. Гостиница будет оборудована всей необходимой инфраструктурой для комфортного отдыха и продуктивной работы в командировках. На ее территории будут расположены два ресторана, лобби-бар, несколько конференц-

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

Фокус – Москва и столичный регион

залов, включая большой зал на 300 человек, фитнес-клуб с бассейном, а также SPA-комплекс. Дизайн общественных зон и номеров будет выполнен в современном стиле.

В настоящее время в Тульском регионе под брендом AZIMUT работают уже два современных отеля категории 4* звезды, это AZIMUT Сити Отель Тула – гостиничный комплекс в центре города и AZIMUT Парк Отель Тула, расположенный в непосредственной близости от Государственного мемориального и природного заповедника «Музей-усадьба Л. Н. Толстого «Ясная Поляна».

Максим Бродовский, генеральный директор AZIMUT Hotels:

«Туризм в Тульской области продолжает активно развиваться, и мы видим увеличение спроса на премиальный формат размещения среди гостей региона. Мы будем очень рады предоставить туристам и бизнес-путешественникам возможность комфортного пребывания в современном 5* отеле под нашим новым брендом LIBRA. Уверены, что появление гостиницы 5* с большим номерным фондом, широким спектром услуг и качественными конференц-возможностями позволит сделать Тулу ещё более привлекательным направлением как для деловых, так и для семейных поездок.»

Манук Аветисян, генеральный директор ООО «Туристическая Тула»:

«Считаю, что туризм может стать одним из ключевых направлений развития нашего города. Для этого необходимо создать комфортную инфраструктуру, которая будет привлекательна для туристов. В первую очередь, это касается строительства новых гостиниц. Безусловно, на нас возложена колоссальная ответственность сделать так, чтобы здание гостиницы вписалось в исторический облик города и соответствовало всем заявленным требованиям. Я уверен, что совместно с командой профессионалов из AZIMUT Hotels мы достигнем всех поставленных перед нами задач, реализуем значимый проект в максимально возможный короткий срок и станем точкой притяжения для жителей и гостей города Тулы.»

AZIMUT Hotels – крупнейшая российская сеть отелей с самой широкой географией присутствия по всей России. AZIMUT Hotels является одним из самых активно развивающихся брендов в различных сегментах отельной индустрии: городской и загородный отдых, оздоровительные санатории, бизнес-отели. Сегодня в сеть входят более 65 отелей и санаториев в более чем 40 городах, общий номерной фонд составляет около 11 тыс. номеров.

LIBRA – премиальный бренд для 5* отелей, расположенных в наиболее популярных для отдыха и путешествий точках России. Основные локации расположения - исторический или деловой центр города, элитные направления загородного отдыха и курортные зоны. Бренд ориентирован на аудиторию, которая заинтересована в сервисе самого высокого уровня, при этом подходит к выбору отелей рационально. LIBRA, в точности соответствуя своему названию, предлагает своим гостям баланс оптимального набора услуг и премиального обслуживания.

<https://hotelier.pro/press/item/azimut-hotels-otkroet-pyatizvezdochnyy-otel-pod-brendom-libra-v-tule/>

4. Юридический практикум для отельеров и вопросы безопасности

Какие услуги гостиница сможет оказывать по ставке НДС «О» % с 01.09.2024?

В отношении услуг по временному проживанию, в гостиницах применяется ставка НДС «О» процентов (пп. 19 п. 1 ст. 164 НК РФ).

По «Правилам предоставления гостиничных услуг» в цену номера входит стоимость временного проживания и иных сопутствующих услуг, определенных исполнителем, оказываемых за **единую цену** (п. 2 «Правил», утв. ПП РФ № 1853 от 18.11.2020).

Состав услуг, **входящих в гостиничные**, зависит от вида и категории гостиницы и определен в **разделах VII-VIII Приложения № 4** «Положения о классификации гостиниц» утв. ПП РФ № 1860 от 18.11.2020.

Внесенные ПП РФ № 596 от 08.05.2024 изменения в разделы VII-VIII Приложения № 4 «Положения о классификации гостиниц», позволяют с 01.09.2024 расширить перечень услуг, которые могут быть включены в стоимость номера.

Теперь в цену номера могут включаться:

- услуги тренажерного зала или фитнеса;
- СПА-услуги (плавательный или купальный бассейн, уходы с применением косметических средств за лицом и телом, в том числе бальнеоуходы, гидромассаж и бани различных видов - количество и виды услуг по выбору гостиницы);
- услуги доступа в интернет;
- услуги конференц-зала с оборудованием, необходимым для проведения презентаций (системы отображения информации и управления, звуковая аппаратура);
- услуги охраняемой автостоянки с неограниченным временем парковки, или подземного паркинга на территории гостиницы или прилегающей территории.

При включении указанных услуг **в стоимость номера** к ним будет применяться ставка НДС «О» %. Это поможет снизить стоимость туристических услуг.

<https://its.1c.ru/db/newscomm/content/489272/hdoc@324b7129>

НДС «О»% для гостиниц: Минфин указал, когда льгота применима к континентальному завтраку

Гостиница может применять нулевую ставку, **если оказывает услуги проживания и сопутствующие услуги за единую цену, одинаковую для всех потребителей**, кроме льготных категорий. Перечень гостиничных услуг, в т.ч. сопутствующих, приведен в разд. VII - VIII приложения к «Положению о классификации гостиниц».

Если гостиница оказывает такие услуги и предоставляет питание в виде континентального завтрака с другими продуктами, кулинарией и напитками, то базу по НДС для ставки «О» % определяют на основе цены услуг из разд. VII – VIII Приложения № 4 «Положения о классификации гостиниц», включая услуги питания. Если гостиница при этом **неограниченно предоставляет российский алкоголь на шведском столе и в точке допитания**, то налоговую базу по НДС для ставки «О» % определяют исходя из цены услуг из разделов VII - VIII приложения. Документ: Письмо Минфина России от 20.12.2023 N 03-07-11/123518

<https://www.consultant.ru/legalnews/24476/>

Туризм может подорожать из-за нового законопроекта Минфина

Министерство финансов разработало и внесло в правительство пакет поправок, в том числе законопроект об изменениях в налоговой системе, сообщает РБК. Он затронет, в частности, налог на прибыль организаций и упрощенную систему налогообложения (УСН). Ожидается, что нововведения будут приняты Госдумой в текущую весеннюю сессию, которая продлится до 5 августа, и вступят в силу 1 января 2025 года. О том, как он может сказаться на турбизнесе, эксперты рассказали Profi.Travel 7 июня. Налоговые изменения, в частности, запланированы для малого бизнеса. Предполагается, что порог доходов для применения упрощенной системы налогообложения (УСН) будет расширен с действующих 265,8 млн до 450 млн рублей, а порог по остаточной стоимости основных средств — со 150 млн до 200 млн рублей.

Будут отменены повышенные ставки в рамках системы УСН — 8% при базе «доходы» и 20% для базы «доходы минус расходы», которые действуют при доходах от 199,35 млн в 2024 году и при количестве сотрудников от 100 человек. Таким образом, весь бизнес на УСН будет применять базовые ставки 6% при базе «доходы» и 15% («доходы минус расходы»).

Взамен компании с доходами выше 60 млн рублей в год обяжут стать плательщиками НДС, который сегодня бизнес на УСН в общих случаях платить не обязан. Именно это, по словам вице-президента Российского союза туриндустрии и руководителя комитета РСТ по правовым вопросам, гендиректора ЮА «Персона Грата» Георгия Мохова, в планируемой реформе тревожит турбизнес больше всего.

По его словам, по официальным данным, 96,8% предпринимателей на УСН имеют выручку до 60 млн рублей. Но законопроект коснется и туротрасли. «Поскольку в туризме большие обороты, но низкая рентабельность, введение НДС может быть болезненным и потребует серьезных изменений в договорных отношениях», — подчеркнул Георгий Мохов. В том числе с поставщиками различных услуг, отелями, перевозчиками, туроператорами. Согласно законопроекту, компаниям на УСН, чей доход превысил 60 млн руб., будут предложены следующие альтернативы при уплате НДС: общая ставка НДС 20% с возможностью применять вычеты, ставка 5% при доходах до 250 млн рублей в год и ставка 7% при доходах в диапазоне 250–450 млн рублей в год — без права на вычеты.

Как уточнил Profi.Travel специалист в бухгалтерском деле, если компания на УСН станет плательщиком НДС, ей придется создать в бухгалтерии отдельный учет, выставлять счета-фактуры, зачитывать НДС с авансов, вести книгу продаж и сдавать электронные декларации по НДС. «Работа достаточно трудоемкая и зависит от количества клиентов, — пояснил эксперт. — Тем, кто не перешел на электронный документооборот, придется сделать это». По его словам, с клиентами нужно будет пересмотреть цены, включить в них НДС, подписать дополнительные соглашения к договорам.

Эксперт отметил, что проект Минфина может привести и к росту стоимости туруслуг — туры могут подорожать на 5-10%. Во-первых, из-за появления НДС, во-вторых, из-за увеличения финансовой нагрузки на компании в целом, когда нужно возвращать НДС в бюджет, а дебиторская задолженность просрочена. К тому же цены на услуги бухгалтера, если компания перейдет на такой учет, тоже вырастут.

Увеличение налога на прибыль на 5%, которое предполагает законопроект, для тех, кто работает на ОСНО, тоже приведет к увеличению стоимости туров

https://profi.travel/news/60072/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_31177_070624

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

Фокус – Москва и столичный регион

Цифровизация в туризме «на марше»

«Готовность нулевая, ничего не знаем и не понимаем», — так ответили 50% участников опроса в телеграм-канале «Юридические новости — Туризм» о степени подготовки туроператоров по внутреннему туризму к работе с «Электронной путёвкой» с 1 сентября 2024 года.

12% респондентов решили ничего не делать с этой ситуацией — они ждут, что все отменят или сроки перенесут. 4% и вовсе не смогли подключиться к системе. И всего менее 10% уже подключились: они готовы к передаче данных или пока тестируют «Электронную путевку».

«Туроператоры по внутреннему туризму, как правило, еще менее автоматизированы, чем те компании, которые отправляют туристов в другие страны. Операторы по выезду гораздо раньше начали применять разного рода информационные системы автоматизации, учета, бронирования. У многих стояли авиакассы, поэтому им нужно было соблюдать требования к защите информации», — пояснил вице-президент РСТ, генеральный директор юридического агентства «Персона Грата» Георгий Мохов.

Кроме того, по его словам, компаний, которые работают только по России, намного больше, чем международных: их число примерно 4500 по сравнению с 300 по выезду. «Там очень много малых и микропредприятий, которые, например, состоят из двух человек. У них нет автоматизированных рабочих мест с соблюдением требований по защите информации и персональных данных. Но при этом они могут заниматься организованными групповыми турами», — отметил Георгий Мохов.

При этом по России ездит намного больше людей чем за рубеж: средний чек ниже, но объемы выше, а заполнять «путевки» нужно на всех, отметил эксперт. Тем более, во внутреннем туризме есть многодневные экскурсионные туры с посещением нескольких городов, по мультимодальным маршрутам с разными видами транспорта. Переносить все это в систему довольно сложно.

По словам эксперта, автоматизация рабочего места для «Электронной путевки» сейчас обходится в 300-500 тыс. рублей, это неподъемная сумма для большинства туроператоров по внутреннему туризму. Но это необходимо для защиты информации и персональных данных. Без этого подключиться к государственной системе невозможно, автоматизированную передачу данных нельзя организовать с обычного компьютера без шифрования и защиты. Заполнение вручную занимает столько времени, что понадобится отдельный сотрудник.

Осенью, по его словам, процесс станет еще более напряженным. Недавно Минэкономразвития приняло новые требования к защите информации для туроператоров при применении «Электронной путевки», они вступают в силу с 1 ноября. Многие не смогут продолжить работу с системой, придется проходить сертификацию, покупать новые компьютеры, устанавливать на них лицензионное программное обеспечение. «Я полагаю, что Минэкономразвития должно прийти к пониманию необходимости субсидирования этих расходов. Рынок просто их не потянет», — подчеркнул эксперт.

По его словам, надеяться на отмену «Электронной путевки» для внутреннего туризма не стоит. Она необходима в том числе и для сбора статистических данных о туристах. А вот перенести сроки могут, например, с сентября на март следующего года. Георгий Мохов подчеркнул, что РСТ в том числе отправлял соответствующие обращения в Минэкономразвития

https://profi.travel/news/60066/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_31177_070624

Налоговые поправки повлияют на ресторанный бизнес

Для малого и среднего бизнеса хотят ввести новые налоги, но рестораторы оказались в более выгодном положении из-за возможности перейти на ОСНО с нулевым НДС.

Новые налоговые поправки, которые внес Минфин РФ в правительство в конце мая, повлияют на работу ресторанного бизнеса, но это влияние не будет болезненным благодаря переходу на ОСНО с льготным НДС. Такое мнение высказал RB.RU основатель «Мясо & Рыба», Общественный уполномоченный в сфере ресторанного бизнеса Сергей Миронов.

Налоговые изменения коснутся всех ресторанов с высоким уровнем обслуживания, но почти не затронут небольшие заведения и фаст-фуд.

По словам эксперта, в случае принятия нововведений у рестораторов будет три варианта развития событий.

Первый вариант, говорит Миронов, это платить 5% НДС, который нельзя вычесть, после достижения оборота в 60 млн рублей, что по сути является «оборотным процентом». Эти 5% добавляются к уже привычным налогам упрощенной системы — это или 6% с доходов или 15% с «доходы минус расходы». Второй вариант — это 20% НДС по ОСНО с вычетами. В обоих случаях рестораторам не надо платить налог на прибыль. Третий вариант — это уйти на общую систему налогообложения, где для ресторанного бизнеса с оборотом до 2 млрд рублей предусмотрен нулевой НДС.

«В этом случае рестораторам придется уплачивать налог на прибыль в 25%, а не в 20%, как ранее, но это процент с прибыли, а не с оборота, что для ресторанного бизнеса существенно», — сказал эксперт.

Именно льготный НДС на ОСНО позволит ресторанному бизнесу работать безболезненно.

«Для ресторанного бизнеса это не болезненно, каких-то особенных проблем я не вижу», — заявил Миронов.

Миронов не исключил повышения цен в ресторанах после введения новой системы налогообложения. Но, благодаря возможности перейти на льготную систему с нулевым НДС, это повышение будет незначительным.

Минфин 28 мая внес в правительство РФ пакет законопроектов, включающий в себя поправки в Налоговый кодекс. Предложения будут рассмотрены на комиссии по законопроектной деятельности, а затем — на заседании Правительства РФ. Изменения могут быть приняты Госдумой уже в весеннюю сессию (длится до 30 июля), а начнут действовать, предположительно, в 2025 году.

В числе предложений Минфина РФ — корректировка налогового режима для малого и среднего бизнеса. Ведомство предложило скорректировать режим упрощенной системы налогообложения (УСН) с увеличением порога применения этой системы до 450 млн рублей и одновременным появлением обязанности компаний выплачивать НДС при обороте от 60 млн рублей в добавление к существующим налогам. Для предприятий, работающих по ОСНО, увеличится налог на прибыль с 20% до 25%.

Предприятиям будет предоставлена альтернатива по выплате НДС на выбор: либо общий режим со ставкой 20% (10% для определенной категории товаров) и всеми вычетами, либо 5%-ный НДС без права на вычеты при выручке 60-250 млн рублей и 7% при выручке 250-450 млн рублей, писал «Интерфакс».

<https://rb.ru/news/restoran-nalog/>

Поправка Минэка о невозвратных тарифах в отелях не поддержана

Совет при президенте РФ по кодификации не поддержал разработанную Минэкономразвития поправку в Гражданский кодекс о невозвратных тарифах в отелях, сообщила газета «Ведомости». Вице-президент Российского союза туриндустрии (РСТ), руководитель Правового комитета РСТ Георгий Мохов считает, что для введения тарифов можно внести соответствующие изменения в «Правила предоставления гостиничных услуг» и в закон «Об основах туристской деятельности в РФ».

Законопроект был разработан Минэкономразвития и представлен для обсуждения в апреле нынешнего года. Он предполагает внесение поправки в часть 2 ст. 782 ГК РФ (односторонний отказ от исполнения договора возмездного оказания услуг), которая дополняется положением «если иное не установлено законом», что, по мнению Минэкономразвития, позволит внести в «Правила предоставления гостиничных услуг» положения, допускающие применение невозвратных тарифов в отелях.

Эксперты РСТ не раз выступали в поддержку законопроекта. Глава комитета РСТ по гостиничной деятельности Виктория Шамликашвили считает, что легализация невозвратных тарифов необходима, так как по факту они уже существуют. А то, что они никак не закреплены законодательно, дает простор фантазии как отельеров, так и потребителей, приводя к искажениям сути таких тарифов.

Однако в Совете по кодификации при президенте РФ сочли, что предложенные Минэкономразвития поправки переносят предпринимательские риски исполнителя на заказчика. Кроме того, как следует из заключения Совета, сейчас взимание платы за фактический простой номера ограничено стоимостью первых суток проживания, а значит иное регулирование, при котором плата рассчитывается не в зависимости от расходов исполнителя, в действительности уже допускается на уровне подзаконного акта. Поэтому внесение изменений в ст. 782 ГК РФ не требуется.

Как напомнил Георгий Мохов, возможность введения невозвратных тарифов в гостиницах обсуждается довольно давно. Сначала это предлагал Ростуризм, в частности, в новом отраслевом законе, который разрабатывался в 2021 году. После упразднения Ростуризма инициатива была поддержана Минэкономразвития, и в начале 2024 года понятие невозвратного тарифа было внесено в «дорожную карту» по трансформации делового климата в российском туризме до 2025 года.

«Процесс затянулся не случайно. Проблема в том, что введение невозвратных тарифов затрагивает не только закон «Об основах туристской деятельности», но также общие законы – «О защите прав потребителей» и Гражданский кодекс. И с точки зрения юридических механизмов сделать это непросто, так как это уже не только сфера туризма», – пояснил он.

«С другой стороны, де факто невозвратный тариф действительно существует, он применяется и в отелях, и у агрегаторов, но не закреплен законодательно. И, возможно, если законопроект буксует на уровне экспертизы, имеет смысл пойти по другому пути, не затрагивая такие основополагающие нормы, как Гражданский кодекс. Например, внести изменения в «Правила предоставления гостиничных услуг». Уже сейчас есть норма, которая позволяет взимать в случае отказа от брони стоимость первых суток. Можно этот срок увеличить, например, рассчитывать в пропорции к периоду проживания. Или детализировать условия бронирования

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

Фокус – Москва и столичный регион

размещения в отеле. То есть внести изменение в «Правила предоставления гостиничных услуг» и, соответственно, в отраслевой закон», – добавил Мохов.

Невозвратный тариф предполагает, что турист не сможет без штрафа отказаться от забронированного номера в отеле. В РСТ считают, что введение таких тарифов позволит потребителям сэкономить 20-30% при покупке размещения в гостиницах.

<https://ratanews.ru/news/general/pocemu-otkladyvaetsia-vvedenie-oficialnyx-nevozvratnyx-tarifov-v-rossiiskix-oteliakh>

Власти планируют обязать отели возвращать оплату по невозвратным тарифам

Законопроект, который вводит в правовое поле невозвратные тарифы для объектов размещения, прошел доработку в Минэкономразвития и был направлен в Минюст. Как пишет РБК, невозвратные тарифы могут появиться в российских отелях уже с 1 марта 2025 года. Обновленный документ предусматривает форс-мажорные обстоятельства, в которых отельерам все же придется возвращать гостям денежные средства, если они не смогли приехать.

Предполагается, что в числе уважительных причин будут болезнь, смерть близких родственников и другие подобные обстоятельства. Закон также запретит отелям устанавливать исключительно невозвратные тарифы: у гостя должна оставаться возможность заплатить больше, чтобы в случае отказа от поездки без «уважительной причины» вернуть свои деньги.

В Минэкономразвития уточнили, что полный перечень оснований для возврата средств по невозвратному тарифу будет внесен в правила предоставления гостиничных услуг. Болезни, летальный исход у родственников и другие причины туристу будет необходимо подтвердить документально.

Вице-президент РСТ и управляющий партнер Cronwell Hospitality Group Алексей Мусакин отметил, что сейчас перепродать номер, в который туристы отказались въезжать в последний момент, отель зачастую не может. И доля таких отказов составляет 2-3%. По его оценкам, недополученная прибыль гостиничной отрасли из-за подобных действий путешественников превышает 20 млрд рублей в год. Бюджет же, в свою очередь, теряет до 4 млрд рублей неуплаченных налогов. Эксперт предположил, что введение невозвратных тарифов позволит сократить убытки по этой статье до 2-3 млрд рублей в год.

Представители отрасли отмечают, что де-факто невозвратные тарифы действуют уже много лет. Гости отелей особенно часто выбирают такой вариант при коротком окне бронирования, где меньше риск возникновения перечисленных выше форс-мажорных обстоятельств. При этом в настоящее время туристы могут оспорить установленный гостиницей невозвратный тариф и добиться возврата средств, даже если поездка не состоялась.

Изменения в законодательстве снизят для отелей такие риски, если у несостоявшегося гостя нет объективной причины для получения возврата. Однако представители отрасли отмечают, что пока неясно, как именно путешественники будут документально подтверждать возникновение форс-мажорных обстоятельств для возврата средств и кто именно сможет выдавать туристам такие документы

https://profi.travel/news/60342/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_31549_080724

В расчет туристического налога внесли изменения

В Государственную Думу поступил проект правительственных поправок к законопроекту о совершенствовании налоговой системы. Об этом сообщили в пресс-службе Минфина. В сообщении говорится, что поправки учитывают предложения как депутатов, так и бизнеса.

Налоговые новации предусматривают преобразование курортного сбора в туристический налог. В случае принятия поправок ставка налога составит 1% от стоимости проживания в 2025 году. До 2029 года ставка будет увеличиваться на 1% каждый год, пока не достигнет максимума в 5%.

Налог пополнить бюджеты муниципалитетов. Они же будут определять целесообразность его введения и объем ставки. Также будут льготные категории граждан, которые освободят от уплаты налога.

Напомним, что ранее в СМИ публиковалась другая информация по расчету туристического налога. Ставка составляла бы 6 000 рублей с номера в квартал. У регионов была возможность снижать эту сумму не более чем в 10 раз и повышать максимум в 2 раза.

<https://hotelier.pro/press/item/v-raschet-turisticheskogo-naloga-vnesli-izmeneniya/>

Введение туристического налога приведет к увеличению цен в гостиницах

Также увеличится налоговая нагрузка на гостиничный бизнес. Об этом говорится в сообщении пресс-службы Российского союза туриндустрии (РСТ). В документе цитируют президента РСТ Илью Уманского. Он считает, что введение налога повысит нагрузку на классифицированные средства размещения. Затраты будут переложены на конечных потребителей, что может привести к падению привлекательности легально работающих отелей.

Комитет Госдумы по бюджету и налогам одобрил правительственную поправку в налоговый кодекс. Напомним, новый налог могут ввести уже в 2025 году. Для начала он составит 1% от стоимости проживания. Будут льготные категории граждан, которые освободят от его оплаты. После 2025 года налог будет увеличиваться на 1% каждый год, пока не достигнет максимума в 5% в 2029 году.

<https://hotelier.pro/press/item/vvedenie-turisticheskogo-naloga-privedet-k-uvelicheniyu-tsen-v-gostinitsakh/>

6. Полезное и интересное для отельера

Дофамин – дежурный по трендам. Как дизайн отелей помогает гостям

Экс-губернатор Калининградской области Антон Алиханов как-то назвал будущий курорт «Русская Балтика» (тот самый, где планируется 500-метровый бассейн на берегу моря) «дофаминовой фабрикой», где можно снова и снова «напитаться балтийским отдыхом».

В язык дизайнеров прокралось новое сочетание - dopamine decor / design как следствие тренда на использование ярких цветов при оформлении интерьеров с целью сделать человека более счастливым и поддержать его ментальное здоровье.

Дофамин - это гормон и нейромедиатор, отвечающий за то, чтобы мы могли испытывать чувство удовольствия, удовлетворения и мотивации. Его часто называют «гормоном счастья».

Вероятно, такая формулировка - «сделать человека более счастливым и поддержать его ментальное здоровье» - может, скоро будет фигурировать в ТЗ у дизайнеров и комплектовщиков отелей. Успех Barbie Dreamhouse на airbnb в прошлом году, «сорвавший крышу» у многих пользователей соцсетей, показывает, что дофаминовый стиль отлично работает и привлекает клиентов (и в значительной мере сподвиг airbnb на проект The Icons).

При создании «дофаминового интерьера» дизайнерам важно сосредоточиться на цветах, узорах, принтах, текстурах, поднимающих настроение.

Barbiecore - лишь одно из направлений «дофаминового дизайна».

Дизайн может быть цветочный, тропический, сказочный и даже эксцентричный!



«Я всегда отслеживаю появление новых трендов, ведь это напрямую влияет на палитру дизайнерских средств и приемов, - замечает Елена Крылова, основатель дизайн-бюро, член Национальной Ассоциации дизайнеров и декораторов интерьера. - Не скажу, что дофаминовый интерьер – принципиально новый тренд, потому что в слегка измененном виде это направление не выходило из моды.

Стиль «Барби», до этого Memphis. Например, в оформлении одного из ресторанов, оформленных нашим бюро, символом заведения стала фигура Кролика с пивным бокалом в одной руке и мороженым в другой, прямая отсылка к Джеффу Кунсу. Кролик встречает гостей на входе и мелькает на стенах в каждом зале».

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

Фокус – Москва и столичный регион

«Отход от строгости и монохромной палитры в сторону разнообразия цвета, иронии и призыва вспомнить, что жизнью можно наслаждаться был замечен еще в прошлом году. Сегодняшний тренд, конечно, заточен под современный взгляд на дизайн. Идея заключается в цвете и принтах, скругленных углах и неровных формах, - продолжает Елена Крылова. - Что касается материалов, строгих требований к ним нет, подойдет и натуральное дерево, и пластик, главное – эмоция и экспрессия! В дизайне отелей, особенно пятизвездочников, дофаминовый стиль может быть применен, скорее, точечно, чем тотально. Именно так мы оформили отель Surf Resort в Анапе. Здесь велика роль цвета, созвучного с концепцией заведения, выбрана мебель мягких округлых форм, а впечатление завершают яркие акцентные штрихи».

«Тренд – это всегда продолжение процессов, которые происходят в мире., - комментирует Алена Дорофеева, дизайнер, член Союза Дизайнеров России, призер российских и международных выставок, в том числе премии ADDAWARDS.RU 2023. - Дофаминовый стиль в интерьере – это попытка привнести в нашу жизнь позитив и немного беззаботной детской радости. Царит цвет - как в нежной «леденцовой» палитре, так и в более насыщенных сочетаниях. Ковры и подушки, как правило, текстурные, а у мебели – плавные, обтекаемые формы. Все это «расслабляет» атмосферу, делает ее теплой и эмоциональной».

«Например, дизайн отелей «Оболенский» и «Бунтари» в Санкт-Петербурге – это тоже история про то, как создать позитивный настрой, невзирая на обстоятельства, - рассказывает Алена Дорофеева. - Я люблю работать с цветом, поэтому оба отеля имеют выразительное цветовое оформление. В «Оболенском» оно более сглаженное и гармоничное с темой Санкт-Петербурга и декабристов, в ярком жизнерадостном цвете только предмета декора: вазочки, кашпо, мягкие подушки. «Бунтари», напротив, по колористике гораздо смелее. Оптимистичный настрой передается через насыщенный цвет стен и предметов мебели: столов, стульев. Роль акцентного цветового штриха отлично берет на себя табурет округлой формы, а также рамы на картинах и, как было сказано выше, разнообразный декор. Я считаю, что в 2024 году дофаминовый интерьер укрепит свои позиции и будет рассматриваться не только как актуальный тренд, но и как способ улучшения качества жизни человека».

А вот что говорит Михаил Есенин, сооснователь и руководитель ESENINS design studio, номинант премии Gold Trezzini за «Лучший реализованный проект интерьера общественного пространства» (проект ресторана Nome): «Я считаю, что дофаминовый стиль в интерьере – это запрос общества. Интерьер стал таким же предметом потребления, как и остальные товары потребления. Мы привыкли потреблять много и по-разному, поэтому те же рестораны заинтересованы в разнообразных и сбалансированных интерьерах, достойных восхищения и удивления».

«Дофаминовый стиль больше подходит для общественных и коммерческих пространств, - продолжает Михаил Есенин. - Рестораны, кафе – то, что надо, это места, где требуется, чтобы гость получил эмоцию и влюбился в заведение. Из приемов я бы выделил контрастную окраску стен, этот прием отлично играет в больших пространствах, интересно выглядит и хорошо решает задачу. И еще очень актуально использование стекла, в дофаминовом стиле его довольно много, на его разнообразных фактурах можно построить целый интерьер».

«Я применяю приемы этого стиля локально, под задачу. Так, оформляя один из ресторанов, мы сделали ставку на яркие цвета мягкой мебели, в основном оранжевый, дополнив его бирюзовым, который выгодно показывает красоту первого цвета. Помещения залов прямоугольные, и, чтобы их смягчить выбирали округлые

формы для стульев, столов, абажуров. И, конечно, много зелени. Таким образом, ресторанные залы стали выглядеть располагающими, уютными и позитивными».

Со своей стороны, бренд-менеджер компании РМ-Hotel Тала Тигорева полагает, что тренд на дофаминовый дизайн придет в дизайн российских отелей примерно через год: «Время минимализма ушло, - считает она. - Сейчас хочется чего-то более индивидуального, яркого. Индустриальные города, мегаполисы серые, однотипные, похожи друг на друга, а человеку хочется испытывать радостные эмоции, счастье, в том числе тактильное и визуальное».

«Отельеры в нашей стране уже осознали, что гости приезжают за эмоцией, а не просто за алл-инклюзивом. Много примеров дофаминового дизайна есть в Европе. Такой дизайн не требует колоссальных затрат. Это могут быть арт-объекты: яркие цветовые пятна, красочный декор, который хочется рассматривать, трогать, который вызывает удовольствие фактически от того, что находится в твоём пространстве. Много зависит от выбора цвета. Важно не переборщить, не превратить отель в детскую комнату, но дать похожую эмоцию: удивить, обрадовать, вдохновить».

«Пространства, наполненные яркими цветами, смелыми узорами и наслоением текстур, микс предметов из разных эпох и максимальная стилизация - дофаминовый дизайн - работает на уровне подсознания, - добавляет Тала Тигорева. - Он будто воссоздает ощущение спальни вашего детства, где вам очень комфортно. Главное - найти баланс между различными элементами и обеспечить продуманные сочетания. Чтобы в итоге получился не просто беспорядочный декор, но целостная история, которая свяжет все воедино и будет резонировать с брендом вашего отеля».



*фото в материале приведены для иллюстрации темы, не связаны с конкретными упоминаемыми проектами

Отельеры - и сфера гостеприимства шире - конечно, готовы использовать и другие сентенции потребителей (играя на них). Hotelier.pro делал публикацию про **НОСТАЛЬГИЧЕСКИЕ ФОРМАТЫ РОССИЙСКОГО ГОСТЕПРИИМСТВА**.

Писали мы и про близкий дофамину тренд в дизайне отелей - **МАКСИМАЛИЗМ** (см. публикацию). Какие из направлений дизайна выбирают инвесторы и / или УК зависит, разумеется, от идеи бренда, позиционирования отеля, ЦА. Но в том, что активная игра с дофамином продолжится - можно не сомневаться.

<https://hotelier.pro/news/item/dofamin-dezhurnyy-po-trendam-kak-dizayn-oteley-pomogaet-gostyam/>

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

Фокус – Москва и столичный регион

Ключи от прибыльности: показатели отеля, за которыми важно следить генеральному менеджеру

Для того чтобы эффективно управлять отелем, нужно следить за целым набором ключевых показателей. Опытные отельеры знают и используют базовые KPI, которые помогают оценить успешность объекта. Среди них: ADR — средний доход от продажи номеров в отеле; OCC — загрузка отеля, соотношение забронированных номеров к их общему количеству; RevPAR — средняя доходность в пересчете на один номер.

Цифровизация индустрии гостеприимства дает отельерам новые инструменты, которые помогают видеть еще больше показателей и оценивать полную картину. То, что раньше не поддавалось тщательному анализу — эффективность управления командой и работа room service, сегодня, с помощью различных цифровых сервисов можно отследить и улучшить. Тимофей Крышка, директор по развитию компании TeamJet, рассказывает, на какие показатели стоит обратить внимание, чтобы обеспечить качественную работу отеля.

Показатели, которые отражают эффективность управления командой *Средняя скорость выполнения заявки*

С помощью цифровых сервисов генеральный менеджер сейчас может видеть, сколько времени сотрудники различных департаментов тратят на выполнение клиентских запросов. Например, за сколько минут в среднем гостю приносят тапочки или устраняют сантехнические проблемы. Раньше, когда заявка передавалась по телефону, сперва на ресепшн, а далее по цепочке — исполнителю, отследить время ее выполнения было довольно сложно, а понять, на чьей стороне произошла задержка и вовсе почти невозможно.

Средняя скорость выполнения заявки — важный показатель оценки эффективности работы команды. При этом она не всегда напрямую связана с невыполнением персоналом своих обязанностей, иногда причины могут быть в организационных процессах. Тем не менее, увеличивающееся время закрытия заявки — это, определенно, повод, чтобы выяснить, в чем же причина и попытаться ее устранить.

Коэффициент загрузки персонала

Генеральному менеджеру также важно оценивать уровень загрузки персонала. В одной ситуации, чтобы видеть, что персонал перегружен и необходимо усиление команды, в другой — чтобы понять, как перераспределить дополнительные задачи между недостаточно загруженными членами команды. Коэффициент загрузки как раз показывает, сколько рабочего времени занят сотрудник.

Этот же показатель помогает составлять прогнозы по расширению команды на периоды высокого спроса и в целом эффективнее планировать работу команды.

Скорость адаптации сотрудников

Текущий коэффициент помогает оценить, насколько эффективно выстроены адаптационные процессы в отеле. В сфере обслуживания остро стоит вопрос “кадрового голода”, особенно сильно нехватка чувствуется среди линейного персонала. Каждый новый сотрудник на старте проходит период онбординга и адаптации и понимание, сколько времени занимает этот процесс, крайне важно для отельера, потому что этот фактор влияет на ряд организационных и управленческих решений.

Если раньше погружение сотрудника в работу занимало несколько дней, а то и недель, сейчас, благодаря тому, что все алгоритмы, регламенты и стандарты оцифрованы, это время значительно сократилось. За счет работы с ИТ-сервисами и их правильной настройки, управляющий может еще больше сокращать время адаптации персонала и частично решать проблему с наймом. При этом скорость адаптации сотрудников важна не только для генерального менеджера, но и для HR-департамента, так как показывает, насколько быстро новые члены команды могут включиться в работу, а значит, становится понятнее, когда именно нужно нанимать новых сотрудников.

Показатели, которые отражают эффективность room service

Конверсия в заказы

Доход от продаж дополнительных услуг — значимая часть выручки отеля, она может составлять до 35% от оборота. Если организация работает с электронным меню, то управляющий может легко найти в отчете конверсию в заказы. Конверсия означает, какой процент из тех, кто зашел на страницу ресторана, в итоге сделал заказ.

Низкая конверсия может свидетельствовать сразу о нескольких проблемах: меню ресторана не отвечает потребностям гостей, возможно, оно слишком простое или, напротив, очень специфическое, возможно, ценовая политика ресторана не совпадает с профилем тех, кто здесь останавливается. Как минимум, этот показатель является поводом начать искать причину и тестировать гипотезы, предлагая клиентам специальные акции, сезонные меню и другие дополнительные услуги.

Средний чек

Анализ среднего чека полезно смотреть в динамике, сравнивая с данными за разные периоды: день, месяц, год. Этот показатель помогает сделать вывод о том, какое предложение было эффективным, а также тестировать, как еще можно увеличить средний чек, например, предлагая гостям комбо наборы, допугслуги или введя систему рекомендаций.

Вместе с этим интересно отслеживать популярные позиции в меню. Информация о том, какие блюда и напитки пользуются спросом, позволяет не только грамотно планировать закупки, но и использовать эти данные как маркетинговый инструмент: создавать специальные акции, формировать уникальные предложения, вводить “блюда дня” и так далее.

Время реакции

Этот показатель помогает оценить насколько эффективно работает кухня и как быстро повара выдают заказы. Если на приготовление одного блюда уходит слишком много времени, необходимо найти причину того, почему это происходит и оптимизировать процесс. Можно также анализировать время приема заказа — оно указывает на то, насколько быстро персонал обрабатывает входящую заявку.

Оценка и отзывы

На основании обратной связи от гостей, отель может оценивать свой уровень сервиса и корректировать моменты, которые вызвали негативную реакцию. Возможность получать обратную связь через внутренние инструменты особенно ценна, так как ресторан видит честный отзыв, который при этом не влияет на его общий рейтинг и на который он может мгновенно среагировать, даже когда гость еще находится в отеле, и с помощью комплимента или приятного бонуса сгладить негатив и возможно даже получить положительный отзыв после размещения.

Инструменты, которые цифровизация привнесла в сферу гостеприимства, помогают координировать работу отеля, оценивать эффективность внутренних служб, анализировать взаимодействие персонала с гостями и качество сервиса. Именно внимание к деталям, умение анализировать и использовать полученные данные помогают генеральному менеджеру фиксировать негативные тенденции в работе отеля и реагировать на них, принимая эффективные управленческие решения.

<https://hotelier.pro/management/item/klyuchi-ot-pribylnosti-pokazateli-otelya-za-kotorymi-vazhno-sledit-generalnomu-menedzheru/>