



## Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 0701-2022

С 01 по 15 июля 2022 года

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

Поддержка или недострой: как спасти инвестпроекты в туризме?

Отелям в Нижегородской области предоставят налоговые льготы

Отели Дагестана получают господдержку в виде субсидий

Обнуление НДС для отелей испортило жизнь туроператорам.

Турбизнес: глэмпинги не должны стать отелями. Что обсуждали на первой встрече рабочей группы по развитию экологического туризма.

Кубанские власти выступили с инициативой приравнять глэмпинг к средствам размещения

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

В Москве появится 12 новых гостиниц

Отель Crowne Plaza Moscow – World Trade Centre 5\* анонсировал новое название

Вместо Crowne Plaza в «Парке Хуамин» в Москве откроется гостиница китайской сети Soluxe

Отель Ritz-Carlton в Москве переименовали в The Carlton Moscow

В АФК «Система» опровергли планы по продаже гостиницы «Космос»

Реконструкция московской гостиницы «Люкс» завершится в 2024 году

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

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

Об уходе международных операторов

В России наблюдается дефицит номерного фонда в сфере внутреннего туризма

Ориентиры отельеров сегодня

К 2030 году в России создадут 20 тысяч гостиничных номеров

Гостиничный рынок Петербурга подает признаки жизни

МТС на «Броневице»: что он скажет рынку?

Сервис организации командировок купил систему бронирования отелей

Калининград недосчитался туристов и снижает цены

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

AZIMUT Hotels инвестирует более 300 млн рублей в санаторное направление  
Hilton оказалась от проекта на территории тюменского аэропорта Рощино  
Kempinski Hotels покидает Санкт-Петербург  
Отель «Марриотт» в Новосибирске меняет название

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

Интервью с юристом: как отелю правильно заключить договор оказания гостиничных услуг

Воронежские гостиницы Ramada Plaza и «Арт-отель» проверят на преднамеренное банкротство

Мировое соглашение с кредиторами позволит открыть отель «Сочи-Плаза» в 2023 году

#### **5. Гостиничный рынок за рубежом**

Отели для удаленщиков: приживется ли тренд в России

В Таиланде обсуждают возможность двойного ценообразования в отелях. Что думает об этом сам турбизнес?

Ассор откроет три отеля премиум класса в Узбекистане

Грузия: в 2019 году я вычеркнул глэмпинг, но... на следующий день я им занялся

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

Рейтинг крупнейших российских городов по развитию отельного бизнеса

«Умная гостиница»: многослойный свет должен быть в каждом номере

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**

### **Поддержка или недострой: как спасти инвестпроекты в туризме?**

Мнение вице-президента Федерации рестораторов и отельеров Вадима Прасова.

Многие инвестпроекты в сфере туристической индустрии, находящиеся на той или иной стадии реализации, столкнулись с серьезными трудностями на фоне экономической неопределенности и западных санкций. При этом российские власти не раз декларировали готовность поддерживать темпы строительства объектов размещения.

Как не позволить крупным инвестпроектам в туризме стать долгостроями? И как помочь инвесторам нивелировать риски, связанные с резким ростом сметной стоимости? Об этом рассуждает вице-президент Федерации рестораторов и отельеров *Вадим Прасов*.

«Средний срок реализации гостиничного проекта составляет около трех лет, и понятно, что все те, кто начал строительство до февраля текущего года, в той или иной степени столкнулись с трудностями. Причем речь идет именно о запущенных в работу, находящихся в той стадии реализации, когда уже нельзя просто взять и все остановить.

Естественно, что первый месяц сопровождался состоянием полной неопределенности еще и на фоне резкого ослабления рубля. Кто-то из инвесторов фиксировал подорожание, допустим, материалов и оборудования, кто-то наоборот ставил свой проект на паузу, понимая, что проще подождать, кто-то вообще оказывался в безвыходной ситуации и просто отказывался от продолжения работы или откладывал ее на более далекую перспективу.

По большому счету, мы и сейчас находимся в середине процесса: два-три месяца не могут существенно повлиять на историю жизнедеятельности даже отдельно взятого проекта.

Что касается укрепления рубля в текущей перспективе, то пока это также не приносит инвесторам каких-то существенных преимуществ: многие поставщики перестраховываются и добавляют к своим ценам от 10 до 15% относительно официального курса ЦБ на дату платежа. Кроме того, удлинилась и подорожала логистика, и это явление присутствует уже более двух лет. Тем не менее, выравнивание курса в той или иной степени позволило продолжить реализацию многих проектов и сохранить присутствие ряда инвесторов.

Можно ли ускорить реализацию таких проектов — вопрос непростой. На мой взгляд, неплохим стимулом могли бы стать гранты на капитальные объекты со стороны государства, например, Ростуризма. Понятно, что это должно быть системное решение: к примеру, если вы строите отель и запускаете его, например, в 2022 году или в другой определенный властями период, то при получении категории три звезды вам выделяется, допустим, полтора миллиона на номер, и далее — с увеличением суммы грантов за номер в зависимости от звездности объекта.

Это очень условная цифра, но главное, чтобы инвестор понимал, что даже при увеличении инвестиционного бюджета он за счет этого гранта может получить живые деньги, улучшить экономику проекта и снизить влияние возросших издержек. Кроме того, у инвестора будет стимул открыться быстрее.

Вероятно, кардинального ускорения не произойдет, поскольку на рынке еще возможен дефицит строительных мощностей, и это тоже может повлиять на проектную смету. Тем не менее, для инвесторов такое решение дало бы позитивный

сигнал, что власти готовы оказывать содействие в реализации проектов, а это сейчас особенно важно».

[https://profi.travel/news/55509/details?utm\\_source=profi\\_travel&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=dailynewsletter\\_22182\\_050722](https://profi.travel/news/55509/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_22182_050722)

### **Отелям в Нижегородской области предоставят налоговые льготы**

Ставку налога на имущество для организаций туристической сферы Нижегородской области понизят до 1%.

Это коснется предприятий гостиничного бизнеса, зоопарков, парков культуры и других заведений в сфере культуры, которые понесли экономические потери.

Проект изменений в закон «О налоге на имущество организаций» обсуждался 14 июля на внеочередном заседании комитета Заксобрания региона по бюджету и налогам, сообщили в региональном парламенте.

Законопроект предусматривает предоставление налоговых льгот при соблюдении ряда условий.

Организациям окажут помощь, если их выручка за отчетный (налоговый) период снизилась более чем на 20%. При этом сокращение численности работающих не должно превышать 10% по сравнению с данными на 1 января 2022 года.

<https://hoteliernews.ru/otelyam-v-nizhegorodskoy-oblasti-predostavyat-nalogovye-lgoty>

### **Отели Дагестана получают господдержку в виде субсидий**

Субсидии гостиницам на возмещение части затрат на работу по классификации предоставит Министерство по туризму и народным художественным промыслам РД в 2022 году. Об этом информагентству сообщили в пресс-службе ведомства.

Такая мера поддержки регионального гостиничного бизнеса послужит стимулом для прохождения классификации в соответствии с действующим законодательством, а также повысит качество предоставляемых услуг.

Напомним, что положение об обязательной классификации всех гостиниц, гарантирующее уровень и качество сервиса, а также безопасность размещения постояльцев вступило в силу в январе прошлого года.

25 мая состоялось открытие первой гостиницы сети AZIMUT Hotels в Дагестане

<https://hoteliernews.ru/oteli-dagestana-poluchat-gospodderzhku-v-vidе-subsidiy>

### **Обнуление НДС для отелей испортило жизнь туроператорам.**

Осенью Комитет Госдумы по туризму оценит результаты этой меры поддержки и рассмотрит вопрос о ее расширении.

Осенью 2022 года будет проведена оценка результатов введенного нулевого НДС для отелей, а после — рассмотрен вопрос о расширении льгот, о котором просят представители туристической индустрии. Об этом рассказал председатель Комитета Госдумы по туризму и развитию туристической инфраструктуры Сангаджи Тарбаев на пресс-конференции в МИА «Россия Сегодня» в конце прошлой недели.

Он назвал меру беспрецедентной и пояснил, что такого уровня ставки действуют во всех странах, где внимательно относятся к туризму. «Поэтому мы будем изучать результаты введения этой меры. Возможно, осенью проведем еще несколько предварительных мероприятий по изучению цифр, потому что к нам

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

поступают обращения от турбизнеса, который просит дополнить эту меру льготами», — отметил Тарбаев.

К запущенной мере поддержки для отельеров, действительно, масса вопросов. Сами представители индустрии гостеприимства считают, что помощь гостиницам вышла половинчатой, поскольку коснулась только стоимости проживания, при этом питание и дополнительные услуги в отеле продолжают облагаться налогом на добавленную стоимость. Об этом, в частности, говорил Алексей Мусакин, вице-президент Российской гостиничной ассоциации и управляющий партнер Cronwell Hotels & Resorts на заседании Комиссии РСПП по туристской индустрии: «Это мало помогает загородным и курортным отелям, в выручке которых услуги размещения составляют 45%, да еще с затратами на ведение отдельного учета».

Что касается туроператоров, то они и вовсе оказались заложниками ситуации: являясь плательщиками НДС и не имея теперь возможности зачесть входящий налог, они вынуждены просить отели о предоставлении 20% скидки, чтобы компенсировать свои затраты на его уплату. Разумеется, далеко не все объекты размещения готовы пойти на эти условия.

При этом основная сложность для туроператоров заключается в том, что они платят, по сути, не НДС, а оборотный налог, что при ставке 20% лишает их рентабельности. «Это большая проблема, особенно в контексте работы по расширению географии поездок, организации чартерных маршрутов, — отметил Илья Уманский, директор туроператора „Алеан“, председатель Комиссии РСТ по внутреннему туризму. — При формировании комплексного турпродукта туроператоры вынуждены платить оборотный НДС — 20% именно, как оборотный налог, а не со своего дохода. При таком уровне налога деятельность компаний становится нерентабельной. Обнуление НДС для отелей усугубило эту проблему для туроператоров, что подталкивает их либо к дроблению бизнеса и переходу на упрощенную систему налогообложения, либо к дроблению турпродукта и переходу на агентскую форму работы, что противоречит действующему законодательству».

Решением этой проблемы, по мнению Уманского, было бы включение туроператорской деятельности в ст. 149 Налогового кодекса РФ, что позволит включить ее состав тех, что не облагаются НДС.

О том же говорит генеральный директор компании «Интурист» Виктор Тополкараев: «Получается, что мера, которая вводилась для повышения доступности стоимости услуг для конечного потребителя, наоборот приводит к удорожанию». Он подчеркнул, что от НДС необходимо освободить туроператоров не только в сфере внутреннего, но и въездного туризма.

«В структуре себестоимости турпродукта по внутреннему продукту НДС в два раза больше, чем та прибыль, которую мы получаем, в том числе при реализации чартерных программ, — считает заместитель генерального директора по взаимодействию с органами власти и коммуникациям туроператора FUN&SUN Александр Сирченко. — То есть работа по внутреннему туризму убыточна».

[https://profi.travel/news/55558/details?utm\\_source=profi\\_travel&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=dailynewsletter\\_22278\\_120722](https://profi.travel/news/55558/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_22278_120722)

### **Турбизнес: глэмпинги не должны стать отелями. Что обсуждали на первой встрече рабочей группы по развитию экологического туризма.**

В Госдуме состоялось первое заседание созданной еще в феврале рабочей группы по развитию экологического туризма при Комитете ГД по туризму и развитию туристической инфраструктуры. Ее руководителем назначен депутат Госдумы Сергей Кривоносов, а в состав вошли депутаты ГД, представитель АО «Корпорация Туризм.РФ», федеральных органов исполнительной власти и бизнеса.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

Как рассказали Profi.Travel участники заседания 5 июля, речь на первой встрече шла о создании понятийного аппарата по экотуризму и закреплению его на законодательном уровне. По мнению участников группы, без этой базы невозможно создать условия для развития инфраструктуры в локациях, которые отвечают запросам путешественников, увлекающихся экотуризмом.

Одним из острых вопросов, по словам присутствующих на заседании, стало обсуждение определения глэмпингов, которые было предложено отнести к категории эко-отелей. Однако в таком случае эти легковозводимые объекты нельзя будет размещать на территории национальных заповедников, ООПТ и так далее. Поэтому идея встретила сопротивление турбизнеса.

Обсуждались также классификация глэмпингов, разработка стандартов и ГОСТов по их созданию и функционированию. «Следуя за трендами и тенденциями турист, приезжая на место отдыха в кемпинг, сталкивается не с тем, на что рассчитывал, — говорит президент ОСИГ Алексей Волков. — Например, с открытым огнём в геокуполах или палатками без комфортных условий. Поэтому очень важно урегулировать понятийный аппарат для чёткого определения условий проживания в кемпингах и глэмпингах, включить понятие быстровозводимых, модульных зданий для того, чтобы потребителю было понятно, на какие услуги он может рассчитывать, а государство, в свою очередь, могло контролировать расход бюджетных средств на развитие данной инфраструктуры, которые выделяются через гранты Минсельхоза, Ростуризма и других ведомств».

«ГОСТы уже написаны, сейчас их рассматривает Ростуризм, вносит свои правки. Пока неизвестно, сколько времени на это потребуется, но тем не менее основная работа уже проведена, с нуля создавать ничего не придется», — рассказал информированный источник Profi.Travel.

Что же касается классификации глэмпингов, то представители бизнеса призывают подходить к этому вопросу очень вдумчиво. «С одной стороны, безусловно, классификация не позволит создавать проекты, которые на деле окажутся недостойны называться глэмпингами. С другой, это повлечет за собой создание контролирующих органов, а значит — и риски зарегулированности и, конечно, финансовой нагрузки, которая в этой сфере может оказаться губительной для бизнеса. То есть к этому нужно подойти со всей ответственностью, рассмотреть вопрос со всех сторон, учесть мнение предпринимателей», — заключил собеседник издания.

[https://profi.travel/news/55520/details?utm\\_source=profi\\_travel&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=dailynewsletter\\_22205\\_060722](https://profi.travel/news/55520/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_22205_060722)

### **Кубанские власти выступили с инициативой приравнять глэмпинг к средствам размещения**

Министерство курортов, туризма и олимпийского наследия Кубани выступило с законодательной инициативой по приравниванию глэмпинга к средствам размещения.

По мнению врио министра Михаила Зарицкого, этот вид экологического туризма никак законодательно не регламентирован. Сейчас Краснодарский край на третьем месте по числу глэмпингов в стране, после Московской и Ленинградской областей. Представители рынка считают, что под глэмпинги нужно законодательно отвести земли нацпарков и другие рекреационные зоны, а также разрешить арендовать участки без торгов.

Врио министра курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края Михаил Зарицкий во время видеосовещания в Госдуме заявил о необходимости

законодательно приравнять глэмпинги к средствам размещения. Также он предложил скорректировать термин «экологический отель».

По словам господина Зарицкого, глэмпинги нельзя приравнять к гостиницам, так как это площадки с некапитальными постройками. Он добавил, что важно определить четкие критерии отнесения объектов к глэмпингам и закрепить требования к оказанию такого вида услуг.

<https://hoteliernews.ru/kubanskie-vlasti-vystupili-s-initsiativoy-priravnyat-glemping-k-sredstvam-razmescheniya>

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

### **В Москве появится 12 новых гостиниц**

«Масштабный проект Москвы по преобразованию заброшенных территорий «Индустриальные кварталы» предполагает создание полноценной городской среды с необходимым количеством жилья, рабочих мест, социальных объектов и зон отдыха на месте бывших промзон и других неэффективно используемых участков. На данный момент город определил более 150 территорий общей площадью почти две тысячи гектаров, которые будут реорганизованы по проекту. На 12 участках планируется построить гостиницы», – сообщил заместитель мэра Москвы по вопросам экономической политики и имущественно-земельных отношений Владимир Ефимов.

«В индустриальных кварталах на северо-востоке Москвы появятся три гостиницы, площадь каждой из которых составит 10–15 тысяч квадратных метров. По две гостиницы возведут на севере, востоке, юго-востоке и юге города. Их площадь варьируется от 10 до 17 тысяч квадратных метров. Еще одна гостиница будет находиться на юго-западе столицы, ее площадь составит 15 тысяч квадратных метров», – отметил руководитель департамента городского имущества города Москвы Максим Гаман.

<https://hoteliernews.ru/v-moskve-poyavitsya-12-novyh-gostinits>

### **Отель Crowne Plaza Moscow – World Trade Centre 5\* анонсировал новое название**

Самый большой пятизвездочный отель Москвы, являющийся частью Центра международной торговли, представил рынку новое название – теперь он называется Plaza Garden Moscow WTC.

Знаменитый бизнес-отель расположен в центре Москвы, на Краснопресненской набережной, и окружен историческим садово-парковым ландшафтом, включая уникальные пруды, каналы и аллеи нескольких парков, которые в любое время года служат прекрасным местом для прогулки и украшают виды из панорамных окон отеля. Территория комплекса ЦМТ гармонично дополняет пейзаж фонтанами, клумбами и зелеными насаждениями, и внутри комплекса имеются зеленые оазисы, включая, например, японский дворик. В интерьерах двух зданий отеля уже реализованы «живые» зеленые стены, деревья и цветы, а также сезонные цветочные композиции.

Генеральный менеджер Елена Борисова: «Новое название нашего отеля отражает концепцию цветущего пространства в бизнес-сердце столицы. Мы будем прикладывать дополнительные усилия к тому, чтобы с точки зрения инфраструктуры и предлагаемых услуг клиенты видели в Plaza Garden Moscow WTC цветущий сад. Мы по-прежнему гарантируем путешественнику комфортный отдых и восстановление сил после познавательной конференции, полной встреч выставки, эмоциональной свадьбы или насыщенной экскурсии. Стандарты международного уровня, безусловно, сохраняются, а наше развитие получает новый вектор и возможности. Особое внимание наш отель всегда уделял эко-инициативам и благотворительным проектам, и я уверена, что обновленное название даст свежее видение и данному направлению».

С 1 июля 2022 отель Crowne Plaza Moscow WTC перестал быть частью сети отелей IHG Hotels & Resorts и продолжил работать как отель 5\* в составе Центра международной торговли Москвы.

\* Другой московский отель, работавший под брендом Crowne Plaza - «Crowne Plaza Москва-Третьяковская», в связи с расторжением договора коммерческой концессии, вернул себе прежнее название – Отель «Аквамарин» Москва

<https://welcometimes.ru/news/otel-crowne-plaza-moscow-world-trade-centre-5-anonsiroval-novoe-nazvanie>

### **Вместо Crowne Plaza в «Парке Хуамин» в Москве откроется гостиница китайской сети Soluxe**

Гостиница в бизнес-центре «Парк Хуамин» на ул. Вильгельма Пика откроется под брендом китайской сети Soluxe и будет называться Soluxe Hotel Moscow. Ранее там был запланирован отель Crowne Plaza, однако IHG недавно приняла решение уйти из России.

Для Soluxe это первый проект в России. Отели сети представлены в основном в Китае.

<https://hoteliernews.ru/v-moskve-otkroetsya-gostinitsa-kitayskoy-seti-soluxe>

### **Отель Ritz-Carlton в Москве переименовали в The Carlton Moscow**

Отель The Ritz-Carlton in Moscow на Тверской улице переименовали в The Carlton Moscow 5\*, сообщили в отеле. Отель будет работать независимо от международной сети гостиниц класса люкс Ritz-Carlton Hotel Company, дочерней компании гостиничного холдинга Marriott International.

На «Яндекс.Картах» уже изменили название отеля. Название новой управляющей компании не раскрывается.

Ранее мы сообщали, что отели Four Seasons в Москве и Петербурге продолжают работать под прежним названием

<https://hoteliernews.ru/otel-ritz-carlton-v-moskve-pereimenovali-v-the-carlton-moscow>

### **В АФК «Система» опровергли планы по продаже гостиницы «Космос»**

Telegram-канал «Новости Москвы» сообщал, что здание гостиницы «Космос» могут продать за 1,6 млрд руб. Канал опубликовал рендеры, согласно которым на месте гостиницы могут построить жилой комплекс.

АФК «Система» заявила, что не намерена продавать гостиницу «Космос» на ВДНХ. «Космосом» владеет гостиничная компания Cosmos Hotel Group (принадлежит АФК).

«Это не соответствует действительности»,— заявили в АФК «Система».

<https://hoteliernews.ru/v-afk-sistema-oprovergli-plany-po-prodazhe-gostinitsy-kosmos>

### **Реконструкция московской гостиницы «Люкс» завершится в 2024 году**

Здание гостиницы «Люкс», расположенное на Тверской улице, будет восстановлено и отреставрировано в 2024 году. Об этом 28 июня сообщил руководитель Департамента культурного наследия города Москвы Алексей Емельянов на пресс-показе археологических находок весенне-летнего сезона.

«По адресу Тверская, дом 10 сейчас идет реконструкция бывшей гостиницы «Люкс». В ходе работ специалисты восстановят здание, сохранив его исторический

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

облик. Реставрацию планируется завершить в 2024 году», — пояснил глава Мосгорнаследия.

Алексей Емельянов отметил, что параллельно по этому же адресу ведутся раскопки. С марта археологи обнаружили здесь около 350 индивидуальных находок:

«Порядка 350 индивидуальных артефактов и более 20 тысяч предметов было найдено специалистами на территории гостиницы «Люкс» и булочной Филиппова. В их числе блюдо, чайная ложка, монеты, кольца, фигурки животных и печные изразцы».

<https://hoteliernews.ru/rekonstruktsiya-moskovskoy-gostinitsy-lyuks-zavershitsya-v-2024-godu>

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

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

##### **Об уходе международных операторов**

На прошлой неделе заявила об окончательном уходе из России корпорация Marriott International. Теперь она не просто не будет открывать новые отели, а снимет свои вывески и отключит от систем уже действующие. Практически наверняка следом об уходе заявят американская Hilton и британская IHG. Последуют ли за ними другие крупные сети, скоро увидим. При этом, конечно, видно, что уходить никто не хочет - сначала приостановили развитие и только через почти три месяца объявили, что все же уходят окончательно. Это понятно - столько работы проделано, ресурсов затрачено, отношений с локальными инвесторами выстроено, души и сердца конкретных людей вложены. Но уходить все-таки вынуждены.

##### **ПОЧЕМУ ОНИ УХОДЯТ?**

Официальная версия – на гостиничных операторов давят правительства их стран с целью присоединиться к санкциям против России. Безусловно, это весомый, но, отнюдь, не единственный фактор – вот мой личный список причин:

1. Санкции, конечно, ключевая причина. Не может работать, скажем, американская корпорация с громким именем на рынке, которому объявлен глобальный бойкот, в первую очередь, ее же собственной страной. Это, как минимум, странно, и не понятно ни для кого. Теперь же все логично.

2. Токсичность рынка. Не будет глобальная корпорация жертвовать своей репутацией. Она не может одновременно работать в стране, которую большинство стран мира считают агрессором, и в стране, которая является жертвой. Или в странах, которые резко выступают против военных действий. Нужно делать свой выбор. Вот они и делают.

3. Отзыв лицензий на гостиничное ПО, работающее в России, со стороны IT-производителей. Как может работать сеть в стране, где не будут работать системы бронирования, PMS-системы, глючить интеграции и т. п? В современном мире, особенно у глобальных игроков, все автоматизировано (системы бронирования, лояльности и тп) - отберете IT-начинку и все рассыплется. То есть здесь и техническая причина.

4. Непривлекательность рынка. Там, где нет иностранных туристов, откуда одна за другой уходят международные корпорации, а, значит, не будет потока командировочных, крупных международных форумов и событий, а внутренний рынок крайне слаб с точки зрения своей платежеспособности, экономического смысла работать нет. И никакие международные сети на подобных рынках не нужны. И обычно именно на таких рынках и не работают.

5. Для международных корпораций мир не обрушится. Рынок России всегда был для них, безусловно, перспективным, но отнюдь, не значимым в смысле доли бизнеса. Единицы, а то и десятые доли процентов от глобальных заработков. Так что не нужно думать, что стоимость акций этих компаний завтра обрушится, а в их

отчетах за 2022 и последующие годы мы увидим резкое падение доходов и прибыли. Не увидим.

Если обобщить причины, то...

...Текущие риски сохранения рынка и получения репутационных и других издержек для международных сетей значительно превышают возможную выгоду в будущем.

Отсюда и решение об уходе – все логично и понятно. Странно, если бы было наоборот.

### ШАНС ИЛИ БЕЗ ШАНСОВ?

Ну ладно, эти уходят, а с чем мы остаемся?

*Во-первых*, сами отели и их здания никуда не денутся - они сетям не принадлежат. Просто не будет вывески Marriott, не будет подключена система бронирования, не будет постоянных лояльных гостей, вместо глобальных сайтов начнут работать локальные, вместо привычных глобальных поставщиков - от мебели до салфеток и продуктов - китайские или местные. В общем, сами отели-то будут, но это будут уже другие отели – это надо понимать. Хуже или лучше – не до конца понятно, но другие – точно. Кстати, где-то в этих зданиях и отели могут уже не быть - собственники решат, что рынок и ситуация слишком изменились, чтобы продолжать продавать здесь номера. Будут сдавать в аренду офисы, склады или еще что-то - этот сценарий совсем нельзя исключать.

*Во-вторых*, мы останемся со своими отечественными игроками, в отношении которых только ленивый не называет нынешнюю ситуацию шансом. Но тут важны детали. Кто эти игроки? Какие у них возможности? Что они могут предложить рынку? Надо сказать, что свои игроки у нас, действительно, есть и их немало, но все они очень и очень разные. И почти никто не может конкурировать с моделью бизнеса международных игроков.

Так, с одной стороны, есть операторы, имеющие сеть отелей под своим брендом, которые, и являющиеся активом в портфеле крупных холдинговых структур. По сути, это 3-4 достаточно крупных и заметных игрока. Но сравнивать их с уходящими международными операторами я бы не стал. Дело в том, что

Бизнес этих компаний вынуждено возник в эпоху передела собственности, укрепился за счет расширения дачных резиденций для первых лиц, и только потом оброс бизнес-стратегиями и компетенциями. Долгое время эти 'операторы' решали исключительно имущественные задачи холдинговых структур в отношении своих объектов – ни о какой модели схожей с международными игроками речи не шло.

И только в последние 3-5 лет об этом заговорили с разной степенью успешности в реализации на практике.

С другой стороны, есть большое количество управляющих компаний, у которых нет сетевого продукта, нет собственных отелей, нет бренда, но которые помогают решать задачи управления собственникам объектов. Как правило, такие компании работают на среднего размера объектах во второстепенных локациях. Подойдут ли они собственнику объекта, откуда ушел международный игрок, смогут ли закрыть круг стоящих перед ним задач, при этом параллельно решая уже внутреннюю задачу своего быстрого масштабирования, большой вопрос...

В общем, с одной стороны, шансы у отечественных игроков, безусловно, есть, с другой стороны, в каком-то смысле без шансов... Понятно одно – полноценной и быстрой замены выбывающих международных игроков отечественными нет и в ближайшем будущем не будет. Ведь чем ценны международные игроки? Стандарты, опыт - все понятно, но даже это не главное. Дело в том, что

Любой собственник отеля, подписывая контракт, как правило, понимает, что этим решением он уже обеспечивает объекту (в зависимости от его параметров) условно 20%-30%-40% загрузки, а также премиум цену при продаже бизнеса.

Могут ли отечественные игроки обещать это отечественному собственнику отеля? Сейчас? Точно нет. В будущем? Поживем – увидим.

*В-третьих*, вот помяните мое слово – не успеет закончиться 2022 год, а у нас появится какая-нибудь госкорпорация РосОтели. У нас же так всегда делают. Сначала возьмут под крыло ведомственные и федерально значимые объекты, потом, глядишь, и на открытый рынок выйдут. Мои личные фавориты для старта развития этого проекта – ГК ВТБ и СБЕР. А что? Собственные отели есть, прокредитованные и перспективно проблемные тоже, компетенции, в целом, собраны, бренды на рынке известные, возможности корпораций – по сути, не ограничены, к власти близки – как говорится, сам Бог велел. Другой вопрос, нужно ли это самим структурам, но ведь если скажут делать – будут делать.

## ПЕРЕЗАГРУЗКА МАТРИЦЫ

Понятно, что гостиничный рынок уже не будет прежним – прежняя версия изжила себя, скоплено значительное количество «багов», стабильность системы обрушена, хорошая работа невозможна. Если угодно, требуется ПЕРЕЗАГРУЗКА МАТРИЦЫ. Сейчас уже понятно, что жизнь отрасли с участием иностранных участников была псевдовселенной – хотим мы этого или нет, она уходит в прошлое.

Нужно взять опыт из этого прошлого и применить его в настоящей жизни отрасли своими собственными силами. То есть изменить матрицу. Надо понять, что завтра не будет как сегодня и тем более как вчера –

Важно иметь не стабильность во всём, а пластичность в подходе к решению ситуаций, восприятию условий рынка и ведению бизнеса.

На рынке победит тот, кто сумеет быстро перестроиться, при этом опираясь на то, что уже есть, что умеет, с чем хорошо справляется, кто сможет удержать равновесие, баланс, не уйти в крайность: все плохо или, наоборот, вот сейчас-то заживем. Рискну назвать те ключевые факторы, которые нужны современной национальной сети:

Концентрация компетенций

Ставка на IT-решения

Способность быстро масштабировать свою модель

Поддержка государства

Нам всем вместе необходимо создать **НОВУЮ РЕАЛЬНОСТЬ БИЗНЕСА**, при этом осознать, что правила игры должен определять не кто-то, а мы сами. У нас есть не все, но многое для этого – любовь к профессии, делу, история развития, местами даже профессионализм и знание технологий. Вот на этом и будем строить свою новую матрицу.

Автор - к.э.н., отельер, Алексей Волон

<https://www.facebook.com/alexey.volov.16>

## **В России наблюдается дефицит номерного фонда в сфере внутреннего туризма**

Туристы, отправляющиеся как на юг, так и в наиболее популярные направления центральной части России столкнулись с нехваткой номерного фонда. По словам экспертов более или менее доступными еще остаются места для размещения премиум-сегмента и, наоборот, самые бюджетные варианты, не предполагающие каких-либо удобств. А вот путешественники, предпочитающие

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

номера, которые можно оценить по стандартам 3 или 4 звездных гостиниц, столкнулись с дефицитом.

Рост востребованности внутреннего туризма связан как с текущей внешнеполитической обстановкой, так и с экономическими факторами. Например, свою роль сыграли сложности с логистикой и подорожанием авиабилетов, в результате чего некоторые традиционно курортные направления - такие, как Турция - выросли в стоимости в 2 раза. Значительная часть туристического потока сменила направление, выбрав внутренний туризм, и способы проезда, переориентировавшись в первую очередь, на автомобильный транспорт.

По некоторым оценкам, дефицит туристической недвижимости в России составляет около 2 млн кв. м и при сохранении существующих темпов строительства он будет покрыт не раньше, чем через 10-15 лет, однако есть вероятность, что данный срок окажется меньшим. Так заинтересованность в выходе на рынок туристической инфраструктуры, судя по сообщениям СМИ, высказывают ряд крупнейших застройщиков, включая ПИК, ГК «Самолет», «РКС Девелопмент», ГК «Алеан» и другие.

В то же время ряд компаний, которые традиционно занимались туристическим и ивент-бизнесом, открыли отдельное направление по привлечению инвестиций на строительство объектов. К примеру, крупнейший в России этнографический парк-музей «Этномир» с 2006 года развивался только за счет собственных средств от потока туристов и к настоящему моменту предлагает 18 отелей и гостевых домов для размещения. Но в 2021 году компания впервые начала сотрудничать с привлеченными инвесторами и в таком сотрудничестве уже строит комплекс из 178 апартаментов, выполненных в стилистике китайской архитектуры. По словам представителей компании, подобный шаг направлен на ускорение строительства объектов, поскольку уже обеспечен большой поток посетителей парка, порядка 1 млн человек в год, и возникают сложности с их размещением.

«У нас средняя заполняемость летом составляет около 70%, а в выходные все 100%. В том числе за счет частных и корпоративных мероприятий. При этом лето — это хороший показатель, но не главный. У собственников отелей горизонт планирования по году, поэтому мы активно работаем над заполняемостью во все сезоны. Например, за счет праздников и фестивалей, в частности во время празднования Масленицы — это, можно сказать, наша визитная карточка», - поясняет Руслан Байрамов, создатель «Этномира».

Как считают аналитики, на рынке наблюдается нехватка особенно комплексных проектов, где предложены различные форматы размещения (апартаменты, таунхаусы, апарт-отели) с готовой инфраструктурой: SPA, детская развлекательная программа, культурные центры, оборудованные пространства для делового туризма.

<https://welcometimes.ru/opinions/v-rossii-nablyudaetsya-deficit-nomernogo-fonda-v-sfere-vnutrennego-turizma>

## **Ориентиры отельеров сегодня**

Какие тренды формируют рынок сейчас, к чему движется индустрия гостеприимства в России – насущные вопросы обсудили на ежегодном *Форуме по отельному бизнесу и индустрии гостеприимства (Hospitality Industry Forum)*, организованном в Санкт-Петербурге 30 июня деловой ассоциацией Network Северо-Запад, топ-менеджеры российских гостиничных компаний.

Состав участников Форума 2022, собравшихся на этот раз в коворкинге Avenue Page, разительно, радикально отличался от того «ансамбля», что был на Форуме год назад! И это понятно – ситуация на рынке сейчас во многом иная, чем год назад. На

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

Форуме 2021 тон задавали управленцы западных гостиничных брендов, представленных в России (см. репортаж на [Hotelier.pro](http://Hotelier.pro) «Как отвечают на вызов времени гостиничные бренды»).

Тогда гостиничный рынок едва-едва начинал «очухиваться» от пандемийного шторма и темы вертелись вокруг ожидаемого, хотя бы отчасти, восстановления рынка.

«В 2020 году первостепенной задачей было обеспечить бесперебойную работу отелей. И она была достигнута», - сообщал на том форуме Иван Кисеев, директор по развитию в России и СНГ *Marriott International*.

«Мы выполнили и перевыполнили все текущие планы по выручке и доходности благодаря нашему присутствию в Сочи», - рассказывала Мария Знова, старший директор по развитию бизнеса *Radisson Hotel Group*.

«Навигатор движения пока не включен, маршрут не проложен» - высказывал мнение Алексис Фейя, директор по развитию в России, СНГ, Грузии, Украине и Прибалтике *InterContinental Hotels Group*.

И вот ... в 2022 году навигатор был включен, и он показал западным брендам путь на выход. Маршрут для них был построен не такой, как виделось в 2021 году ...

Разумеется, уходят западные бренды из страны не сразу, да и не охотно делают это, да и далеко не все из них говорят России «прощай».

Между тем, какой маршрут для себя видят российские гостиничные компании? В условиях неоднозначной ситуации на рынке. См., например, такие публикации на [Hotelier.pro](http://Hotelier.pro), как «Особенности национального туристического потока» и «Санкт-Петербург после ПМЭФ».

Как видят текущую ситуацию на рынке, на какие тренды намерены ориентироваться отельеры сегодня?

*Анна Борисова, вице-президенту по развитию сети Azimut Hotels Company.*

«Уход сильных западных игроков с российского гостиничного рынка может притормозить инновации на рынке, - высказала мнение эксперт. – А если говорить о ситуации на рынке, то в этом году опять - из-за отсутствия иностранных туристов - недополучат гостей отели Москвы и Санкт-Петербурга».

В целом, у *Azimut* средняя загрузка по стране сейчас даже лучше, чем в 2021 году, поскольку компания всегда делала акцент на внутренний туризм. При этом 80% продаж дает собственный сайт компании. Он, как и программа лояльности, был обновлен.

Проблемы испытывает только объект *Azimut* во Владивостоке, где, как китайцы и японцы ушли, так их отсутствие никто толком и не восполнил.

«Перспективы рынка гостеприимства лежат в апартаментах на курортах и медицинско-оздоровительном направлении», - добавила Анна Борисова.

Минувший ПМЭФ лишь вновь подтвердил - формат мега-форумов себя постепенно изживает. Новый мир требует новых мероприятий – сообщила Елена Рейзентул, генеральный директор ООО «Отель менеджмент», управляющей кластером отелей *Hilton* и *Hampton by Hilton St. Petersburg Exporforum*

Сегодня отели категории 5\* в Санкт-Петербурге мечутся – что лучше: оставлять отель полупустым или снижать цены и разминаться на «простых гостей»? Большинство склоняется к первому варианту – лучше стоять полупустыми и блюсти цены и статус, чем дозагружаться за счет дисконта – рассказала Марианна Нойманн, генеральный директор *Dom Boutique Hotel 5\**.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

«Сегодня совсем другой профиль гостей, - продолжила Марианна. - То, что было нужно 4 млн иностранцам в возрасте 55+, наводнявшим в былые годы Санкт-Петербург в летнем сезоне, совершенно не нужно новым гостям. Новые гости – это россияне. Более 30% гостей приезжают с детьми, с домашними питомцами».

Учитывая детский контингент, в Dom Boutique Hotel 5\*, естественно, изменили меню завтраков – детям нужны не только круассаны. Был создан развернутый детский уголок. Как и в других отелях, закупили детские кровати, столики для кормления малышей.

«Огромный спрос у гостей на семейные номера, смежные номера с соединяющей их дверью». Сейчас отель активно готовится к несезону – скоро открывает спа-зону. Причем, не только для спа-процедур, но и для красивых фотосессий. Важно сегодня отелям иметь «в ассортименте» романтические и свадебные предложения.

«Новой категорией гостей для нас стали «транзитники» – это те гости, что проживали у нас раньше во время своего путешествия в Санкт-Петербург, а теперь проезжают наш город по пути в Карелию, Псков и т. д. и останавливаются у нас на ночь в одну сторону и на ночь на обратном пути», - рассказала еще топ-менеджер.

Таким образом работает формула «Санкт-Петербург – портал для туризма на Северо-Западе» – см. упомянутый выше обзор на Hotelier.pro «Санкт-Петербург после ПМЭФ».

«Мы видим усиление связей между соседними регионами – например, в формате туров выходного дня, - подхватил тему направления турпотоков *Артем Мачульский, директор по развитию управляющей компании UPRO Group (располагающей объектами в Крыму, Анапе, Красной Поляне)*. – При этом мы видим развитие «крафтового» группового туризма – небольшие группы по 8-20 человек, объединенные конкретным интересом».

«Я верю в историю с индивидуальным спортивным туризмом, - продолжил Артем. – Впрочем, со спортсменами работать не просто – у них имеется немало специфических требований. Привлекателен оздоровительный сегмент. При этом для ЗОЖ лучше подходят регионы с умеренным климатом, что открывает перспективы для объектов гостеприимства в средней полосе страны».

«А что касается ухода западных брендов, - добавил спикер, - высвобождается кадровый потенциал. Если в Санкт-Петербурге кадровый голод, то в Крыму ... с кадрами все гораздо хуже».

«Из трех объектов в Крыму мы не расконсервировали два категории 3\* (по 86 номеров), - сообщил *Кирилл Иртюга, генеральный директор компании «Росинвестотель»*

«Локоть поездки для многих москвичей сейчас – 3-4 часа от города. Еду с детьми, едут на машинах в Переславль-Залесский, Ярославль, Муром. Достаточно комфортно доехать на «Ластчоке» до Костромы».

«Наш отель в Смоленске генерил всегда загрузку на уровне 43%, а сейчас она стабильно держится в районе 70% - опять же, в основном, за счет москвичей», - продолжил спикер.

«Большой спрос сегодня со стороны санкура на реновацию объектов, - добавил Кирилл Иртюга. - За последний месяц к нам пришло 12 объектов с запросом на реновацию. Для сравнения, раньше было по 1-2 запроса в месяц. При этом меняется структура поставок оборудования. Потеряли, например, Siemens – главного донора оборудования».

«Многие объекты в Крыму эксплуатировались собственниками без оглядки. Они выжаты как лимоны, до нуля. В этот момент собственник приходит к решению, что мы хотим быть в рынке, давайте делать реновацию, - развил мысль спикер. – Большинство объектов сакура построено в 70-80 годы прошлого века по стандартным проектам. В типовом санатории маленькие комнаты. При их расширении для сохранения объема номерного фонда нужно добавлять этажность или достраивать здания».

*Константин Сторожев, генеральный директор, УК VALO Service, председатель экспертного совета по апартаментам РГУД - единственный из спикеров Hospitality Industry Forum 2022, кто выступал и на форуме 2021 года.*

Тогда Константин отмечал: «Апартаменты показали свою выживаемость, ориентируясь на долгосрочную аренду».

На этот раз эксперт сообщил, что ажиотаж на майских праздниках приблизил посуточные цены на квартиры к ценам в апарт-отелях и гостиницах.

При этом с ноября 2021 цены в отелях и апарт-отелях Санкт-Петербурга сопоставимы, а зимой 2022 посуточные цены на номера в апарт-отелях оказались выше, чем в классических отелях. При этом цены на посуточную аренду квартир, в целом, в два раза ниже, чем стоимость проживания в апарт-отелях и отелях (но май 2022 – исключение!)

Ранее *Евгения Тучкова, заместитель директора департамента консалтинга Nikoliers*, описывала, что в Санкт-Петербурге развивается еще один тренд: классические гостиницы вступают в полноценную конкуренцию с сертифицированными апарт-отелями категории «три и четыре звезды», которые постепенно наращивают долю краткосрочного размещения. Располагаясь в центральных локациях и обладая качественными характеристиками и инфраструктурой, апарт-отели могут быть интересны как индивидуальным туристам, так и туристическим группам. По оценке Nikoliers, к концу 2022 года объем рынка сервисных апарт-отелей Санкт-Петербурга составит более 24 600 юнитов, что сопоставимо с номерным фондом гостиничного предложения города.

«Коллеги отельеры, ждите - летом 2023 года мы придем на рынок еще с новыми 2800 апартаментами», - добавил Константин Сторожев.

Мифы гостиничного франчайзинга развенчивала *Ирина Барбанова, операционный директор IFK Hotel Mangement* (развивающей, в том числе, гостиничную франшизу Smorodina).

Главный миф – достаточно повесить раскрученный бренд и все сразу хорошо пойдет. Во-первых, объект, претендующий на франшизу, должен пройти технический аудит, а потом поддерживать соответствие всем необходимым требованиям.

*Елена Пархотина, директор по развитию УК компании «МТЛ», акцентировала внимание на теме дополнительных заработков отеля.*

Дополнительные доходы отелю может принести: реклама (но не наклейка лифтов рекламой спа-салонов и интернет-провайдеров) / аренда земельного участка (под парковочные места и /или «контейнеры» под кофейни, мини-магазины, салон собачьих стрижек) / кросс-промо / сдача номеров, объекта под фото- и кино съемки.

Увеличению бронирований семей с детьми и повышению среднего чека способствуют специально настраиваемые детские тарифы – рассказала *Василиса Щebet, ведущий специалист по развитию и коммуникации Вnovo.*

«Со времен постоянных дворов, суть гостиничного бизнеса не изменилась, - говорил год назад Алексис Фейя. - Мир потрясли две мировые войны, а гостиничный бизнес – по сути все тот же. Добавилась только необходимость предоставления качественного вайфая». И ... в 2021 году добавилось соблюдение мер, предписываемых властями в отношении регламента эпидемиологической безопасности. И - в 2022 году – добавилось соблюдение протокола западных санкций в отношении России. И ответная реакция рынка на мир «без Европы» и западных брендов.

«Мы говорим о сегодняшних трендах, мы не знаем тренды будущего, - резюмировал *Алексей Макаров, генеральный директор UK Station Hotels (Санкт-Петербург)*. - Сначала отели рассматривались как второй дом, потом пришла концепция минимализма, поскольку гости стремились проводить в номере минимум времени. Сейчас люди поехали в путешествия всей семьей – и им многое что стало нужно от отеля. Слушайте своих гостей, удовлетворяйте их нужды и тогда вы всегда будете в тренде!».

<https://hotelier.pro/news/item/orientiry-otelerov-segodnya/>

### **К 2030 году в России создадут 20 тысяч гостиничных номеров**

Об этом сообщили в аппарате заместителя председателя правительства РФ Дмитрия Чернышенко.

«Корпорацией «Туризм. РФ» сформирован первый пул из 53 проектов, которые позволят создать к 2030 году по всей стране 20 000 номеров. Общий объем финансирования по ним составляет 387 млрд рублей, из них 36,5 млрд – средства корпорации», – говорится в сообщении.

На сегодняшний день по 14 проектам инвесторы уже приступили к проектированию, по шести начата стройка. Первые объекты на 315 номеров планируется ввести в эксплуатацию к концу 2023 года. Кроме того, уже формируется второй пул инвесторов – на рассмотрении в Корпорации находятся еще 29 проектов на 9 тысяч номеров, добавили в аппарате вице-преьера.

<https://hoteliernews.ru/k-2030-godu-v-rossii-sozdadut-20-tysyach-gostinichnyh-номеров>

### **Гостиничный рынок Петербурга подает признаки жизни**

Во II квартале 2022 года гостиничный рынок Санкт-Петербурга показал массовое снижение цен – в среднем на 8% за год. Отели «5 звезд» в апреле-июне подешевели на 4% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, «4 звезды» – на 12%, «3 звезды» – на 13%. Стоимость номеров составила 19,2 тыс. рублей, 7,1 тыс. рублей и 4,4 тыс. рублей, соответственно.

При этом отели «5 звезд» единственные показали позитивную динамику по сравнению с апрелем-июнем 2019 года – цены выросли на 9%. В остальных сегментах падение составило от 7% до 11%.

«Пятизвездочные отели раскрыли плечи и полетели. Как и в Москве, текущие цены опережают тарифы 2019 года, и это радует очень. Средний тариф оказался ниже уровня второго квартала, однако уже совсем скоро тренд изменится в лучшую сторону», – подчеркнула вице-президент Besar Asset Management Ольга Шарыгина.

Всего, по итогам II квартала, на рынке Санкт-Петербурга работает 415 отелей на 31 тыс. номеров – это на 4% больше, чем в январе-марте 2022 года. Увеличение числа действующих проектов произошло в связи с возобновлением работы отелей

Sokos и открытием двух новых объектов – Kostas 4\* на 136 номеров и Оболенский 4\* на 49 номеров.

Число проектов под международными брендами не изменилось с начала года – на рынке работает 31 отель на 8,3 тыс. номеров. При этом год назад в апреле-июне в городе было открыто 34 отеля на 8,8 тыс. номеров.

<https://welcometimes.ru/news/gostinichnyy-rynok-peterburga-podaet-priznaki-zhizni>

### **МТС на «Броневики»: что он скажет рынку?**

Оператор связи МТС сообщил о закрытии сделки по приобретению сервиса онлайн-бронирования «Броневик». Актив планируется использовать для развития МТС Travel.

Из релиза компании становится понятно, что в сферу деятельности тревел-подразделения будут входить не только услуги по бронированию средств размещения, но и билетов, а также предоставление экскурсионных услуг, аренда транспорта и даже прокат товаров для отдыха. То есть предполагается значительное расширение опций приобретенного сервиса.

Эксперты отмечают, что мобильный оператор, помимо значительных ресурсов, располагает и большими объемами накопленной big data, а также имеет возможность напрямую коммуницировать с миллионами абонентов для продвижения новых услуг. А покупка «Броневика» обеспечит новому игроку прямой контрактинг с 35 тысячами объектов, которые составляют базу сервиса. И это на 6 тысяч больше, чем официально зарегистрированных в России КСР, таким образом, «Броневик» сотрудничает и с частью тех объектов, которые прежде можно было найти в первую очередь на Airbnb – апартаментами, небольшими базами отдыха и гостевыми домами.

«В связи с уходом зарубежных „монстров“ Booking.com и Airbnb освободился большой объем рынка бронирования отелей и апартаментов в РФ, который сейчас разделили локальные игроки, а „Броневик“ входит в топ-3 по объему бронирований, – говорит основатель сообщества Travel Startups Леонид Пустов. – Как показывает мировая практика, успех сервисов бронирования гостиниц в большой степени основывается на выстроенных отношениях с отельерами: невозможно завоевать рынок, будучи перепродавцом контента отельных оптовиков». Поэтому покупку компании, имеющей большую базу прямых контрактов в РФ, эксперт расценивает как грамотную стратегию при развитии сервиса МТС Travel. С другой стороны, очевидно, что поддержка крупной структуры позволит «Броневику» сделать качественный скачок в расширении базы контрактов и развитии ИТ-систем. «Это однозначно win-win история не только для участников сделки, но и для отельеров и конечных пользователей», – считает Пустов.

При этом МТС – актив АФК «Система», которая уже является заметным игроком на рынке гостеприимства, владея Cosmos Hotel Group. Таким образом, результатом сделки станет синергетический эффект, когда все участники усилят позиции друг друга на travel-рынке. «Тут речь идет фактически о выстраивании экосистемы, в которой будет объединен и механизм коммуникации, и финансы (через МТС-банк), и крупный поставщик тревел-контента. Если у этой сделки и есть какие-то риски, то они видятся лишь в том, что нет данных о ее стоимости, поэтому не ясен срок окупаемости. Однако даже этот риск перекрывается нынешними преимуществами „Броневика“, в первую очередь, его сильными позициями в b2b-сегменте», – отметил генеральный директор Cronwell Hotel Management Алексей Мусакин.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

Ряд опрошенных экспертов указывают еще и на тот факт, что текущая ситуация на рынке создает сильные предпосылки для консолидации турбизнеса, в том числе через слияния и поглощения независимых игроков крупными инвесторами. Причем происходит это не только в сегменте бронирования средств размещения, этот тренд глобальнее. И в него, в частности, ложится и недавняя покупка туроператора «Библио-Глобус» аэропортом Шереметьево, а также амбициозные планы по развитию аэропорта Жуковский, которые, по некоторым данным, включают и увеличение доли в авиакомпании Red Wings — одного из крупнейших эксплуатантов воздушных судов Sukhoi Superjet, которые могут продолжать выполнять полеты за рубеж.

Нет сомнений, что в сфере систем бронирования сегодня есть все предпосылки для укрупнения оставшегося в России бизнеса. Именно поэтому МТС, который прежде в сегменте travel проявлял себя в основном в аналитике и продвижении, решил заняться реальной экономикой. А то, что сам «Броневик», находясь в состоянии роста прибыли, (совокупная выручка юриц сервиса за прошлый год составила более полумиллиарда рублей, и это в несколько раз больше, чем за 2020-й), пошел на эту сделку, говорит о многом. Обе компании понимают: сейчас на рынке открылось то окно возможностей, когда, серьезно вложившись в развитие, можно переиграть конкурентов и выйти на новый уровень развития.

«Рынку необходимо заполнить тот вакуум, который образовался после ухода Booking.com, а для появления такого игрока нужны очень серьезные ресурсы, — говорит генеральный директор Onlinetours.ru Константин Победкин. — У МТС есть обширная база, есть коммуникация и есть средства для того, чтобы масштабировать бизнес „Броневика“. Поэтому эта сделка, как минимум, заявка на создание игрока, сопоставимого с Booking.com».

При этом вряд ли МТС будет просто: за эту нишу борется целый ряд игроков: Ostrovok (один из возможных инвесторов — «Аэрофлот», предлагающий покупателям забронировать отели через этот сервис), OneTwoTrip, «Яндекс Путешествия», Сбербанк, а также «Авито» — это лишь краткий список компаний, которые включились в гонку. Конкуренция будет достаточно жесткая, и это, безусловно, пойдет на благо рынку, считает Константин Победкин.

<https://profi.travel/news/55588/details>

## **Сервис организации командировок купил систему бронирования отелей**

Онлайн-сервис для организации командировок Smartway, 51% в котором принадлежит компании «1С», приобрел систему бронирования отелей A&A Business Travel Services Holding. Среди ее активов — сервис онлайн-бронирования жилья Zabroniryi.ru. Об этом сообщили в Smartway.

Сумма сделки составила \$3 млн, еще несколько миллионов долларов A&A может получить до конца 2022 года при выполнении KPI. Детали этих KPI и итоговую сумму доплаты в Smartway не раскрывают. Все сотрудники A&A после завершения сделки останутся работать в компании и займутся развитием агентского направления бизнеса (взаимодействия с тревел-агентствами и IT-решений для агентств), говорят в Smartway. Это направление сохранит операционную независимость.

По данным компании-разработчика софта для управления отелями TravelLine, в апреле-мае 2022 года на Zabroniryi.ru приходилось около 4% всех отельных броней, сервис входил в топ-10 игроков в России по объему бронирований.

<https://hoteliernews.ru/servis-organizatsii-komandirovok-kupil-sistemu-bronirovaniya-oteley>

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

## **Калининград недосчитался туристов и снижает цены**

Туристическая отрасль Калининградской области констатирует снижение числа гостей из других регионов России, но это временно, об этом рассказала директор региональной ассоциации индустрии гостеприимства Ольга Тесленко.

"Этот год заметно отличается от предыдущего, когда из-за пандемии туристический поток к нам в область был очень большим. Сегодня ситуация существенно изменилась. Гости из других регионов России необоснованно опасаются к нам приезжать на фоне политических событий. При этом власти региона активно проводят разъяснительную работу в этом вопросе, объясняя потенциальным туристам, что все у нас спокойно и хорошо", — цитирует Тесленко Интерфакс.

Хотя заполняемость приморских отелей и гостиниц остается довольно высокой, в целом падение туристического потока в области оценивается с начала сезона от 10 до 30%. Об этом говорят данные по покупке сувенирной продукции, по среднему чеку, по заселению, отметила она.

В такой ситуации рынок оперативно реагирует на уменьшение спроса. Никогда квартиры, сдаваемые в аренду туристам, в том же Светлогорске не стоили так дешево, констатировала Тесленко, — сегодня квартира в аренду здесь стоит 2500 рублей в сутки, хотя в прошлом году цена была значительно выше.

Тем не менее в туристической отрасли не паникуют из-за ситуации этого года, понимая, что прошлый сезон был пиковым. Объективная передышка индустрии гостеприимства нужна и полезна. Она позволит увидеть узкие места, нарастить усилия и принять меры, чтобы турист остался доволен при любых ситуациях, отметила директор ассоциации.

"Нам есть куда расти и что поднимать, несмотря на реальные успехи в отрасли. На сегодня в Калининградской области гостям предлагается очень высокое качество гостиничных и других услуг сервиса, в том числе и туристических маршрутов, а также разнообразной гастрономии. Нам предстоит уже сегодня готовиться к новому сезону, развивая все направления этого непростого, но интересного и важного бизнеса", — заключила Тесленко.

<https://welcometimes.ru/news/kaliningrad-nedoschitalsya-turistov-i-snizhaet-ceny>

## **AZIMUT Hotels инвестирует более 300 млн рублей в санаторное направление**

Операционная прибыль группы в 2021 году под управлением AZIMUT в сравнении с 2019 годом выросла почти в 2 раза.

В настоящий момент AZIMUT ведет поэтапную проработку стратегии развития санаторно-курортного направления, аудит номерного фонда и инфраструктурных объектов с экономическими обоснованиями по необходимым изменениям.

"Санатории перешли в состав группы AZIMUT с декабря 2020 года. До этого в 2019 году, который для нас был финансово лучшим в истории, группа AZIMUT показала операционную выручку около 3,9 млрд рублей, а уже в 2021 выручка превысила 4,5 млрд рублей (+600 млн). Операционная прибыль группы в 2021 году под управлением AZIMUT в сравнении с 2019 годом выросла почти в 2 раза", — рассказывает генеральный директор AZIMUT Hotels Максим Бродовский.

Только на реконструкцию и улучшение номерного фонда санаториев, не считая текущий ремонт, в 2022 году AZIMUT планирует потратить более 300 млн

рублей. Предполагается, что в 2023 году инвестиционные расходы превзойдут расходы 2022 года.

“Даже с учётом того, что в санаторном бизнесе есть определенная сезонность, мы планируем, что средняя загрузка санаториев по сети превысит 75% в 2022 году”, — заключил Максим Бродовский.

Крупнейшая российская гостиничная сеть AZIMUT Hotels поставила в приоритет на 2022 год развитие санаторного направления AZIMUT Здоровье. Речь идет о 18 бывших санаториях ОАО “РЖД” — в 2022 году начался ребрендинг 7 из них, который планируется завершить в 2023 году. Это санатории с действующей лечебной базой, которые уже сегодня готовы принимать гостей: AZIMUT Здоровье Аквамарин (Анапа), AZIMUT Здоровье Мыс Видный (Сочи), AZIMUT Здоровье Зеленый Гай (Туапсе), AZIMUT Здоровье Долина Нарзанов Ессентуки, AZIMUT Здоровье Янтарь (Светлогорск), AZIMUT Здоровье Долина Нарзанов Кисловодск, AZIMUT Здоровье Солнечный (Геленджик).

Компания AZIMUT Hotels запустила направление AZIMUT Здоровье на базе бывших санаториев ОАО “РЖД” в таких регионах, как Краснодарский край, Ставрополье, Алтай, Поволжье, Московская и Калининградская области. Сделка по покупке санаториев была закрыта в 2020 году Gleden Invest Group.

Общая площадь санаторных объектов — 100 га. Все санатории располагают действующей широкой лечебной базой и расположены в экологически чистых зонах и природных заповедниках. Часть санаториев расположена в наиболее перспективных регионах внутреннего туризма – Сочи, Кавказские Минеральные Воды и Алтай.

<https://welcometimes.ru/news/azimut-hotels-investiruet-bolee-300-mln-rubley-v-sanatornoe-napravlenie>

## **Hilton оказалась от проекта на территории тюменского аэропорта Рощино**

Гостиничная сеть Hilton отказалась от участия в реализации проекта по строительству гостиницы на территории тюменского аэропорта Рощино. Об этом сообщил гендиректор аэропорта Игорь Лужбин.

Игорь Лужбин рассказал, что проектная документация на строительство гостиницы на 126-130 номеров полностью готова, получено положительное заключение Главгосэкспертизы. Здание будет шестиэтажным, с общей площадью не более 5000 тыс. кв.м. Предположительно, на реализацию проекта потребуется около 860 млн руб.

Сейчас идет работа по поиску нового инвестора.

<https://hoteliernews.ru/hilton-okazalas-ot-proekta-na-territorii-tyumenskogo-aeroporta-roschino>

## **Kempinski Hotels покидает Санкт-Петербург**

Международная сеть Kempinski Hotels с 5 июля отказалась от управления своим единственным отелем в Санкт-Петербурге «Kempinski Мойка 22», который сменил название на «Гранд отель Мойка 22». Это решение не скажется на операционных показателях гостиницы которая, работает в штатном режиме с прежней командой.

Пятизвездочный отель «Kempinski Мойка 22» открылся в 2006 году. Владелец гостиницы на 200 номеров является петербургское ООО «Мойка 22», которое связывают с бывшим совладельцем Балтийского банка Андреем Исаевым.

У Kempinski Hotels в России остается только гостиница «Балчуг» в Москве.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

### **Отель «Марриотт» в Новосибирске меняет название**

5 июля отель «Марриотт» в центре Новосибирска сменил название на «Гранд Автограф Отель Новосибирск».

— Настоящим письмом уведомляем вас о том, что с 04.07.2022 23:59 отель «Новосибирск Марриотт» больше не будет входить в портфолио компании Marriott International и сменит название на «Гранд Автограф Отель Новосибирск» (юридическое лицо ЗАО «Глобус» не меняется), — такое письмо за подписью директора по продажам и маркетингу Эдуарда Прохорова получили партнеры, работающие с отелем. — Все эти изменения не окажут никакого влияния на наше сотрудничество.

Собственник отеля Marriott в Новосибирске, учредитель группы компаний TS Group Александр Бойко также сообщил редакции, что смена бренда не окажет влияние на гостей отеля. По его словам, некоторые вещи будет решать гораздо проще, так как бренд накладывал на отель серьезные ограничения.

Бренд «Гранд Автограф Отель Новосибирск» в 2012 году был рабочим названием отеля и управляющей компании — до того, как он заключил договор с Marriott International. Сейчас все возвращается назад.

<https://hoteliernews.ru/otel-marriott-v-novosibirske-menyaet-nazvanie>

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

##### **Интервью с юристом: как отелю правильно заключить договор оказания гостиничных услуг**

У многих отельеров возникают вопросы, как правильно составить договор с гостем, чтобы соблюсти закон и подстраховаться от конфликтов с недовольными клиентами. На эти и другие вопросы отельеров ответила гостиничный юрист *Анастасия Королева*.

— Анастасия, расскажите, какими нормативными документами регламентируются отношения гостя и отеля?

— Есть общие нормы, которые регулируют гостиничный бизнес. Это Закон о защите прав потребителей и Гражданский кодекс РФ. Гость в рамках этих законов — потребитель, который заказывает услугу, отель — исполнитель, который предоставляет услугу.

Есть также специальные нормы, о которых, к сожалению, некоторые отельеры не знают. Правила предоставления гостиничных услуг должны стать настольной книгой отельера. Они вступили в силу с января 2021 года. Периодически в правила иногда вносят незначительные изменения. Советую всем отельерам ознакомиться с ними.

— Как правильно заключить договор с гостем? Какие виды договоров бывают?

— Договор между гостем и отелем можно заключить тремя способами.

##### Двусторонний договор.

Две стороны — отель и гость — заключают соглашение, в котором обещают выполнить условия сделки. В документе прописывают права и обязанности сторон, условия оплаты и другие положения. Такой договор состоит из нескольких страниц, он длинный и неудобный, как для отельеров, так и для гостей. Я не рекомендую использовать такой формат.

##### Оферта с акцептом.

Оферта — публичная страница на сайте отеля, где перечислены услуги, которые предоставляет объект, и условия проживания. Акцепт — это согласие с условиями договора.

Договор оферты между гостем и отелем считается заключенным, когда отель подтверждает бронирование со своего сайта. Акцепт в таком случае — это подтверждение бронирования.

Потенциальный клиент соглашается с условиями, которые прописаны продавцом публично, — на сайте либо в объявлении. Акцепт — это подтверждение об оказании услуги, согласие с условиями оферты.

##### Конклюдентные действия.

Это любые действия, направленные на приобретение услуги. В нашей ситуации это либо оплата, либо заезд. Зависит от того, что произойдет раньше.

Этот способ существовал давно, но в Правила предоставления гостиничных услуг его внесли в 2021 году. Так, договором может стать карта гостя отеля или подтверждение бронирования. Для этого они должны содержать информацию о сроках проживания, категории номеров, наименование компании, цену и т. д.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

Договор будет считаться заключенным в момент подтверждения бронирования либо заезда.

До того, как конклюдентные действия внесли в Правила предоставления гостиничных услуг, отели могли оштрафовать. В одном из регионов довольно крупный отель принял гостя без заключения договора. Этим случаем заинтересовался Роспотребнадзор, отель оштрафовали. Юристы отеля дошли до Верховного суда, где доказывали, что гостевая карта — это договор. Чтобы избежать разногласий, в Постановление внесли изменения и признали конклюдентные действия, обмен офертой и акцепт фактом заключения договора.

— *Может ли отель отказать гостю в бронировании?*

— Важно помнить, что договор между гостиницей и гостем публичный. Отелеры обязаны заселить к себе любого желающего. Основанием для отказа может быть только отсутствие номеров. Также отель не вправе расторгнуть договор с гостем в одностороннем порядке.

Официально выселить гостя из номера можно только через суд. Конечно, в жизни так никто не делает. Вызывают охранников или полицию, и все сами добровольно расходятся. Насильственное выселение нарушает закон.

— *Как заключить договор с гостем, если он забронировал проживание через каналы?*

— Если гость забронировал жилье в канале, а не на вашем официальном сайте, лучше дополнительно заключить договор с ним. Советую подстраховаться: на всякий случай разработать карту гостя с обязательными условиями проживания, на которой гость оставит свою подпись. Также на ресепшне должна быть папка с правилами проживания в отеле, которую может прочесть любой желающий с улицы.

— *Как правильно оформить правила заезда и выезда? Что делать, если гость нарушает сроки проживания?*

— По правилам, время заезда и выезда нужно обязательно прописать в договоре. Отель не может выселить гостя раньше времени.

Чтобы обезопасить себя от задержавшихся гостей, можно прописать в договоре дополнительную оплату за ранний заезд и поздний выезд. В таких случаях используется смешанная оплата — фиксированная цена за сутки и почасовая за дополнительное время проживания.

Чтобы обезопасить себя от задержавшихся гостей, можно прописать в договоре дополнительную оплату за ранний заезд и поздний выезд

Гостя, который не хочет выезжать из номера, можно лишь попросить доплатить за лишние часы. Но в этом случае вы можете потерять гостя, который планировал заехать следом.

— *Что вы можете посоветовать по составлению договора посуточной аренды?*

— Посуточная аренда — это отдельная история. С 1 октября 2019 года внесли изменения в Жилищный кодекс России, приняли так называемый закон Хованской и запретили оказание гостиничных услуг в жилых домах. Чтобы такие объекты смогли работать, они должны составлять с гостями другой вид договора — договор найма жилого помещения.

В Санкт-Петербурге много отелей, которые находятся в жилом фонде. Внешне они выглядят как обычные отели. У одного из моих клиентов все здание занимает отель и одна жилая квартира, которую не смогли выкупить.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

— *Что делать с гостями, которые хотят вернуть деньги за номер без кондиционера?*

— У каждого отеля есть своя категория звездности. Ее размещают на входе в здание гостиницы либо на официальном сайте. Так гость понимает, какой уровень услуг он сможет получить. Если ваш отель по звездности обязан иметь кондиционер, но по факту его нет, это будет нарушением — несоответствие услуги, заявленной в звездности. В таком случае отель обязан расторгнуть договор и вернуть гостю деньги.

Если у вашего отеля меньше четырех звезд, вы не обязаны иметь кондиционер в номере. Лучше сразу написать об этом в карточке номера на сайте и в модуле бронирования, чтобы гости не разочаровались при заезде.

— *Можно ли при составлении договора ориентироваться на договоры других отелей?*

— Я не советую копировать чужие договоры. Правила размещения, условия проживания и индивидуальные особенности отеля нужно прописывать в договоре. У одних отелей есть водоем, у других — нет. У кого-то можно жить с собаками, у кого-то это запрещено. Условия оплаты могут быть разными.

Я не советую копировать чужие договоры. При составлении договора нужно учитывать правила размещения, условия проживания и индивидуальные особенности вашего отеля

Даже в рамках одного отеля договор с физическими лицами может отличаться от корпоративного договора. Чужие шаблоны могут вам просто не подойти.

— *Может ли отель с гостя запросить штраф на сумму больше, чем за сутки проживания, при отмене брони в последний момент?*

— Некоторые отели в южных регионах прописывают в правилах удержание бóльшей суммы. Это не совсем правовой вариант. По закону можно удерживать с гостя средства только за сутки проживания. Исключения могут быть для юридических лиц, например, туристических агентств.

— *Законно ли применять невозвратный тариф?*

— Если гость отменил бронирование, по закону отель с него может удержать сумму только за первые сутки проживания.

Чтобы получить бóльшую сумму, отели могут попробовать вернуть средства за понесенные отелем расходы. Однако, эти условия нужно прописать в договоре. Если дело дойдет до суда, то отелю нужно будет доказать, что в стоимость номера входят перечисленные расходы. Пока этот вариант крайне редко распространен на практике.

При бронировании гость должен обязательно увидеть условия отмены — сколько он заплатит за простой номера, если отменит бронь.

— *Обязан ли отель вернуть деньги, если гость прожил несколько дней и хочет вернуть средства за оставшийся срок проживания?*

— Да, обязан. Потому что гость с отелем заключает договор на услугу. Заказчик услуги может расторгнуть договор в любой момент. Вы можете удержать только расходы, которые понесли за этот номер. Однако, наличие расходов нужно будет доказать.

— *Может ли отель вести черный список гостей?*

— Это незаконно. Вести закрытый список с персональными данными гостей, тем более делиться ими с другими отельерами, запрещено. За ведение публичного списка предусмотрена уголовная ответственность.

За ведение публичного черного списка гостей грозит уголовная ответственность

Собирать персональные данные можно только для конкретной цели. Например, для заключения договора. К тому же, вы все равно не имеете права отказать гостю из черного списка в бронировании и заселении. Единственная законная причина для отказа — отсутствие свободных номеров.

— *Расскажите о типичных ошибках, которые допускают отельеры при заключении договора с гостями?*

#### Длинные договоры.

Некоторые отели все еще используют длинные договоры. Они неудобные, занимают много времени для ознакомления. Гости могут создать очередь перед стойкой регистрации, читая такой документ.

В правилах проживания есть пункты, которые противоречат закону. Например, в одном отеле был предусмотрен штраф 10 000 рублей за обязательную уборку при курении в номере. Хотя сами номера стоят не более 5 000 за сутки. Гость отказался платить штраф и пожаловался в Роспотребнадзор.

Ошибка отеля в том, что дополнительная уборка расценивается как навязывание услуги. В договоре нужно прописать штраф за курение как расходы на будущую уборку — ионизацию, очистку мебели. Причем сумма штрафа должна быть не больше стоимости номера.

#### Нет договора для юридических лиц.

Рекомендую составить отдельный договор для юридических лиц, так как условия для них другие. Такие договоры могут быть корпоративными и агентскими.

#### Штрафы за негарантированное бронирование.

Некоторые отели берут штрафы за брони без предоплаты. Это незаконно.

#### Отельеры не берут с гостей депозит.

Депозит не обязателен, но запрета на него нет. Если решитесь брать депозит, то в условиях договора нужно обязательно прописать, в каких случаях происходит удержание депозита и когда вы вернете его гостю.

Лучше брать депозит наличными, чтобы сразу отдать деньги гостю при выселении. С карты средства могут возвращаться в течение нескольких дней.

#### Не дают договор на подпись.

Ресепционисты при заселении забывают взять подпись с гостя, которая подтверждает, что он ознакомлен с правилами проживания.

<https://www.travelline.ru/blog/intervyu-s-yuristom-kak-otelyu-zaklyuchit-dogovor-okazaniya-gostinichnykh-uslug/>

### **Воронежские гостиницы Ramada Plaza и «Арт-отель» проверят на преднамеренное банкротство**

В Воронеже планируют проверить на предмет преднамеренного банкротства гостиницы Ramada Plaza и «Арт-отель». Соответствующее заявление было направлено в Арбитражный суд региона.

Стало известно, что представители налоговых органов Воронежской области обратились в Арбитражный суд. Они потребовали проверить на признаки преднамеренного банкротства компанию «Стройсервис», которой принадлежат две

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

пятизвездочные гостиницы — «Арт-отель» и Ramada Plaza. Об этом стало известно из обнародованных документов.

Заседание по этому делу запланировано на начало сентября этого года.

Ранее мы сообщали, что две воронежские пятизвездочные гостиницы выставлены на продажу.

<https://hoteliernews.ru/voronezhskie-gostinitsy-ramada-plaza-i-art-otel-proveryat-na-prednamerennoe-bankrotstvo>

### **Мировое соглашение с кредиторами позволит открыть отель «Сочи-Плаза» в 2023 году**

Арбитражный суд Краснодарского края утвердил мировое соглашение между ООО «Сочи-Плаза» и кредиторами (крупнейший – ВЭБ.РФ). По условиям мирового соглашения, должник предоставит необходимые поручительства и гарантии, полностью погасит требования конкурсных кредиторов и завершит реконструкцию гостиницы в 2023 году. Дополнительные инвестиции на завершение строительства в размере 1,2 млрд руб. предоставит новый инвестор-компания «ФМ- Консалтинг».

«ВЭБ.РФ как крупнейший кредитор поддержал мировое соглашение по «Сочи-Плаза», это важный этап в процедуре финансового оздоровления компании. Приход нового инвестора позволит максимально оперативно завершить реконструкцию гостиницы. В результате «Сочи-Плаза» станет заметным игроком на рынке туристической индустрии региона, создаст новые рабочие места для местных жителей. Принять первых посетителей – жителей Сочи и гостей из других регионов России – новая гостиница должна уже в 2023 года», – сказал управляющий директор ВЭБ.РФ Александр Иванов.

«Сочи-Плаза» расположена в Центральном районе Сочи. Проект предусматривает расширение площадей бывшей гостиницы «Москва», повышение «звёздности», а также создание многофункционального комплекса коммерческой недвижимости. Основные строительные работы в двух корпусах «Сочи-Плаза» завершены, в настоящий момент в комплексе идут отделочные работы и комплектуется номерной фонд.

По итогам реконструкции в эксплуатацию введут гостиницу на 340 номеров. 8,5 тыс. кв. м. арендных площадей (магазины, фитнес-клуб, фудкорт – ведутся переговоры с ведущими российскими рестораторами), на продажу будут выставлены 128 апартаментов.

<https://hoteliernews.ru/otel-sochi-plaza-otkroetsya-v-2023-godu>

## **5. Гостиничный рынок за рубежом**

### **Отели для удаленщиков: приживется ли тренд в России**

Планы на переориентацию гостиниц известного бренда прокомментировали в Федерации рестораторов и отельеров.

Гостиничный бренд Crowne Plaza Hotels & Resorts расширяет планы по строительству отелей для гостей, работающих на удаленке из номера, сообщает 15 июля портал Travel Weekly. Отмечается ли подобный тренд в России?

Как пишет Travel Weekly, спрос на путешествия, сочетающие отдых и работу на удаленке, растет со времен начала пандемии. А самыми популярными направлениями для «работающих туристов» остаются теплые страны и интересные города.

Отельная сеть Crowne Plaza провела исследование среди 2 тыс. британцев, которое показало: две трети (66%) потребителей поколения Z — в возрасте от 18 до 24 лет — предпочитают работать в компании, которая предлагает частые командировки или возможность совмещать деловые поездки с досугом. И половина (51%) миллениалов в возрасте от 25 до 44 лет ответили так же.

Crowne Plaza намерена реагировать на тенденцию — в планах компании на ближайшие три года строительство 107 отелей и ремонт 50% уже имеющихся мощностей (это примерно 200 гостиниц) для обслуживания таких гостей.

В Crowne Plaza есть и наблюдения по собственным объектам: в отелях и на курортах сети выросло количество тех, кто совмещает работу в поездках с отдыхом. В компании уже обсудили концепцию создания пространства и стиля обслуживания, которые удовлетворят потребности именно туристов на удаленке.

Как отмечает Вадим Прасов, вице-президент Федерации рестораторов и отельеров, подобные новости — скорее пиар на публику. Эксперт предположил, что конфигурация номера не предполагает его переоборудования под нужды тех же самых IT-специалистов, а те кто, кто хотел улететь на море и работать оттуда, уже это сделали: «Человеку просто нужен компьютер и розетка для работы, непонятно, о каком спецоснащении идет речь. Были, например, случаи переделки отельных номеров в апартаменты — но это не новый тренд».

В пример Вадим Прасов привел планы создать так называемый кластер для работников IT в Московской области — о них говорили еще в начале пандемии, но эта идея так и не пришла к реализации.

Эксперт считает, что подобные разговоры со стороны отельеров — это зондирование почвы: «Главное получить гостя, расположить его, а удаленщик он или обычный турист, роли не играет».

Другие эксперты соглашаются с ним в том, что учитывая благосостояние населения в России и темпы роста инфляции не так уж много людей могут позволить себе оплачивать проживание в отеле месяцами — скорее они снимут апартаменты.

[https://profi.travel/news/55596/details?utm\\_source=profi\\_travel&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=dailynewsletter\\_22355\\_160722](https://profi.travel/news/55596/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_22355_160722)

### **В Таиланде обсуждают возможность двойного ценообразования в отелях. Что думает об этом сам турбизнес?**

Власти Таиланда обсуждают возможность законодательного введения двойного ценообразования на проживание в отелях страны. В случае принятия инициативы, для иностранных и местных туристов будут официально закреплены

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

два ценника, причем цена для иностранцев может оказаться значительно выше, сообщает Bangkok Post.

Впервые об идее было объявлено в среду 6 июля. Предполагается, что собственникам и управляющим компаниям будет предложено внедрить двухтарифную систему. В соответствии с ней, для иностранных туристов будут устанавливаться цены допандемийного уровня, а для местных жителей будут действовать льготные тарифы.

Владельцы отелей уже выразили серьезную обеспокоенность по поводу таких предложений посчитав их нецелесообразными. Более эффективно, по мнению участников рынка, было бы заняться прямым стимулированием спроса на международных рынках, поскольку рост турпотока сам по себе приводит к росту цен и доходов безо всяких регуляторных новшеств.

«Идея двойного ценообразования непрактична, поскольку цены на номера динамически меняются в зависимости от рыночных условий, — сказала Мариса Суколос Нунбхакди, президент Ассоциации отелей Таиланда. — Каждый отельер хотел бы работать с более высокими тарифами, чтобы получить большую маржу, но это трудно сделать из-за острой конкуренции и избыточного предложения. Операторы должны использовать стратегию ценообразования, чтобы получить денежный поток».

Кроме того, отели и без того регулярно предлагают скидки гражданам Таиланда, особенно после начала пандемии и закрытия границ, добавил Суксит Сувундиткул, президент южного отделения Ассоциации отелей Таиланда. Что касается иностранных гостей, то владельцы отелей не могут просто так поднять цены до уровня 2019 года, поскольку спрос не позволяет ожидать той загрузки.

По словам эксперта, текущие цены на номера на Пхукете, который первым начал принимать туристов, все еще на 30-40% ниже, чем в 2019 году, и полного восстановления в предстоящем высоком сезоне не ожидается. При этом половина отелей на острове вовсе остается закрытой, поскольку турпоток достиг лишь 30% от допандемийного. В провинции Краби, которая открылась для иностранных туристов позднее Пхукета, стоимость номеров в среднем составляет 50% от 2019 года.

Двойное ценообразование отелей грозит Таиланду еще и имиджевыми потерями, говорят участники рынка: туристы вряд ли захотят ехать в страну, где заранее известно о таком к ним отношении. Это дополнительно может осложнить стране конкуренцию с соседними туристическими дестинациями, в первую очередь, Вьетнамом.

Министр туризма и спорта Фипхат Ратчакитпракарн также заявил, что правительство не давало обязательного распоряжения по вопросу двойного ценообразования, но его ведомство заинтересовано в том, чтобы побудить отели менять цены в зависимости от рынка.

Стоит отметить, что тема двойного ценообразования не нова для Таиланда: в стране широко распространена практика двойных ценников. Например, цена на входные билеты в некоторые национальные парки для иностранных туристов зачастую оказывается в десять раз больше, чем для самих тайцев. В Таиланде неоднократно обращали внимание на этот момент, который фактически является дискриминационным, однако на деле с этим никто всерьез не борется.

<https://profi.travel/news/55544/details>

### **Ассор откроет три отеля премиум класса в Узбекистане**

Гостиничная группа «Ассор» откроет в Узбекистане сразу 3 новых отеля премиум класса. Подписанные с группой компании Нурег меморандумы предусматривают ребрендинг независимых отелей, открытие Mövenpick Samarkand в

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

Самарканде и Swissôtel Tashkent в Ташкенте, а также строительство нового отеля Swissôtel Charvak в поселке Навобод Ташкентской области.

Согласно информации, общий номерной фонд трех отелей составит более 500 номеров, а открытие их запланировано уже в ближайшие годы.

«С подписанием трех новых проектов мы не просто значительно укрепляем свои позиции на гостиничном рынке Узбекистана, но и представляем два новых для страны бренда – Swissôtel и Mövenpick, воплощающих элегантную швейцарскую роскошь и традиции гостеприимства. Оценить их по достоинству гости Ташкента и Самарканда смогут уже в следующем году. Мы уверены, что появление новых отелей под узнаваемыми международными брендами станет дополнительным аргументом в пользу поездки в Узбекистан для туристов, ежегодно приезжающих сюда», – отмечает Алексис Деларофф, Генеральный директор Accor New East Europe.

<https://hoteliernews.ru/accor-otkroet-tri-otelya-premium-klassa-v-uzbekistane>

### **Грузия: в 2019 году я вычеркнул глэмпинг, но... на следующий день я им занялся**

В детстве никто не хотел играть с айтишниками, теперь они играют с нами. Ладно, шутки в сторону. Но судите сами – недавно владельцы ряда российских активов в сфере ИТ, включая компанию Awara IT, приобрели сеть отелей, ранее принадлежащих финскому бренду Sokos в Санкт-Петербурге, а это в общей сложности как никак 927 номера.

И вот еще пример - глэмпинг-отель Jewelberry в Грузии создан управляется «айтишниками». Постоянный автор Hotelier.pro Павел Баскаков не мог пойти мимо таких фактов (да что фактов – тренда!) и пригласил Виталия Язвенко, управляющего Jewelberry Glamping Hotel, рассказать свою историю читателям Hotelier.pro

*Павел Баскаков:* Виталий, как вы попали из ИТ в глэмпилеры?

*Виталий Язвенко:* Я айтишник, который любит походы. Мне нужно было иногда выключать телефон на неделю, чтобы перезагрузиться.

С 2006 года я первый раз пошёл в поход на горную реку, с 2008 года уже купил свое оборудование и повёл свою первую группу друзей самостоятельно. Походы - это хобби и моя любовь, не коммерция, мы ходили в походы в свободное время. В год делали несколько походов, преодолевали горные реки 3-4-й категории, тайгу, горы Непала, вулканы Индонезии и т. д. Просто звали в социальные сети тех, кто хотел, скидывались и шли, я готовил все маршруты, а супруга помогала с организацией.

В 2017 мы запустили свой частный бизнес акселератор - внутри ИТ-компании - а в 2018 году меня пригласили помочь запустить большой технопарк. Полностью с нуля его запускали, я отвечал за развитие и привлечение стартапов, поиск инвесторов.

Наша ИТ-компания вела несколько проектов. Один из НЕпрофильных проектов были глэмпинг, домики и мини-отели. Раз в год мы делаем стратегические сессии, где вычеркиваем проекты, и в 2019 году мы вычеркнули глэмпинг, но, когда я уже шел домой, мне позвонил инвестор. Мы встретились с ним у дома в кафе, а уже на следующий день он перевел деньги в проект глэмпинга. Тогда я принял решение полностью посвятить себя глэмпингам, так как это моё хобби - я люблю путешествия и бизнес, а опыт в финансах, инвестициях и управлении бизнесами у меня был.

*Павел Баскаков:* И вы отправились с проектом в Грузию?

**Виталий Язвенко:** Не сразу. Мы хотели делать проект в России. Но столкнулись с бюрократией в получении земли, потеряли год и решили попробовать себя за границей. В итоге мы открыли наш первый глэмпинг в Грузии.

**Павел Баскаков:** Что из себя представляет ваш проект?

**Виталий Язвенко:** Он расположен в 9 км от древнего города Мцхета, в 30 минутах езды от Тбилиси. В данный момент на локации стоит 10 домиков, а также - лаунж, бочки, сауна.

К услугам гостей 3 купола эконо, 3 стандартных купола с беседкой, 3 премиальных купола с горячей бочкой и 1 большой купол с сауной.

Сейчас мы развиваем проект. План – добавить 35 номеров, спа-центр, бассейн и искусственный пляж. Выйти на выручку за год в \$1 500 000.



**Павел Баскаков:** Кто гости вашего глэмпинга?

**Виталий Язвенко:** В основном, это иностранцы, Саудовская Аравия – 15%, США – 5%, ОАЭ – 4%. Из России – тоже 4%. На саму Грузию приходится 17% гостей.

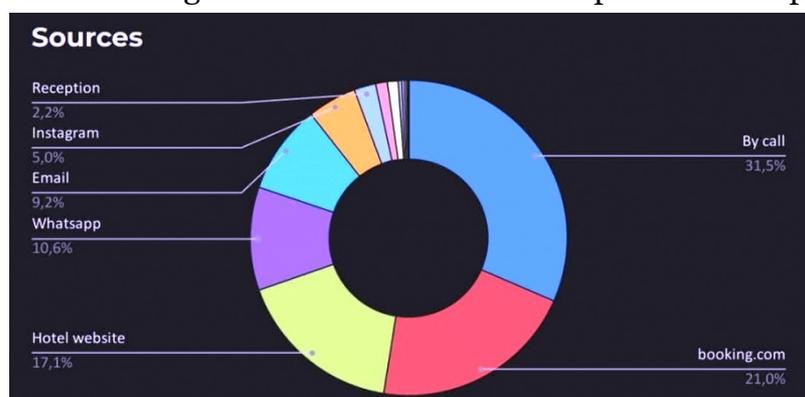
**Павел Баскаков:** На сколько ночей к вам приезжают гости? Что мотивирует их поехать к вам?

**Виталий Язвенко:** Средняя продолжительность пребывания - 2 дня. Главным образом, к нам едут за релаксом в тишине или романтикой. Мы не раз входили в списки лучших глэмпингов и наиболее бронируемых глэмпингов на Booking, а также в топ-10 мест, которые обязательно нужно посетить в Грузии. Многие гости даже требуют у агентств включить нас в их программу. Кроме того, к нам едут на свадьбы, причём из других стран даже, на дни рождения, девичники и т. д.

**Павел Баскаков:** Как гости находят вас или вы находите их? Какие каналы продвижения и продаж у вас задействованы, какие из них наиболее продуктивные?

**Виталий Язвенко:** SMM и сайт дают около 50% гостей, Booking - 20%, еще агентства... но самый популярный источник - это, конечно, Инстаграм\* и Фейсбук\*.

\*) Деятельность Instagram и Facebook в России признана экстремистской



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

*Павел Баскаков:* Каково на ваш взгляд общее состояние рынка глэмпингов в Грузии?

*Виталий Язвенко:* В Грузии очень много необычных и красивых отелей, которые просто никто не назвал глэмпингами, но именно поименованных глэмпингами объектов в Грузии всего около 10. Однако надо понимать, что конкурентами для глэмпингов являются почти все красивые отели, а их в Грузии **ОЧЕНЬ МНОГО**.

В Грузию в 2019 году приехало 9 млн туристов. В пандемию их было 1,8 млн. При этом мы сделали с шестью тогда домиками \$200 000 дохода. Сейчас поток туристов увеличился почти в 3 раза, рынок туризма оживает.

*Павел Баскаков:* К чему он идет, близко ли насыщение?

*Виталий Язвенко:* Как я отметил, рынок отелей в Грузии очень конкурентный. При этом очень много дешевых «гэстов» (гостевых домов) и подобных средств размещения. Поэтому конкурировать тут очень сложно, только сервис и хороший маркетинг помогают. Многие местные отели пока не могут так делать, как мы. К тому же, мы айтишники - у нас очень многое оцифровано.

*Павел Баскаков:* В целом, что можно сказать о гостиничной индустрии Грузии – в каком состоянии она находится? К чему движется? Охотно ли в нее идут инвесторы?

*Виталий Язвенко:* Индустрия активно развивается, вернее я бы сказал - трансформируется от обычных отелей со стандартным сервисом и маркетингом к чему-то нестандартному. С тем, чтобы удивлять гостей и выделяться среди других.

В целом, Грузия прилагает много сил на улучшения туризма в стране, развивает дороги, инфраструктуру, поддержку и т. д. Природа тут шикарная, за 700 км можно увидеть пустыню, долину, море и Альпийские горы. Перспективы я считаю для страны очень хорошие.

Инвесторы идут в туризм охотно, но порой делают неверный выбор, не считают, не оценивают ... Например, как это произошло с Батуми. Там очень хорошие компании девелоперы с хорошим пиаром продали очень много жилья... К тому же, в городе строится очень много новых номеров. Пять лет там уже не растет в цене жилье, так как предложение превышает спрос, продать не могут, а сезон при том при всем составляет всего три месяца в году.

В результате даже у хороших отелей в Батуми окупаемость растягивается на 15-20 лет. При том, что у нас в глэмпинге окупаемость 4-5 лет. И это мы ещё стоим не в горах, а просто в долине.

*Павел Баскаков:* У вас появились планы развития. Где и какие перспективы вы видите для себя?

*Виталий Язвенко:* Мы сейчас взяли в управление отель в Батуми. На одном из нетворкингов познакомились с хорошими людьми, у их клиентов отель в городе, 5 лет не могут его продать, но и управление там тоже хромает, статистики нет, ремонт не делался давно, а по текущим показателям окупаемость совсем не инвест привлекательная. Нам предложили попробовать взять его в управление и ... что-то с ним сделать. Мы давно хотели попробовать сферу апарт-отелей - понять ее и автоматизировать. Но не просто отелей, а привезти природу и комфорт в город. Если в глэмпинге мы везём человека на природу, то тут идея привезти этот особый природный комфорт к человеку.

Собственник хочет объект продать. Мы договорились, что приведем его в норму, внедрим ИТ, прозрачные отчеты, покажем его статистику, сделаем фонд для частных инвесторов (там 30 номеров). Тогда инвесторы смогут приобрести номера

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

или доли, акции фонда, а мы будем управлять (думаем даже использовать токены и крипту, обсуждаем это), чтобы можно было купить не номер целиком, а только долю в номере допустим за \$5000 и получать %.

Кроме того, мы добавили автокемпер JB Campers Georgia. Предлагаем машины для мобильного отдыха нескольких видов. Готовые маршруты и даже гидов, что тоже сходится с нашей философией "показать людям природу в комфорте". Чуть позже запустим свои маршруты и гидов и единый консьерж сервис JB Travel Georgia. Где бы турист не были, они просто звонят на специальный номер или пишут в приложении, и им все подскажут и помогут, хоть с кемпером, хоть с горами.

Тем временем идет поиск земли и проектировка в Грузии (горы, Алазанская долина) под новые глэмпинги. Наша задача сделать сеть эко-отелей #1 в Грузии. Концепция: «Горы, море и вино». Мы хотим выстроить экосистему для тех туристов, кто хочет необычный уникальный отдых на природе в комфорте. Чтобы их забрали сразу с аэропорта и отвезли потом в аэропорт. При этом показали всю Грузию. Мы уверены, что окажем туристам лучший сервис на природе по нашим стандартам (туристы едут в среднем на 6 дней и ходят успеть все посмотреть).

Также проектируем объекты в Португалии, Испании и скоро начнем Черногорию. Еще нам предложили остров 4 га на Филиппинах - там рай, лазурный пляж, пальмы все как в рекламе.

Тем временем пишем свой софт управления домами. И нацелены на цифровое производство домов конструкторов JB Home.

Добавлю еще на счёт глэмпингов в управление - нам предлагали уже несколько раз купить или взять управление готовый глэмпинг. Но часто по ним нет никакой прозрачной статистики, отчеты PnL или не велись, или велись ну так себе. Купив долю или готовый объект, нужно будет многое дорабатывать под наши стандарты, поэтому порой проще новый объект сделать. Тем более, сейчас с новыми домиками конструкторами JB Home запустить свой глэмпинг может кто угодно - просто взяв нашу франшизу и технологию производства, а мы поможем. Главное, чтобы это было под единым брендом (jb.camp).

<https://hotelier.pro/interviews/item/v-2019-godu-my-vycherknuli-glemping-no-na-sleduyushchiy-den-ya-im-zanyalsya/>

## 6. Интересное для отельеров

### Рейтинг крупнейших российских городов по развитию отельного бизнеса

Аналитики компании Marketing Logic на основе открытой информации и собственной витрины данных оценили развитие инфраструктуры гостеприимства в крупных российских городах с населением от 250 тысяч жителей, а также в ТОП-15 мегаполисов страны. В рамках исследования аналитики сравнили города по насыщенности отелями и гостиницами, санаториями, домами отдыха в расчёте на 10 тысяч жителей.

Рейтинг крупных городов России по развитию гостиничной индустрии с большим отрывом возглавляет город-курорт Сочи (более 24 гостиниц и санаториев на 10 тысяч жителей). На втором месте Калининград со средним значением 4,2 отеля, на третьем месте Петрозаводск (3 отеля), четвёртое и пятое места занимают Якутск и Улан-Удэ со средними значениями 2,6 и 2,5 отеля.

|    | Города, от 250 тысяч жителей | Гостиницы, отели | Санатории | Дома отдыха | Среднее значение |
|----|------------------------------|------------------|-----------|-------------|------------------|
| 1  | Сочи                         | 63,8             | 3,9       | 5,4         | 24,3             |
| 2  | Калининград                  | 12,3             | 0,0       | 0,1         | 4,2              |
| 3  | Петрозаводск                 | 7,8              | 0,1       | 1,1         | 3,0              |
| 5  | Якутск                       | 6,9              | 0,6       | 0,4         | 2,6              |
| 6  | Улан-Удэ                     | 6,7              | 0,2       | 0,5         | 2,5              |
| 7  | Ростов-на-Дону               | 6,5              | 0,1       | 0,5         | 2,4              |
| 8  | Тюмень                       | 5,9              | 0,3       | 0,5         | 2,2              |
| 9  | Иркутск                      | 5,5              | 0,3       | 0,8         | 2,2              |
| 10 | Мурманск                     | 5,5              | 0,1       | 0,7         | 2,1              |
| 11 | Сургут                       | 5,7              | 0,1       | 0,4         | 2,1              |
| 12 | Смоленск                     | 5,3              | 0,4       | 0,4         | 2,0              |
| 13 | Таганрог                     | 4,9              | 0,5       | 0,5         | 2,0              |
| 14 | Кострома                     | 4,8              | 0,6       | 0,5         | 2,0              |
| 15 | Казань                       | 5,2              | 0,3       | 0,3         | 1,9              |
| 15 | Томск                        | 4,7              | 0,3       | 0,3         | 1,9              |

*Количество отелей, санаториев и домов отдыха на 10 тысяч жителей в крупных городах России.*

Замыкают рейтинг крупных городов по развитию гостиничной инфраструктуры населённые пункты с общим количеством 1 и менее одного отеля на 10 жителей (ТОП-15 городов с наименее развитой гостиничной инфраструктурой): Комсомольск-на-Амуре, Орёл, Грозный, Волжский, Нижний Тагил, Стерлитамак, Ижевск, Москва, Ульяновск, Рязань, Челябинск, Махачкала, Кемерово, Липецк, Курск. Не входят в ТОП-15 крупных городов с наименее развитой гостиничной

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

инфраструктурой, но при этом имеют не более одного отеля на 10 тысяч жителей (среднее значение): Уфа, Новокузнецк, Владикавказ, Череповец.

Среди российских мегаполисов наиболее развита гостиничная инфраструктура в соотношении с количеством жителей в Ростове-на-Дону (2,4 отеля на 10 тысяч жителей), Казани (1,9), Волгограде (1,7), Самаре (1,6) и Нижнем Новгороде (1,6).

Меньше всего гостиниц, санаториев и домов отдыха в Москве (не вошла в ТОП-15, 16-е место) и Челябинске (менее 1 отеля на 10 тысяч жителей), Уфе (1), Омске (1,1) и Новосибирске (1,1).

|    | Крупнейшие города, мегаполисы | Гостиницы, отели | Санатории | Дома отдыха | Среднее значение |
|----|-------------------------------|------------------|-----------|-------------|------------------|
| 1  | Ростов-на-Дону                | 6,5              | 0,1       | 0,5         | 2,4              |
| 2  | Казань                        | 5,2              | 0,3       | 0,3         | 1,9              |
| 3  | Волгоград                     | 4,2              | 0,3       | 0,7         | 1,7              |
| 4  | Самара                        | 3,9              | 0,4       | 0,6         | 1,6              |
| 5  | Нижний Новгород               | 4,3              | 0,1       | 0,3         | 1,6              |
| 6  | Красноярск                    | 3,5              | 0,2       | 0,6         | 1,4              |
| 7  | Пермь                         | 3,2              | 0,3       | 0,5         | 1,3              |
| 8  | Екатеринбург                  | 3,5              | 0,2       | 0,2         | 1,3              |
| 9  | Санкт-Петербург               | 3,7              | 0,1       | 0,2         | 1,3              |
| 10 | Краснодар                     | 3,4              | 0,0       | 0,1         | 1,2              |
| 11 | Воронеж                       | 3,0              | 0,1       | 0,4         | 1,2              |
| 12 | Новосибирск                   | 2,9              | 0,2       | 0,4         | 1,1              |
| 13 | Омск                          | 2,9              | 0,2       | 0,3         | 1,1              |
| 14 | Уфа                           | 2,4              | 0,3       | 0,3         | 1,0              |
| 15 | Челябинск                     | 2,1              | 0,2       | 0,4         | 0,9              |

*Количество отелей, санаториев и домов отдыха на 10 тысяч жителей в крупнейших городах России.*

«В рейтинг крупных российских городов по развитию туристической инфраструктуры попали только два мегаполиса Ростов-на-Дону и Казань. При этом, конечно, нужно понимать, что в мегаполисах из-за большого количества его жителей практически невозможны двузначные средние значения концентрации отелей. Например, в общепризнанной столице туризма Большом Париже, судя по открытым данным, около 2,8 отеля на 10 тысяч жителей. К таким значениям из российских городов миллионеров приблизился Ростов-на-Дону, чуть дальше – Казань. Интересно также сравнить статические данные Сочи с другими крупными городами. Изначальное позиционирование города как курорта, а также проведение Олимпиады в 2014 году дало Сочи огромное преимущество в развитии гостиничной индустрии, это безусловный лидер в нашей стране. Мы бы не хотели, чтобы наш рейтинг расстроил жителей и гостей городов, где значения ниже, скорее этот список – ориентир для развития туристических направлений внутри страны. Есть лидеры,

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

есть города с большим потенциалом, который можно реализовать, развивая внутренний туризм»,— говорит управляющий партнёр Marketing Logic Дмитрий Галкин.

<https://hoteliernews.ru/rejting-krupneyshih-rossijskih-gorodov-po-razvitiyu-otelno-go-biznesa>

### **«Умная гостиница»: многослойный свет должен быть в каждом номере**

Освещение, безусловно, входит в число ключевых инструментов формирования комфортного и безопасного пространства – как в масштабах города, так и в домах. Включая гостиницы и отели. О том, какие сегодня предъявляются требования к организации освещения в гостиницах и задаются тренды – в России и не только, WT рассказал эксперт в области светотехники и медиаинсталляций, член жюри Евразийской премии «Золотой Фотон» Василий Тарасенко.

Поскольку гостиницы и отели служат для временного проживания людей, то и требования, предъявляемые к ним по освещению, во многом аналогичны тем, что применяются для квартир и частных жилых помещений.

#### *Функциональный свет в отеле*

Однако функций, которые берет на себя освещение в современных гостиницах и отелях, все-таки больше. Перечислим их:

- Создание презентабельного внешнего вида фасадов, холла и стойки регистрации, которые формируют первое впечатление о гостинице, что, в свою очередь, отражается на лояльности посетителей.

- Обеспечение высокого уровня зрительного комфорта в номерах, который достигается также за счет внимания к дизайну как самого пространства, так и светильников, световых эффектов.

#### *Моделирование пространства с помощью света.*

Организация удобного освещения для тех, кто работает в отеле. Важно, чтобы персонал с комфортом и эффективно выполнял обязанности по приему и обслуживанию гостей. Работая над светодизайном для гостиницы или отеля, впрочем, как и для любого учреждения, необходимо учитывать, какую задачу в пространстве будет выполнять свет – акцентирующую, общую, рабочую или декоративную.

При реализации первой задачи свет призван подчеркнуть детали в интерьере или, если речь о наружном освещении, то в архитектуре. Одинаково важно, реализуя проект по освещению в объектах гостиничного формата, обеспечить высокий уровень зрительного комфорта, ориентируясь на рекомендуемые российские и международные нормы освещенности и тенденции в организации светового пространства.

Нормы освещения, принятые для гостиниц, согласно СП 52.13330.2016, предписывают соблюдение следующих показателей: в гостиничных номерах не менее 200 лк на рабочей поверхности и 150 лк на поверхности пола, в комнатах для персонала не менее 300 лк и от 150 лк – для коридоров и холлов: в зоне ресепшена и питания – 200 лк, на кухне – 500 лк, в конференц-залах – 300 лк. (ФЗ -184 "О техническом регулировании" от 27.12.2002).

#### *Зачем в номере многослойное освещение*

Занимаясь несколькими подобными проектами, в том числе зарубежными – например, при реализации светопрокта для отеля и комплекса апартаментов Aitana

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

и Sorpton в Маниле, мне приходилось адаптировать свой опыт к местным решениям, а что-то изобретать практически с нуля. Помимо профессиональных знаний, в этом смысле хорошо помогает еще и кругозор, приобретенный благодаря путешествиям по всему миру, когда я останавливался в самых разных отелях.

Поскольку днем люди, как правило, заняты делами – экскурсиями или рабочими встречами, то в своих номерах они, чаще всего, оказываются уже под вечер. И качество света, безусловно, имеет ключевое значение для полноценного проживания. Естественным и обязательным в современных гостиницах должна быть возможность управления шторами, кондиционером и освещением. И многослойная организация освещения в номере – это не дополнительный бонус.

Если еще 20 лет назад в нашем распоряжении были люстра, торшер и пара бра, что уже давало определенные возможности для моделирования светового пространства, то сегодня, благодаря современным технологиям и интернету вещей, мы можем интегрировать свет фактически в любой элемент помещения и менять настройки каждой светоточки.

Все люди разные и у всех есть свои предпочтения. Кто-то вечером решит прикорнуть перед телевизором, кто-то приляжет с книжкой, а другой засядет за документы. Кому-то требуется больше света, чтобы собрать чемоданы, а кто-то любит находиться в полумраке. Вот почему в номерах должны применяться многослойные световые решения, которые вполне могут быть интегрированы даже в отелях эконом-сегмента.

### *Интуитивное управление светом*

При реализации гостиничного проекта важно продумать систему освещения так, чтобы абсолютно любой человек, пользователь, сумел интуитивно разобраться с управлением. Ну, и во всем нужна мера. Допустим, не обязательно для каждой светоточки выводить специальную клавишу, когда можно предлагать уже готовые сценарии – например, вечерний/ночной режим или режим полного освещения.

Само качество освещения в гостинице, должно быть на высоте, что складывается из целого ряда критериев, в их числе – высокая цветопередача, отсутствие световых «ожогов» на поверхностях, исключение полярных значений световых температур и, по возможности, цветных (светодинамических) эффектов. Важное значение имеет также качество осветительных приборов – независимо от уровня отеля ни в коем случае не должно быть перегоревших ламп, мерцаний и пульсаций, гудения блоков питания, разнобоя в цветовых температурах и т. п.

«Умные технологии» открывают гостиницам широкий инструментарий, который позволяет совместить автоматизированные системы и самообслуживание. Для этого в светильники встраиваются датчики движения или звуковые датчики. Все это не просто тренды, вызывающие интерес, но и положительные эмоции, которые ассоциируются с отелем. И, как следствие, прибавляют лояльных клиентов. Бизнес живет, развивается, гостиничный свет становится все «умнее».

К слову, такие площадки, как Евразийская премия «Золотой Фотон», открывают для участников светотехнической и смежных отраслей дополнительные возможности свериться с собственными ориентирами, уловить тренды, вдохновиться на что-то новое. Участие в премии развивает наши амбиции, мы повышаем уровень своего мастерства и, в конце концов, создаем проекты, которые делают людей счастливее.

<https://welcometimes.ru/opinions/umnaya-gostinica-pochemu-mnogosloynnyy-svet-dolzhen-byt-v-kazhdom-nomere>