



Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 0702-2024

С 10 по 21 июля 2024 года

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

Отели без действующей классификации исключат из поисковой выдачи турагрегаторов *)

2. Гостиничный рынок Москвы и региона

ZONT Hotel Group будет управлять отелем у Поклонной горы вместо Ассор

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков

РФ

Отели иностранных операторов не простаивают

До «сверхтуризма» ближе, чем до Луны. Обзор туристского рынка

Почему все меньше китайских туристов в России?

Яндекс Путешествия опередил все российские ОТА (по версии Роскачества)

Cosmos Hotel Group планирует построить в Дербенте гостиницу на 250 номеров

4. Юридический практикум для отельеров и вопросы безопасности

Расширен перечень предоставляемых гостиницами услуг, которые перестанут облагаться налогом на добавленную стоимость (НДС)

Владельцев частных гостевых домов обяжут платить налоги *)

Штрафы за нарушение правил работы с персональными данными 2024

Внимательнее с Уведомлениями о начале предпринимательской гостиничной деятельности!

Судебный прецедент: - возмещение за не предоставленный номер

Росаккредитация, которая создает реестр гостиниц, стала участником большого скандала

5. Гостиничный бизнес за рубежом. Опыт, новости

В разгар сезона турецкие отели дают скидки

Большинство гостей в мире забирают американские гостиничные бренды

AZIMUT Hotels открыла первый отель сети в Узбекистане

6. Полезное и интересное для отельера

Профессии в гостиницах: что отомрет, что родится (?)

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

Фокус – Москва и столичный регион

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

Отели без действующей классификации исключат из поисковой выдачи турагрегаторов *)

Средства размещения, у которых истек срок действия классификации, будут исключать из поисковой выдачи туристических агрегаторов, заявил заместитель руководителя Росаккредитации Александр Соловьев.

Для оперативного воздействия на гостиницы мы планируем заключить соглашения об обмене информацией со всеми основными агрегаторами. За месяц до истечения срока классификации мы будем сообщать агрегаторам, что объект находится в зоне риска. Они по своим каналам обратят внимание гостиницы на необходимость пройти новую классификацию. Иначе есть риск пропасть из поисковой выдачи, — сказал Соловьев, слова которого приводят в пресс-службе ведомства.

Срок действия классификации объекта составляет три года. Есть объекты, которые не предпринимают действий по продлению классификации на новый срок, отметили в Росаккредитации.

Новые правила аккредитации классификаторов гостиниц в РФ заработают в сентябре.

<https://hoteliernews.ru/oteli-bez-deystvuyushey-klassifikatsii-isklyuchat-iz-poiskovoy-vydachi-turagregatorov>

2. Гостиничный рынок Москвы и региона

ZONT Hotel Group будет управлять отелем у Поклонной горы вместо Ассор

РИА Недвижимость. Компания ZONT Hotel Group будет управлять пятизвездочным отелем в составе комплекса "Поклонная, 9" вблизи Поклонной горы в Москве вместо французской сети Ассор, говорится в сообщении гостиничного оператора.

«ZONT Hotel Group выбрана оператором пятизвездочного отеля в комплексе "Поклонная 9" на Кутузовском проспекте, открытие которого запланировано на весну 2025 года. Отель будет работать под новым для России люксовым брендом, который ZONT Hotel Group скоро представит рынку», - отмечается в нем.

Речь идет об отеле компании Ant Development, который планировалось открыть под брендом SO/Hotels & Resorts. Как уточняется в сообщении, отель передали в управление российскому оператору после приостановки деятельности в России оператора Ассор.

Ant Development является частью турецкого строительного холдинга Ant Yapi, портфель которого, согласно данным сайта компании, насчитывает свыше 10 миллионов квадратных метров недвижимости в мире.

<https://realty.ria.ru/20240712/otel-1959218590.html>

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Отели иностранных операторов не простаивают

Количество гостиничных номеров под управлением иностранных операторов в России снизилось, однако инициативность отечественных игроков не позволила освободившемуся гостиничному фонду простаивать — делятся аналитики «Макси Стафф».

С начала конфликта между Россией и Украиной в 2022 году многие иностранные гостиничные операторы решили покинуть российский рынок. Это решение привело к сокращению количества гостиничных номеров под их управлением почти на треть — до 30 тысяч номеров (156 отелей), сообщают в СМИ. Так, в Москве сокращение доли качественного номерного фонда под управлением зарубежных операторов и вовсе двукратное — с более чем 80% в 2022 году (свыше 20 тысяч номеров) до 40% на конец первого квартала 2024-го.

По данным экспертов, из России ушли Hyatt, InterContinental, Marriott, CPI Hotels, Belmond, Sokos Hotels, Four Seasons Hotels and Resorts, BWH и Wyndham.

Оставшийся после ухода иностранных сетей из России гостиничный фонд перешел под управление российских операторов или локальному менеджменту. Рассмотрим же основные последствия этого сокращения для туристической индустрии в России, а также обсудим, как это событие открыло новые возможности для российского гостиничного бизнеса.

Переход под управление российскими операторами

Большинство гостиничных номеров, ранее находившихся под управлением иностранных операторов, были переданы под управление российским компаниям. Это позволило сохранить доступность гостиничного фонда для туристов и минимизировать негативное влияние на индустрию.

Российские операторы быстро адаптировались к новым условиям и продолжили обеспечивать высокий уровень обслуживания.

Уход иностранных игроков стимулировал рост инвестиций в отечественный гостиничный бизнес. Российские предприниматели и инвесторы увидели в этом возможность для развития своих проектов и укрепления позиций на рынке.

Это привело к строительству новых гостиниц и модернизации существующих объектов, что положительно сказалось на общем состоянии туристической инфраструктуры.

Увеличение доли российских операторов на рынке

С уходом иностранных операторов, российские гостиничные компании получили возможность увеличить свою долю на рынке. Это привело к усилению конкуренции среди местных операторов, что, в свою очередь, стимулировало повышение качества услуг и внедрение новых стандартов обслуживания.

Перепродажа гостиничных активов компаниям из других стран

Некоторые гостиницы были проданы компаниям из других стран, что позволило сохранить международное присутствие в российской гостиничной индустрии. Например, ближневосточная сеть Rotana Hotels взяла под управление два бывших отеля IHG.

Несмотря на сокращение числа гостиниц под управлением иностранных операторов, коллапса удается избежать. Множество отелей были переданы в

эксплуатацию и продолжают принимать гостей, что позволило сохранить стабильность в туристической индустрии.

Во-первых, российские гостиничные бренды получили возможность укрепить свои позиции на рынке и повысить узнаваемость среди туристов. Это способствовало развитию внутреннего туризма и привлечению иностранных гостей, которые начали доверять местным брендам.

Во-вторых, произошла адаптация к новым реалиям. Отрасль стала более гибкой и инновационной, что позволяет им сохранять конкурентоспособность на рынке.

Российские гостиничные операторы начали активно внедрять инновационные технологии и цифровые решения для улучшения качества обслуживания. Это включает в себя онлайн-бронирование, мобильные приложения, автоматизацию процессов и использование AI для персонализации услуг. В результате туристическая индустрия продолжала развиваться, несмотря на изменения в структуре управления гостиничным фондом.

В-третьих, сотрудничество с новыми международными партнерами. Российские гостиничные компании начали активно искать новые связи и заключать контракты с операторами из Азии, Ближнего Востока и других регионов. Это позволило сохранить международное присутствие в гостиничной индустрии и привлекать туристов из разных стран.

Тем не менее, спрос на качественное размещение превышает предложение, отмечают эксперты. В результате стоимость проживания в дорогих отелях в России растет быстрее, чем в среднем по мировому рынку.

Российская гостиничная индустрия быстро адаптировалась к новым условиям, усилив позиции местных брендов и привлекая новые инвестиции. Туристическая индустрия продолжала развиваться, благодаря улучшению качества услуг и внедрению инновационных технологий.

Таким образом, уход иностранных операторов не оказал значительного негативного влияния на рынок, и даже во многом способствовал его росту и укреплению.

<https://welcometimes.ru/opinions/oteli-inostrannyh-operatorov-ne-prostaivayut>

До «сверхтуризма» ближе, чем до Луны. Обзор туристского рынка

По итогам 2024 года турпоток в Санкт-Петербург может превысить показатели прошлого года на 10% и достигнуть 10,3 млн человек. А это уже практически показатель доковидного 2019 года.

При этом что недавно (в беседе с изданием «Ведомости Северо-Запад») вице-губернатор Санкт-Петербурга Борис Пиотровский заметил, что количество туристов не может расти бесконечно. По его словам, потенциал дальнейшего роста турпотока в Санкт-Петербург составляет порядка 20%, а при более высоких показателях увеличивающийся турпоток будет негативно сказываться на качестве жизни в городе.

Сверхтуризм (или «овертуризм» - over tourism) - тема не новая. Санкт-Петербург она тоже не обходила стороной, хотя и касалась город точечно (в бытность бума туризма из КНР очереди из толп туристов возникали в популярных музеях города).

Однако в 2023 году доля туристов из зарубежных стран в общей структуре турпотока в Санкт-Петербург составила всего лишь 6,1%, т.е. порядка 573 400 гостей. По сравнению с 2022 годом она подросла всего на 1,9 п. п.

Туристов из Китая оказалось в разы меньше, чем ожидали власти и некоторые участники рынка (см. статью). ПОЧЕМУ ВСЕ МЕНЬШЕ КИТАЙСКИХ ТУРИСТОВ В РОССИИ - доходчиво рассказала недавно в интервью Hotelier.pro Полина Рысакова, руководитель Лаборатории изучения китайского туризма.

Иностранных гостей города заменили российские туристы и деловые путешественники. Какое их количество не будет для города чрезмерным?

«Санкт-Петербург является одним из наиболее популярных туристических направлений России. И говоря о количестве туристов, которое станет для города чрезмерным, невольно вспоминается 2019 год - с одной стороны, как год допандемийный, разделивший туризм на «до» и «после», а с другой стороны, как год, когда Санкт-Петербург принимал 23-ю сессию Генеральной Ассамблеи UNWTO, на которой слово «overtourism» активно фигурировало в речах представителей туротрасли Санкт-Петербурга», - говорит Татьяна Бисерова, директор по внутреннему и въездному туризму туроператора «Премьера».

«Предел ли те 10,3 млн туристов, что город готовится принять в 2024 году? - продолжает эксперт. - При почти 100%-ной загрузке отелей в июне среднегодовые показатели многих отелей составляют 64-66%. Это говорит о том, что основной нашей задачей является выравнивание сезонности. Сейчас много делается для привлечения внимания туристов к жизни города в период низкого сезона: активно развивается проект «новая туристская география», проводится большое количество культурных проектов, организуются дипломатические миссии в другие города, что скорее всего отразится на приросте турпотока в несезон. Но стоит отметить, что приоритетная нацеленность на деловой туризм многих участников туротрасли способствует своеобразному перекосу в массовом туристическом сегменте, что не способствует росту последнего».

«Пока до сверхтуризма в Санкт-Петербурге далеко, - замечает Кирилл Соколов, исполнительный директор туроператора «Невские сезоны». - Рынок всегда подстроится под увеличение туристов. Самые существенные ограничения накладывают музеи. Сколько бы у нас ни развивалась «новая туристская география», основной турист едет в Санкт-Петербург ради Эрмитажа, Петергофа, Царского Села, Исаакиевского собора и т.д. Наше предложение - в период высокого сезона не поддерживать деловые, спортивные, культурные мероприятия в городе, которые могут быть проведены в другое время, т.е. поддерживать мероприятия в Санкт-Петербурге с октября по апрель. С мая же по август оставить несколько ключевых событий и те мероприятия, что невозможно провести зимой (яхтенные регаты, водные праздники)».

«Пока нам только развиваться и развиваться, - продолжает эксперт. - Самое главное, чтобы рост не был резким. Когда сегодня у нас 10 млн туристов, в следующем году три миллиона, а через год - 12 млн, понятно, что рынку на такое трудно адекватно реагировать».

«Туристов декларироваться может гигантски много, а потом оказывается, что больше 30% - это те, кто приехал к своим родственникам, остановился у них и в целом мало воспользовался туристской инфраструктурой города, - рассуждает Анна Твердохлебова, генеральный директор туроператора «ПМП». - Поэтому все цифры относительны и требуют тщательного исследования - сколько в действительности город позволяет принять туристов. На данный момент и номерной фонд Санкт-Петербурга позволяет расти турпотоку (в частности за счет строительства новых апартаментов), и новые туристские локации, музеи и достопримечательности. Стоит также отметить, что Санкт-Петербург - это довольно большая территория, которая включает в себя несколько городов-спутников и, соответственно, территорий развития.

На мой взгляд, важнее все-таки не подсчет количества туристов, а подсчет дохода, который туристы приносят городу. Важно проведение политики в области туризма, направленной на привлечение более доходных сегментов и стимулирование прибытия туристов в межсезонье».

По данным TravelLine, Санкт-Петербург по объемам бронирований в электронных каналах продаж в июне заметно уступал Москве (хотя и опережал Москву по среднему ADR).

Данные дашборда TravelLine по топ-10 регионам России на 27.06.2024:



По оценке сервиса онлайн-бронирования отелей и апартаментов Островок! средняя стоимость забронированной ночи в объектах размещения Санкт-Петербурга в период с 28 по 30 июня (период праздника «Алые Паруса») составила 6300 рублей (на 16% выше, чем в даты проведения фестиваля «Алые Паруса» в прошлом году).

При этом в целом спрос на бронирование отелей и апартаментов в Санкт-Петербурге в этот уик-энд оказался на 20% выше по сравнению с выходными неделями ранее (21–23 июня), и на 80% выше по сравнению с выходными неделями позже (5–7 июля). Для сравнения в те же выходные (28–30 июня) средняя стоимость забронированной ночи в объектах размещения Москвы составила 5600 рублей.

При этом в спросе на этот уик-энд как в Москве (26% всех бронирований), так и в Санкт-Петербурге (34%) лидировали отели без звезд.

В Москве на втором месте шли отели 3* - 23%, в Санкт-Петербурге апартаменты - 27% (а на отели 3* в Санкт-Петербурге пришлось только 12% спроса).

Далее спрос, по данным Островок! распределился на праздничный уик-энд так:

Отели 4*: в Москве - 16%, в Санкт-Петербурге - 12%

Отели 5*: в Москве - 5%, в Санкт-Петербурге - 2%.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Таким образом, налицо не только общий рост турпотока в Санкт-Петербург, но и не равномерный характер спроса, обусловленный всплесками (ПМЭФ, Алые Паруса) и спадами. При этом на рынке происходит определенное перераспределение спроса - от классических отелей к апарт-отелям.

Таким образом, сверттуризм, если и начнет проявлять себя в Санкт-Петербурге, то вновь точно: перегруз в популярных музеях, нехватка ж/д билетов в город в летний сезон. Что касается гостиничного сегмента (и сегмента гостеприимства - шире), в этом отношении у города пока имеются существенные резервы.

Как влияет увеличение турпотока на рост стоимости жилья в городе, в том числе, на долгосрочную аренду (как это происходит в Барселоне, например), необходимо изучать - сопоставляя данные с рынков туризма и жилья (возможно, такую работу может проделать Комитет по развитию туризма Санкт-Петербурга и/или Комитет по социальной политике).

<https://hotelier.pro/news/item/do-sverkhturizma-blizhe-chem-do-luny-obzor-turistskogo-rynka-peterburga/>

Почему все меньше китайских туристов в России?

Произошла ли деформация рынка или его перезагрузка?

Очевидно, что небезызвестная пандемия изменила ситуацию с туризмом в Китае и из Китая. Какова она теперь?

Hotelier.pro уже не раз обращался к теме туризма из Китая - см., например, публикацию **ЧТО СЛУЧИЛОСЬ С КИТАЙСКИМ ТУРИСТИЧЕСКИМ БУМОМ**.

О том, будет ли турпоток из Китая, говорили и на конференции «Горизонты Большого Востока» в Санкт-Петербурге в начале 2024 года.

Сегодня с вопросами о состоянии китайского туризма постоянный автор Hotelier.pro *Павел Баскаков* обратился к *Полине Рысаковой*, руководителю Лаборатории изучения китайского туризма и автору телеграм-канала «Въездной туризм КНР».

Павел Баскаков: Полина, скажите, какие тренды характерны сейчас для китайского туризма?

Полина Рысакова: В целом, выездной туризм из Китая отражает те тренды, что наблюдаются на внутреннем рынке страны. Пандемия оказала серьёзное влияние на пересмотр приоритетов и ценностей, реализуемых в поездках.

Если говорить о содержании поездок, то в приоритете экологический туризм, поездки, связанные с природой. Такой тренд диктует сегодня не столько «наследие» пандемии, сколько усталость от жизни в мегаполисах.

Кроме того, если прежде китайцы ездили большими группами, то теперь предпочитают небольшие. Так комфортнее.

Сменилось и поколение выезжающих туристов. В большинстве своем сейчас это условная молодёжь - люди, родившиеся в 1990-е и 2000-е годы.

При этом произошел сдвиг в сторону развлечений - можно говорить о некой «диснеизации» туризма: у китайцев мы видим склонность к паркам развлечений или похожим на них местам.

Павел Баскаков: Для нас важный вопрос - какое место в предпочтениях китайского туриста занимает Россия? Насколько китайские туристы готовы сейчас ехать к нам?

Полина Рысакова: Россия по-прежнему интересна гостям из Китая, и мы можем удовлетворить их нынешние запросы, например, тягу к выездам на природу. Любопытно, что российское направление в определенной мере конкурирует с внутренними китайскими. Дело в том, что некоторые локации внутри Китая китайские турфирмы позиционируют как «похожие на Россию». Поэтому нам надо подчёркивать преимущества именно «российской России» вместо китайской «как бы России». И России есть, что предложить - настоящую, не смоделированную природу, в том числе.

Павел Баскаков: Правильно ли наши компании продвигают российское направление на китайском рынке?

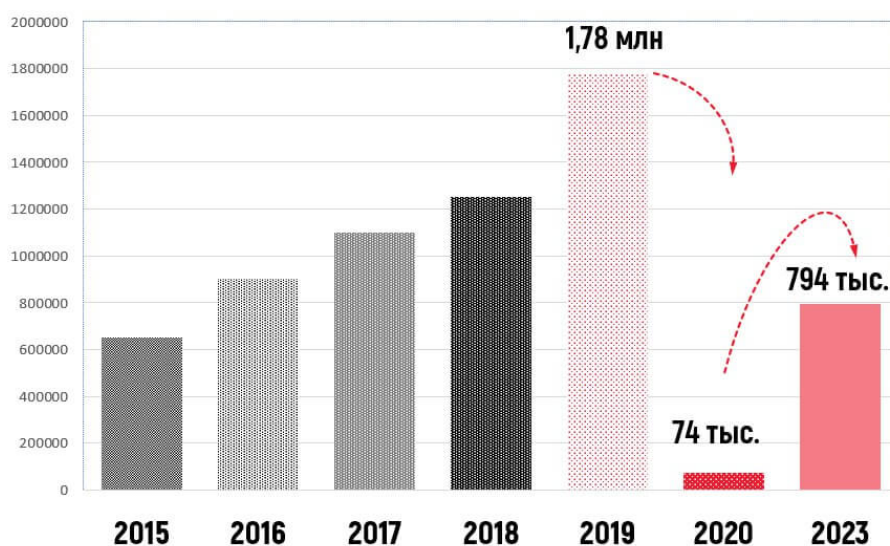
Полина Рысакова: Это интересный момент. На примере Мурманска видна проблема смыслов: что мы хотим сказать о наших местах иностранцам и что иностранцы, китайцы, хотят услышать о них. У нас с Мурманском связана военно-патриотическая тематика, освоение Арктики (ледокол «Ленин»), у китайцев же тренд направлен на собственное эмоциональное состояние. Для китайцев Мурманск - некий символ любви: не замерзающее Баренцево море на фоне льдов и снегов.

Российским регионам имело бы смысл прежде, чем продвигать себя, посмотреть, что говорится о них в социальных сетях тех стран, откуда они ждут туристов, чтобы полностью не разрывая впечатления гостей.

Павел Баскаков: Многих все-таки интересуют цифры - сколько китайских туристов приедет к нам.

Полина Рысакова: Давайте посмотрим - в 2023 году в Россию приехало 796 тысяч китайцев. Из них с целью туризма – около 25% - 199 тысяч. При этом в составе групп по «безвизе», о которой столько было сказано - только 50 тысяч.

Поездки китайских туристов в Россию



Эти данные коррелируют с тем, что мы видим на портале Strip, например - только четверть предложений по России - групповые. Конечно, в сравнении с тем турпотоком из Китая, что мы наблюдали до пандемии, это значительно меньше. Но надо иметь в виду, что в силу внутривизовых и внешнеполитических причин китайцы в принципе выезжают за пределы Китая и Азии вообще пока очень ограниченно. И визиты китайцев в Россию сократились пропорционально общему снижению показателей выездов. Так что Россия вполне еще удерживает позиции как

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

Фокус – Москва и столичный регион

привлекательная и интересная дестинация. Вместе с тем мы видим и изменение в структуре въездного потока. Как я отметила, количество «безвизовых» групповых туристов невелико, но значительна доля самостоятельных путешественников. Мы это видим и по востребованности среди китайцев электронных виз. Практически каждая вторая электронная виза в Россию оформляется гражданином КНР.

Простота и быстрота оформления въездных документов - один из главных факторов для китайцев при выборе направления поездки. Еще один ключевой фактор - логистика авиасообщения. Летом 2019 было около 160 рейсов в неделю. Сейчас – около 120, однако стоимость перелетов существенно возросла. При этом в Китае прекратилось субсидирование внутренних региональных рейсов по стране, что сдерживает приток туристов из регионов в города с аэропортами, откуда летают рейсы в Россию.

Большую роль играют и вопросы безопасности. Востребованность Приморского края и Забайкалья у китайских туристов сейчас связана и с тем, что эти регионы воспринимаются как более безопасные для поездок.

Кроме того, прежде Россия выполняла роль транзитного хаба для дальнейших поездок в Европу и Америку. Одна из причин почему Москва и Санкт-Петербург были такими востребованными у туристов из Китая заключается в том, что оба города были удобным хабом для продолжения поездки в Европу. Ныне логистика радикально изменилась, и такой транзит не работает.

В целом у нас до сих пор ощущаются завышенные ожидания в отношении того, что вот в Россию вновь начнет приезжать много туристов из Китая. Однако возможно, стоит признать, что массовый туризм пока на стопе. Теперь это больше туризм для богатых, как ни крути. Туристов приезжает меньше, однако у нас появляется шанс научиться принимать этих туристов с пользой для себя.

Павел Баскаков: А что работает для приема китайских туристов сейчас?

Полина Рысакова: Работает адаптация под изменившиеся условия. Прежний китайский турист (возрастной) хотел для себя в России найти некий маленький Китай. Чтобы все было по-китайски, еда по-китайски, магазины под китайцев. Только немножко сходить в Эрмитаж и то, чтобы посмотреть китайский отдел.

Нынешние китайцы хотят чувствовать себя частью глобального мира, где не подчеркивается их «китайскость». Скажем, они не хотят какого-то специального китайского завтрака в отеле.

Я бы акцентировала внимание на местной еде. Если прежде групповые (безвизовые) туристы избегали местной еды, а гиды «таскали» их по «своим» китайским ресторанам, то теперь индивидуальные туристы обращают внимание на местные специалитеты. В этом отношении у Санкт-Петербурга хорошие шансы продвигать гастро-туризм. Только одних слов мало - нужны красивые фото, заманчивые видео-ролики, тот контент, который востребован сейчас в китайских социальных сетях.

Я бы не делала акцент только на туристов. К нам едут по бизнесу, едут специалисты. Попутно они могут покупать туруслуги напрямую здесь в России.

Нынешнее меньшее количество гостей из Китая перспективнее с точки зрения доходов, чем огромное число китайских туристов, в прежние годы наводнявших Россию.

Только нужно помнить, что, если прежде Россия конкурировала с дешёвыми азиатскими направлениями, то теперь - из-за возросшей стоимости поездки к нам - с дорогими европейскими.

<https://hotelier.pro/interviews/item/pochemu-vse-menshe-kitayskikh-turistov-v-rossii/>

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

Фокус – Москва и столичный регион

Яндекс Путешествия опередил все российские ОТА (по версии Роскачества)

Судя по результатам исследования проведенного среди 1200 россиян, Центр изучения потребительского поведения Роскачества выяснил, что *Яндекс Путешествия* стал самым популярным сервисом для бронирования отелей в России.

Согласно данным исследования, опубликованного РИА новостями, 65% россиян предпочитают бронировать отели самостоятельно. Из них 42% используют Яндекс Путешествия. *Суточно* занимает второе место с 33%, а *Туту Отели* и *Островок* делят третье место с 20%.

При выборе гостиниц россияне в первую очередь обращают внимание на цену (73%) и удобства в номере (51%). Также важны транспортная доступность (34%), тип питания (32%) и условия оплаты и бронирования (30%). Рейтинг отеля имеет значение для 27% участников опроса.

В исследовании участвовали 1200 россиян, которые бронировали отели в последние 12 месяцев. Респондентам предлагалось выбрать несколько вариантов ответов.

<https://ria.ru/20240720/putevki-1960894384.html>

Cosmos Hotel Group планирует построить в Дербенте гостиницу на 250 номеров

Гостиничная компания Cosmos Hotel Group планирует построить пятизвездочный отель на 250 номеров в Дербенте. Соответствующее соглашение с местными властями уже заключено сообщил президент Cosmos Hotel Group Александр Биба во время своего выступления на Кавказском инвестиционном форуме.

Мы смотрим в сторону Северного Кавказа. Это уникальный регион, как для путешествий, так и для развития туризма. У нас сейчас под управлением есть отель в Грозном. До конца года планируется открыть отель на 100 номеров в Нальчике. Кроме того, у нас подписано соглашение о строительстве пятизвездочного отеля на 250 номеров под нашим брендом в Дербенте, — рассказал Александр Биба.

<https://hoteliernews.ru/cosmos-hotel-group-planiruet-postroit-v-derbente-gostinitsu-na-250-nomerov>

4. Юридический практикум для отельеров и вопросы безопасности

Расширен перечень предоставляемых гостиницами услуг, которые перестанут облагаться налогом на добавленную стоимость (НДС)

Постановлением Правительства РФ от 08.05.2024 N 596 "О внесении изменений в Постановление Правительства Российской Федерации от 18 ноября 2020 г. N 1860" расширен перечень предоставляемых гостиницами услуг, которые перестанут облагаться НДС.

Внесенными изменениями к таким услугам отнесены: услуги тренажерного зала или зала для фитнеса; спа-услуги; услуги доступа к сети "Интернет"; услуги конференц-зала; услуги охраняемой автостоянки и подземного паркинга.

С 1 сентября 2024 года указанные услуги будут облагаться НДС по ставке 0%.

Комментируют представители отрасли:

Игорь Лаврик, общественный уполномоченный по гостиничному бизнесу при правительстве Москвы, директор сети мини-отелей «Стабильная линия»

«Раньше счет на ресепшене гостиницы выписывался одновременно за поселение и услуги — туда входили все дополнительные услуги, кроме, возможно, бассейна и фитнес-клуба. Ресторан также был отдельным счетом, кроме завтрака, это обед и ужин. То основное, за что мы очень боролись, это за освобождение от НДС по питанию именно в пределах территории зоны гостиницы. Это прошло мимо. Но тем не менее довольно-таки очень хорошо. Мораторий на гостиничные услуги по НДС был принят два года назад, и у нас еще есть три года, я надеюсь, правительство увидит, что все-таки это был правильный путь, дорога освобождения от НДС. Это увеличение и туристического потока, и стабилизация ценовой политики гостиничного бизнеса. Все это говорит о том, что правильной дорогой идем. В 2023 году почти что не поднималась цена. И прекрасно то, что сейчас произошло увеличение заработной платы, и гостиницы для того, чтобы держать профессиональный кадровый состав, вынуждены повышать заработную плату своему основному персоналу. Поэтому я предполагаю, что особенных каких-то снижений по постановлению не будет».

Гендиректор гостиницы «Адмиралтейская» Ольга Киселева:

Новая мера правительства предназначена для поддержки отельеров, а не туристов. Да, конечно, это больше помощь отелям. Дешевле эти услуги абсолютно точно не станут. Единственное, что, конечно, это упростит схему, и отелю не нужно будет разделять услуги, продающиеся с НДС и без НДС. Логично, если то, что производит отель, будет либо полностью облагаться НДС, либо полностью не облагаться. В этом будет, наверное, какой-то плюс в части упрощения работы с доходом, в части расчетов. Наверное, это и все.

— Каких-то минусов вы здесь не видите?

— Особых минусов не вижу, кроме того, что все равно кто-то этот НДС заплатит. Не отель, а какая-то другая сфера. То есть это такое перераспределение налогов. Да, для отеля это будет какой-то уменьшенный налог, безусловно. Мы понимаем, что отель поменьше чуть-чуть заплатит, но для целой системы налогообложения этот НДС все равно кто-то заплатит. Государственная система ничего не потеряет в этом плане. Отелю будет немного попроще. Он поменьше заплатит НДС, он возьмет все равно ту же самую сумму.

— Туристы сами не почувствуют ничего?

— Я думаю, нет. Туристы ничего не почувствуют.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Нулевая ставка НДС для инвесторов, которые строят, предоставляют в аренду и управление туристические объекты, была введена правительством в марте 2022 года. Эта мера направлена на стимулирование обновления и развития туристической инфраструктуры.

<https://www.bfm.ru/news/550015>

Владельцев частных гостевых домов обяжут платить налоги

Частные гостиницы попадут в специальный реестр, а их владельцев обяжут платить налоги на предпринимательскую деятельность. Об этом заявил министр финансов Антон Силуанов на пленарном заседании Совета Федерации.

Вести реестр средств индивидуального размещения будет Минэкономразвития, пояснил министр. На первых этапах в список попадут гостиницы и некоторые нежилые помещения, которые сдаются туристам.

Вопрос частного сектора пока что остается вне поля этой деятельности. Но, думаю, постепенно мы будем улучшать систему администрирования и по мере расширения реестра туда их тоже включим. Мы заинтересованы в том, чтобы доходы от такой деятельности, которая, по сути, является предпринимательской, тоже попадали в поле зрения наших администраторов, — прокомментировал Силуанов.

В Государственной Думе приняли закон, который позволяет фермерам размещать туристов в гостевых домах.

<https://hoteliernews.ru/vladeltssev-chastnyh-gostevyh-domov-obyazhut-platit-nalogi>

Штрафы за нарушение правил работы с персональными данными 2024

С 2021 по 2024 год было внесено много изменений, которые предполагают серьезные штрафы за нарушения, связанные с персональными данными. Размеры штрафов увеличились вдвое и более.

Также по некоторым статьям предусмотрено ужесточение наказания за повторные нарушения. Предлагаем подробнее рассмотреть изменения и самую важную информацию для руководителей и собственников бизнеса.

Штрафы за утечку персональных данных

Согласно статье 13.11 КоАП РФ, в 2024 году за нарушения в сфере персональных данных предусмотрены дифференцированные штрафы. Для юридических лиц размер штрафа варьируется от 30 тысяч до 6 миллионов рублей, а в случае повторного нарушения может достигать 18 миллионов рублей.

Максимальная общая сумма штрафа для должностного лица — 336 тысяч рублей. В случае повторного нарушения она может превысить 1 миллион рублей.

За обработку персональных данных в незаконных случаях: **ст. 2.4, ч. 1, 1.1 ст. 13.11 КоАП**

Компания - от 60 до 300 тыс. руб.

ИП - от 10 до 100 тыс. руб.

Должностное лицо - от 10 до 50 тыс. руб.

Обрабатывали персональные данные без письменного согласия владельца: **ст. 2.4, ч. 2, 2.1 ст. 13.11 КоАП**

Компания от 30 до 500 тыс. руб.

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

Фокус – Москва и столичный регион

ИП от 20 до 300 тыс. руб.

Должностное лицо от 20 до 100 тыс. руб.

Не опубликовали политику обработки персональных данных: **ч. 3 ст. 13.11**

КоАП

Компания - от 30 до 60 тыс. руб.

ИП - от 10 до 20 тыс. руб.

Должностное лицо - от 6 до 12 тыс. руб.

Не предоставили субъекту персональных данных информацию по его запросу:

ч. 4 ст. 13.11 КоАП

Компания - от 40 до 80 тыс. руб.

ИП - от 20 до 30 тыс. руб.

Должностное лицо - от 8 до 12 тыс. руб.

Не выполнили в срок требования об уточнении, блокировании или уничтожении персональных данных: **ч. 5, 5.11 ст. 13.11 КоАП**

Компания - от 50 до 500 тыс. руб.

ИП - от 20 до 100 тыс. руб.

Должностное лицо - от 8 до 50 тыс. руб.

Не обеспечили сохранность персональных данных при обработке без средств автоматизации и хранении на материальных носителях: **ч. 6 ст. 13.11 КоАП**

Компания - от 50 до 100 тыс. руб.

ИП - от 20 до 40 тыс. руб.

Должностное лицо - от 8 до 20 тыс. руб.

Не выполнили обязанность по обеспечению записи, систематизации, накопления, хранения, уточнения или извлечения персональных данных, которые собрали через интернет: **ч. 8, 9 ст. 13.11 КоАП**

Компания - от 1 млн до 18 млн руб.

ИП - от 1 млн до 18 млн руб.

Должностное лицо - от 100 до 800 тыс. руб.

Не предоставили информацию по требованию Роскомнадзора: **ст. 2.4, 19.7**

КоАП

Компания - от 3 до 5 тыс. руб.

ИП - от 0,3 до 0,5 тыс. руб.

Должностное лицо - от 0,3 до 0,5 тыс. руб.

Препятствуете проверке Роскомнадзора или уклоняетесь от нее: **ст. 2.4, ч. 1, 2**

ст. 19.4.1 КоАП

Компания - от 5 до 10 тыс. руб.

ИП - от 2 до 4 тыс. руб.

Должностное лицо - от 2 до 4 тыс. руб.

Помешали Роскомнадзору завершить проверку: **ст. 2.4, ч. 2, 3 ст. 19.4.1 КоАП**

Компания - от 20 до 100 тыс. руб.

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

Фокус – Москва и столичный регион

ИП - от 5 до 20 тыс. руб. или дисквалификация от 6 месяцев до 1 года

Должностное лицо - от 5 до 20 тыс. руб. или дисквалификация от 6 месяцев до 1 года

Не выполнили в срок предписание Роскомнадзора об устранении нарушений:
ст. 2.4, ч. 1 ст. 19.5 КоАП

Компания - от 10 до 20 тыс. руб.

ИП - от 1 до 2 тыс. руб. или дисквалификация до 3 лет

Должностное лицо - от 1 до 2 тыс. руб. или дисквалификация до 3 лет

В последнее время в сфере обработки и защиты персональных данных произошло много важных изменений, которые касаются введения более строгих мер ответственности за нарушения правил работы с персональными данными.

Одним из главных нововведений стало увеличение размеров штрафов за несоблюдение законодательства о защите персональных данных. Теперь компании, которые нарушают установленные правила, могут столкнуться со значительными финансовыми потерями.

Новые правила обработки персональных данных

Также с 2024 года начали действовать новые правила и требования к обработке персональных данных. Организации обязаны соблюдать принципы и стандарты защиты данных, а также принимать необходимые технические и организационные меры для предотвращения утечек и несанкционированного доступа к личной информации.

Усиление контроля и увеличение штрафов должны стимулировать компании внедрять современные технологии и методы защиты данных, бережно относиться к персональным данным своих клиентов. К ним относятся шифрование, многофакторная аутентификация, регулярное обновление программного обеспечения и обучение персонала в области информационной безопасности.

Организации должны отнестись к этим изменениям серьезно и принять все необходимые меры для соблюдения законодательства о защите персональных данных. Только так мы сможем создать надежную систему защиты личной информации и обеспечить высокий уровень конфиденциальности.

https://teamdo.ru/blog/shtrafy-za-narushenie-pravil-raboty-s-personalnymi-dannymi-2024/?utm_source=blog&utm_medium=anons&utm_campaign=welcometimes&utm_content=1&utm_term=1

Внимательнее с Уведомлениями о начале предпринимательской гостиничной деятельности!

Уведомление юридическими лицами о начале отдельных видов своей предпринимательской деятельности обязательно в силу ст.8 Федерального закона от 26.12.2008 г. N 294-ФЗ «О защите прав юридических лиц и индивидуальных предпринимателей при осуществлении государственного контроля (надзора) и муниципального контроля». Первым среди видов деятельности указано «предоставление гостиничных услуг, а также услуг по временному размещению и обеспечению временного проживания».

Специалисты указывают, что многие субъекты хозяйственной деятельности, подав однажды уведомление в Роспотребнадзор, «забывают» подать информацию об изменениях: места нахождения организации; места осуществления деятельности организации; изменении места жительства ИП.

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

Фокус – Москва и столичный регион

С 01 апреля 2024 года нужно также сообщать в уполномоченный орган также о прекращении видов предпринимательской деятельности, уведомление о начале ведения которых подавалось ранее (п. 6 ст. 8 Закона № 294-ФЗ). Такое уведомление можно будет подать только через Госуслуги или через региональные порталы Госуслуг. Таким же образом с 01.04.2024 нужно подать уведомления об изменении места фактического осуществления деятельности, о начале отдельных видов предпринимательской деятельности. Подача уведомлений через МФЦ или непосредственно в уполномоченный орган будет невозможна.

Неуведомление о начале предпринимательской деятельности штрафуются, согласно КАП Российской Федерации.

17 июля 2024 года Правительство внесло в Госдуму законопроект «О внесении изменений в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях» № 676837-8 (см. по ссылке: <https://sozd.duma.gov.ru/bill/676837-8>), который предусматривает увеличение штрафов за неуведомление о начале предпринимательской деятельности.

Их предлагается поднять на уровень инфляции с начала действия закона в 2010 году, то есть на 145%. Для должностных лиц санкции могут вырасти с 3000–5000 рублей до 7000–12 000 рублей (ИП обычно назначают штрафы как должностным лицам), для юрлиц — с 10 000–20 000 рублей до 24 000–48 000 рублей. Аналогичная сумма наказания предусматривается за предоставление недостоверных сведений. За повторное нарушение штрафы достигнут 25 000 рублей для должностных лиц и 60 000 рублей для юрлиц.

https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/df14c21b001fo846973868efa2fa82972393f02d/

Отели и их контрольно-пропускные пункты. Реальны ли требования в условиях городской застройки?

В рамках подготовки к VII Всероссийскому форуму "Безопасность туризма и индустрии гостеприимства" от представителей отрасли начали поступать отклики на предложение по оптимизации требований Постановления Правительства РФ №447 и иных нормативных документов.

Так, у владельцев мест размещения, отнесенных к первой категории опасности вызывает вопрос реализации пункта 23 Требований, который гласит, далее цитата:

В целях обеспечения необходимой степени антитеррористической защищенности с учетом присвоенной категории опасности в отношении гостиниц первой - третьей категорий опасности дополнительно к комплексу мероприятий, предусмотренных пунктом 18 настоящего документа, осуществляются следующие мероприятия:

а) в отношении гостиниц, отнесенных к первой категории опасности: оборудование контрольно-пропускных пунктов (постов);

Однако, как показывает практика, в условиях плотной городской застройки, зачастую, проектом просто невозможно предусмотреть строительство КПП, так как входная группа отеля выходит непосредственно на городской тротуар, к подъездному карману автомобильной дороги и т.п.

Как в таком случае быть владельцу гостиничного бизнеса? Будет ли отсутствие КПП в таком случае являться нарушением действующих требований, за которое надзорные органы смогут привлечь отельеров к ответственности?

Данный вопрос, кроме прочих, будет рассматриваться в рамках проведения VII Всероссийского форума "Безопасность туризма и индустрии гостеприимства",

который состоится для отельеров 25-26 сентября в Москве. Следите за анонсами на нашем сайте и в ТГ "Безопасность туризма".

Свое мнение по оптимизации требований Постановления Правительства РФ №447 и иных нормативных документов, в том числе для обсуждения в рамках Форума вы можете направить в исполнительную дирекцию мероприятия: info@tourismsafety.ru

https://www.tourismsafety.ru/news_one_8966.html?utm_campaign=ИТОГИ_КОНФЕРЕНЦИИ&utm_medium=email&utm_source=MailoPost

Судебный прецедент, в котором гость хотел получить возмещение морального вреда с гостиницы и агрегатора бронирования, за не предоставленный номер

Истцы через сервис онлайн-бронирования отелей на **сайте Ostrovok.ru** забронировали пятиместный номер в отеле Residence de Bourgogne, Франция, Париж. Истцы вылетели из Праги в Париж и по приезду в отель выяснилось, что номер не забронирован.

Как выяснилось, туристы не получили уведомление о невозможности предоставления номера ввиду отсутствия доступа к сети интернет. При подключении к точке доступа Wi Fi в отеле Истцами было получено сообщение о том, что партнер не сможет предоставить номер в отеле, в связи с чем была предложена альтернатива из двух вариантов.

В конечном итоге Ответчиком была предложена альтернатива и оформлено бронирование. Туристами в адрес Ответчика была направлена претензия с требованием возместить понесенные расходы на такси, разницу за оплаченный городской налог, а также моральный вред в размере по 10000 рублей на каждого туриста. На основании указанной претензии «Островок» осуществил возврат расходов на такси и за оплаченный городской налог, а в компенсации морального вреда в сумме 50000 рублей было отказано.

Потребители обратились в суд с иском, в котором просят взыскать с агрегатора «Островок» компенсацию морального вреда в размере 50 000 рублей и штраф в размере 50% общей суммы, присужденной судом за несоблюдение в добровольном порядке удовлетворения требований потребителя.

Суд указал: Согласно ст. 15 Закона «О защите прав потребителей» моральный вред, причиненный потребителю вследствие нарушения исполнителем прав потребителя, предусмотренных законами и правовыми актами Российской Федерации, регулирующими отношения в области защиты прав потребителей, подлежит компенсации причинителем вреда при наличии его вины.

Размер компенсации морального вреда определяется судом и не зависит от размера возмещения имущественного вреда. Из изложенных норм права следует, что агрегатор информации может нести ответственность за убытки потребителя, но не за моральный вред, который возмещается непосредственным исполнителем.

Согласно правилам бронирования: «В случае незаселения Пользователя в Отель согласно условиям Ваучера, Пользователь имеет право требовать от Компании компенсацию в размере, не превышающем 50% от оплаченной Пользователем стоимости ранее забронированного Отеля, только в случае если (а) предложенные Отелем и Компанией варианты альтернативного размещения не соответствовали уровню ранее забронированного Отеля, и (б) невозможность размещения Пользователя в ранее забронированный Отель связана с виновными действиями (бездействием) самой Компании. В любой иной ситуации Компания имеет право, но не обязана, компенсировать Пользователю убытки или их часть, в любой форме на

усмотрение Компании, а также применять иные меры, направленные на повышение доверия Пользователя к Сервису».

В решении указано: «Тот факт, что Ответчик возместил Истцам материальный ущерб в размере 2200 рублей 31 копейка, не свидетельствует об обязанности Ответчика возместить Истцам моральный вред.

Кроме того, Истица Баландина О.А. в суде пояснила, что ненадлежащим образом Ответчик оказал услугу по бронированию отеля. В то же время, как следует из ваучера, размещение забронировано компанией TravelScape LLC. Получив ваучер, Истица видела данную информацию (что она подтвердила в суде), однако, исковых требований к компании TravelScape LLC за ненадлежащее оказание услуги по бронированию Истцы не предъявляют.

На основании изложенного суд приходит к выводу, что в удовлетворении исковых требований о взыскании морального вреда надлежит отказать.

Поскольку требование о взыскании штрафа производно от требования о взыскании морального вреда, в удовлетворении которого отказано, то во взыскании штрафа надлежит отказать.»

Решение № 2-38/20 ([https://lawnotes.ru/sudpraktika/sou/reshenie-2-38-20-ot-17.01.2020-nerehtskogo-rayonnogo-suda-\(kostromskaya-oblast\)](https://lawnotes.ru/sudpraktika/sou/reshenie-2-38-20-ot-17.01.2020-nerehtskogo-rayonnogo-suda-(kostromskaya-oblast))) от 17.01.2020 Нерехтского районного суда (Костромская область)

Росаккредитация, которая создает реестр гостиниц, стала участником большого скандала

Каждый второй орган сертификации, лицензированный Росаккредитацией, продает поддельные документы о качестве на товары

Журналистам удалось вскрыть масштабные схемы выдачи свидетельств о лабораторных испытаниях и даже получить государственный сертификат качества на несуществующие кроссовки по фото, сгенерированному нейросетью.

Росаккредитация намерена ужесточить регулирование в подконтрольной ей сфере. В частности, служба предлагает штрафовать на сумму от 600 тыс. до 1 млн руб. за выдачу сертификатов не аккредитованными организациями, а также выступает за составление соответствующих протоколов органами внутренних дел. Росаккредитация, находящаяся в ведении Минэкономки, контролирует испытательные лаборатории и органы по сертификации и отвечает за формирование национальной системы аккредитации, действующей с июля 2014 года. Заместитель директора по правовым вопросам ассоциации «Союз испытательных лабораторий и органов сертификации» Андрей Кижаяев ответил на вопросы ведущей «Коммерсантъ FM» Светланы Токаревой.

— Эксперты по-разному оценивают инициативу Росаккредитации, что вы думаете по этому поводу?

— Я считаю инициативу излишней, потому что на данный момент в законодательстве существует уже достаточно механизмов привлечения к ответственности за фальсификацию, за подлог документов. Лишним является выделение в какое-то отдельное производство документов только потому, что они называются сертификатами или декларациями. Существуют статьи о мошенничестве в уголовном праве, о подлоге документов, для этого существуют компетентные органы, которым Росаккредитация предлагает составлять протоколы. Ничего нового изобретать не нужно — все есть. Вопрос просто в реализации возможностей и полномочий.

— Чем тогда руководствуется Росаккредитация, выходя с подобной инициативой?

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

Фокус – Москва и столичный регион

— Я не знаю, чем руководствуется Росаккредитация. Сфера эта до настоящего времени остается без должного нормативного регулирования, но создание новой нормативной базы требует тщательной проработки, а не подобных инициатив, которые возникают с бухты-барахты.

— А как на сегодняшний день обстоит ситуация в целом с выдачей сертификатов? В частности, каков процент подделок?

— Я оцениваю этот процент порядка 80% от общего рынка сертификатов и деклараций.

— Мы говорим о подделках сейчас?

— Мы говорим о подделках, о фиктивных сертификатах, которые выдаются без проведения испытаний, без исследований.

— Почему это происходит?

— Это выгодно участникам рынка, поставщикам, производителям продукции, это выгодно органам по сертификации и фиктивно существующим лабораториям, потому что они получают сверхприбыли без затрат на реактивы, без затрат на персонал, на аренду помещений и так далее.

— Я правильно понимаю, что Росаккредитация своей инициативой пытается очистить рынок от подделок?

— Это задача Росаккредитации — следить за тем, чтобы деятельность аккредитованных лиц соответствовала законодательству. Просто эта деятельность может содержать в себе уголовно-наказуемые деяния, представлять собой уголовно-наказуемые деяния, и в этом случае инициатива Росаккредитации просто излишня.

— А что, она сейчас не справляется на данный момент, получается, со своими задачами?

— Если я называю цифру 80% от общего рынка подделок, — со мной согласен, я вас уверяю, множество участников рынка, — то как вы считаете, это можно считать успешной реализацией полномочий, справляется орган или не справляется?

— Даже Росаккредитация с вами согласна, поэтому она выходит с определенными предложениями, чтобы как-то изменить эту ситуацию.

— Возможно.

— Еще хотелось бы обсудить предложение о запрете рекламы сертификатов на час, что вы думаете по этому поводу?

— Трудно однозначно ответить на этот вопрос. Я понимаю, чем вызвана эта инициатива: в настоящее время на рынке действует множество посреднических организаций, участие которых скрывает незаконную, как правило, деятельность лабораторий, органов по сертификации, размывает ответственность, затрудняет привлечение к ответственности виновных лиц, затрудняет работу правоохранительных органов, таможни, той же самой Росаккредитации. Просто хотят упростить реализацию своих полномочий.

<https://www.kommersant.ru/doc/2825981>

5. Гостиничный бизнес за рубежом. Опыт, новости

В разгар сезона турецкие отели дают скидки

В последние дни в телеграм-каналах и системах бронирования туроператоров замечены щедрые скидки на отдых в Турции — туры в некоторые качественные семейные отели подешевели на 20%. Но только с вылетами в ближайшие даты. Очевидно, отельеры ощутили проседание спроса, а туроператоры пытаются заполнить последние места в самолетах.

Так, в июне тур на двоих взрослых и двоих детей с вылетом в середине июля в Green Bay Resort (Ex. Crystal Green Bay Resort & Spa) 5* (Бодрум, 50 м до моря) стоил 332 100 руб., а сейчас, с вылетом в ближайшие даты — 276 тыс. руб. Еще один вариант: Vikingen Infinity Resort 5* (Тюрклер, Аланья, 150 м до моря) в июне можно было купить только за 337 463 руб., сейчас — за 273 190 руб.

Более бюджетные варианты подешевели еще заметнее. «В последние пару недель периодически встречаются предложения поездок в Турцию на 30% дешевле, чем обычно: стартовая цена недельного отдыха на турецких курортах составляет 30 — 32 тыс. на человека, — рассказал директор по маркетингу интернет-магазина туров Travelata.ru Олег Козырев. — Раньше подобные варианты предлагали по 38 — 40 тыс. на человека».

Турецкие СМИ подтверждают: отели сейчас дают скидки, сопоставимые по размеру с теми, что были в рамках акции раннего бронирования, а иногда — даже превышающие их. По словам главного советника президента Ассоциации туристических агентств Турции (TÜRSAB) Хамита Кука, дело — в низкой загрузке некоторых объектов. Эксперт подчеркнул, что ситуация отражается на всем туристическом секторе страны и в дальнейшем может привести к тому, что туристы начнут пропускать раннее бронирование в расчете на лучшие цены позже.

Ранее СМИ в Турции сообщали, что курорты теряют доходы от туризма из-за роста цен на отели. Так, например, в Каппадокии отельеры рассказали: иностранные туристы выбирают более бюджетные варианты размещения, а отели теряют доходы. При этом высокие издержки вынуждают их дополнительно повышать стоимость номеров.

https://profi.travel/news/60402/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_31631_130724

Большинство гостей в мире забирают американские гостиничные бренды

Разумеется, в России ситуация своя и иная и свои успешные гостиничные бренды, но, что касается мира в целом, американские гостиничные компании неуклонно удерживают позицию мирового гегемона.

Девятый год подряд Hilton называют самым дорогим гостиничным брендом. Со стоимостью бренда в \$11,6 млрд. компания вновь возглавила рейтинг от Brand Finance.

При этом в рейтинге Hotels 50 доминируют гостиничные бренды Hilton, в том числе:

Hilton Hotels & Resorts (№ 1)
Hampton Inn by Hilton (№ 3)
DoubleTree by Hilton (№ 6)
Embassy Suites by Hilton (№ 8)
Home2 Suites by Hilton (№ 17)

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

Homewood Suites by Hilton (№ 26)

Conrad Hotels & Resorts (№ 30)

Curio Collection by Hilton (№ 40)

Waldorf Astoria Hotels & Resorts (№ 47)

Всего Hilton расширил свой портфель до 24 брендов с запуском Spark by Hilton и LivSmart Studios by Hilton и приобретением Graduate Hotels и NoMad.

На втором месте Hyatt - со стоимостью бренда \$6,0 млрд.

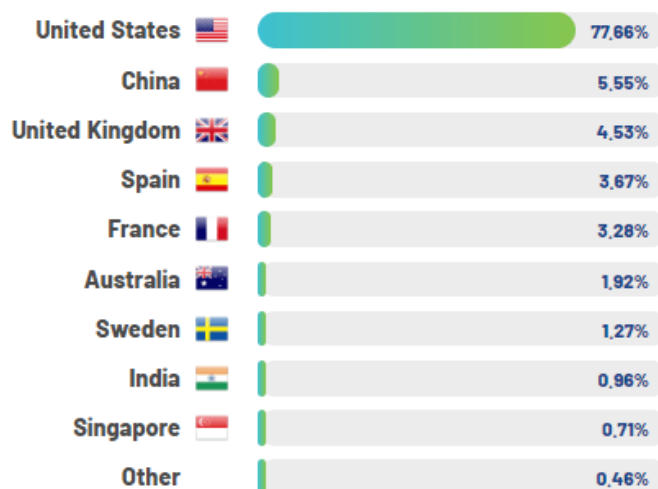
Marriott оценен в \$3,1 млрд., что позволило ему обогнать Holiday Inn (стоимость этого бренда снизилась на 24% до \$2,9 млрд.) и выйти на четвертое место.

В целом, в топ-10 гостиничных брендов восемь - американские

2024	2023	Logo	Name	Country	2024	2023
1 =	1		Hilton		\$11,564M	\$11,746M
2 =	2		Hyatt		\$6,029M	\$6,072M
3 =	3		Hampton Inn		\$4,160M	\$4,255M
4 ^	5		Marriot		\$3,142M	\$3,066M
5 v	4		Holiday Inn		\$2,865M	\$3,746M
6 ^	7		Double Tree		\$2,127M	\$2,023M
7 v	6		Shangri-La		\$1,956M	\$2,117M
8 ^	9		Embassy Suites		\$1,326M	\$1,371M
9 v	8		Sheraton		\$1,144M	\$1,612M
10 ^	11		Comfort		\$1,120M	\$1,198M

Распределение стоимости гостиничных брендов по странам (оценка - Brand Finance) - 2024 год

BRAND VALUE BY COUNTRY



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

На втором месте, но с сильным - колоссальным - отставанием по месту на мировом гостиничном рынке идет Китай, и именно бренд, принадлежащий этой стране (Shangri-La), оказался один из двух не американских брендов в топ-10.

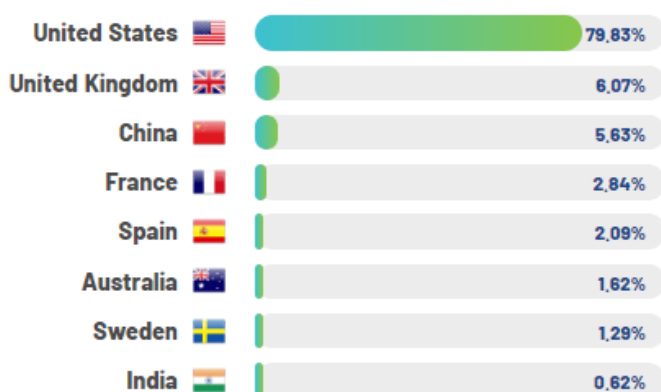
По сравнению с 2023 годом доля американских компаний на мировой гостиничной арене сократилась всего на 2 п. п.

Доля Китая осталась практически неизменной, но из-за того, что просел британский* Holiday Inn**, Китай поднялся на второе место рейтинга, а UK сдвинулось на строчку вниз.

Испания обошла Францию, хотя обе эти страны несколько увеличили свои доли в глобальном раскладе брендов.

Распределение стоимости гостиничных брендов по странам 2023 год

BRAND VALUE BY COUNTRY



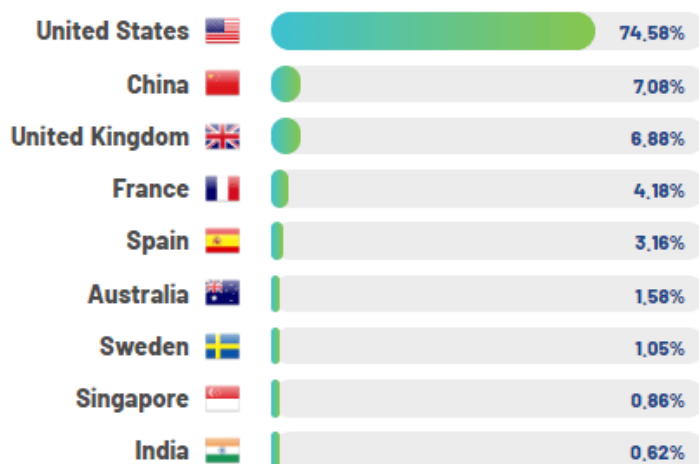
Ранее, в 2022 году, как раз Великобритания шла за США.

*) В 1988 году Holiday Corporation была куплена британской компанией Bass PLC. **) В таблице выше Holiday Inn ошибочно обозначена американским флагом

А что было в разгар пандемии? А вот тогда доля американских брендов несколько снизилась, Китай занял второе место. В остальном картина мало отличалась от той, что сложилась теперь.

Распределение стоимости гостиничных брендов по странам (оценка - Brand Finance) - 2021 год

BRAND VALUE BY COUNTRY



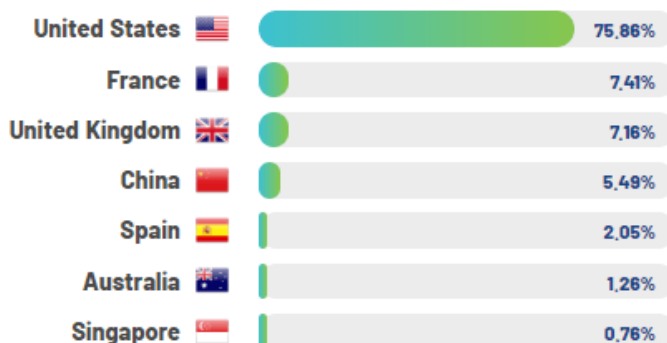
Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

Для сравнения можно посмотреть, как выглядела картина по брендам в 2020 году. А вот там интересно - на втором месте шла Франция (Ассог в первую очередь, конечно). Только потом уже Великобритания, Китай и Испания.

Распределение стоимости гостиничных брендов по странам (оценка - Brand Finance) - 2020 год

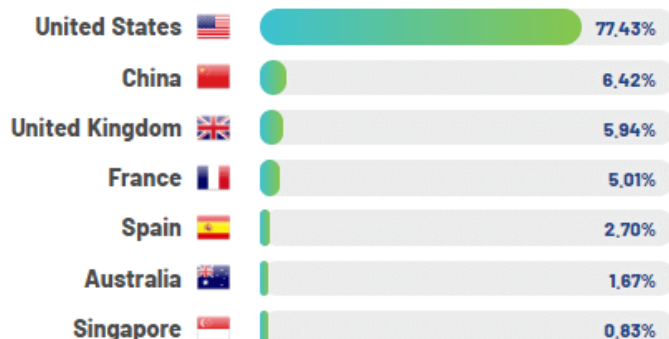
BRAND VALUE BY COUNTRY



При этом в допандемийный - 2019 год - в разгар массового туризма Франция занимала только четвертое место, а на втором месте был Китай!

Распределение стоимости гостиничных брендов по странам (оценка - Brand Finance) - 2019 год

BRAND VALUE BY COUNTRY



Вряд ли диспозиция брендов заметно изменится на мировом рынке в ближайшее время. Американские бренды наращивают свое присутствие и в Европе (включая турцию), и на Ближнем Востоке, и в Азии, и в том же Китае.

Европейским брендам не хватает охвата, чтобы набрать капитализацию и попасть в топ-10.

В России, разумеется, ситуация своя и свои успешные гостиничные бренды.

О трендах на гостиничном рынке России (и горизонтах для Cosmos Hotel Group, например) на конференции «Наши Мегатренды» в Санкт-Петербурге недавно рассказывал Артем Малинин, генеральный директор отелей Cosmos Selection Italyanskaya 5* и Cosmos Royal Nevsky Hotel 5*.

<https://hotelier.pro/news/item/bolshinstvo-gostey-v-mire-zabirayut-amerikanskie-brendy/>

AZIMUT Hotels открыла первый отель сети в Узбекистане

Крупнейшая российская гостиничная сеть AZIMUT Hotels продолжает расширять географию присутствия. 9 июля состоялось открытие первого отеля сети в Узбекистане

AZIMUT Отель Ташкент 4* — это новое современное здание, прекрасно расположенное на одной из центральных улиц Ташкента — на улице Шота Руставели. Дорога на автомобиле из Международного аэропорта имени Ислама Каримова занимает всего около 5 минут. В удобной транспортной близости находится Центральный железнодорожный вокзал, также в шаговой доступности расположен Южный железнодорожный вокзал.

В отеле 50 номеров различных категорий. Инфраструктура включает парковку на 30 машиномест, ресторан европейской и национальной кухни, рассчитанный на 100 человек, с летней террасой на крыше с отличным панорамным видом на Ташкент, фитнес-клуб с бассейном и финской сауной, а также SPA-комплекс. Для проведения деловых мероприятий предусмотрен современный конференц-зал вместимостью до 80 человек.

Узбекистан стабильно пользуется популярностью среди путешественников. В 2023 году страну посетило более 6,6 млн. человек. Рост туристического потока по сравнению с аналогичным периодом прошлого года превышает 26%. Растущая туристическая популярность закономерно формирует запрос на новые гостиничные объекты в Узбекистане.

<https://hoteliernews.ru/azimut-hotels-otkryla-pervyy-otel-seti-v-uzbekistane>

6. Полезное и интересное для отеля

Профессии в гостиницах: что отомрет, что родится (?)

Какие профессии в гостиницах пропадут или значительно сократятся в ближайшие годы по мнению ChatGPT:

1. Регистраторы (ресепшенисты): Самообслуживание и цифровые киоски для регистрации и выезда становятся все более популярными, что снижает необходимость в традиционных регистраторах.
2. Консьержи: С развитием мобильных приложений, искусственного интеллекта и виртуальных помощников гости могут получать информацию и бронировать услуги без помощи консьержей.
3. Обслуживающий персонал (уборщики): Роботы для уборки комнат и общественных зон могут заменить часть обслуживающего персонала.
4. Операторы по бронированию: Автоматизация процессов бронирования и использования онлайн-платформ снижает необходимость в сотрудниках, занимающихся бронированием вручную.
5. Официанты и бармены: В некоторых отелях уже тестируют роботов-официантов и барменов, которые могут обслуживать гостей в ресторанах и барах.
6. Телефонисты и операторы колл-центров: Виртуальные ассистенты и чат-боты становятся более эффективными в обработке запросов и предоставлении информации гостям.

Какие профессии в гостиницах появятся или станут более востребованными в ближайшие годы по мнению ChatGPT:

1. Специалист по управлению цифровым опытом гостей: Этот специалист будет заниматься управлением и улучшением цифровых интерфейсов и услуг, предлагаемых гостям, включая мобильные приложения, системы самообслуживания и виртуальных помощников.
2. Аналитик данных и специалист по искусственному интеллекту: Аналитики данных будут использовать большие данные и искусственный интеллект для анализа поведения гостей, предсказания их потребностей и оптимизации всех аспектов гостиничного бизнеса.
3. Куратор уникальных впечатлений: Такие специалисты будут разрабатывать и предлагать гостям уникальные и персонализированные впечатления, мероприятия и услуги, чтобы улучшить их пребывание и создать незабываемые моменты.
4. Техник по обслуживанию роботов и автоматизированных систем: С увеличением числа роботов и автоматизированных систем в гостиницах, появится необходимость в специалистах, которые будут заниматься их обслуживанием и ремонтом.
5. Менеджер по устойчивому развитию и экологии: В связи с растущим вниманием к вопросам экологии и устойчивого развития, появятся специалисты, которые будут разрабатывать и внедрять экологически чистые практики и технологии в гостиницах.
6. Специалист по виртуальной и дополненной реальности: Такие специалисты будут использовать технологии виртуальной и дополненной реальности для создания уникальных впечатлений для гостей, например, виртуальные экскурсии по отелю или местным достопримечательностям.
7. Менеджер по кибербезопасности: С увеличением объемов цифровых данных и онлайн-сервисов, обеспечение безопасности информации гостей станет

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

Фокус – Москва и столичный регион

критически важной задачей, что потребует квалифицированных специалистов по кибербезопасности.

8. Специалист по гостевым отношениям и омниканальному маркетингу: Этот специалист будет координировать взаимодействие с гостями через все доступные каналы (социальные сети, электронная почта, мобильные приложения и др.), чтобы обеспечить единый и согласованный опыт на всех этапах пребывания.

<https://rg.ru/2023/04/25/chatgpt-nazval-10-samyh-vostrebovannyh-professij-budushchego.html>