



Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 0802-2024

С 13 по 31 августа 2024 года

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

Отели в России рискуют потерять господдержку

Разработка закона о регулировании цен на отели приостановлена

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков

РФ

России нужна комплексная реформа гостиничной отрасли, считает президент

РСТ

Дефицит кадров может привести к снижению качества обслуживания в гостиницах

«Набег» маркетплейсов на кадры. Острая проблема туристической индустрии

Одна ночь в российских отелях в летнем сезоне стоит около 7 000 рублей

В ХМАО отели будут сертифицировать Роскачество

В летнем сезоне Калининградская область снова востребована у российских туристов

«AZIMUT HOTELS» приобретет гостиницу в центр Казани

COSMOS HOTEL GROUP будет управлять гостиницей в Ленобласти

Выручка Cosmos Hotel Group выросла на 62%

Спрос на отели, в которых можно заселяться с животными, вырос на 26%

4. Юридический практикум для отельеров и вопросы безопасности

Банк России вернулся к повышению ключевой ставки —она увеличена с 16% до 18%. К чему приведет такое решение регулятора?

В РСТ оценили влияние высокой ключевой ставки на туристскую отрасль

РСТ предлагает снизить страховые взносы для гостиничного бизнеса

Мнение регионов: К разработке унифицированного перечня запрещенных к проносу (провозу) предметов, веществ и материалов необходимо подходить системно

Гостиницы. Постояльцы с оружием. Что делать?

Пожар в гостинице. Погибли люди. Владелец арестован.

Хозяин гостиницы выстрелил в ногу постояльца за шум в номере.

Почти 20 человек пострадали в Южной Корее в результате пожара в отеле

Схема мошенничества с бронированием отеля «за отзыв»

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

Фокус – Москва и столичный регион

5. Гостиничный бизнес за рубежом. Новости и аналитика

Сезонность не фактор влияния

Турецкий отельер: мы впервые за 10 лет снизили цены в высокий сезон

6. Полезное и интересное для отельера

«Для развития внутреннего туризма нам не хватает доброжелательности и логистики»

Большие дела

Разоблачение мифов об электронных замках. Специально для отельеров!

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 в России рискуют потерять господдержку

В России может замедлиться темп строительства гостиниц

На последней встрече представителей туротрасли с министром экономического развития России Максимом Решетниковым, которая состоялась в июне, отельеры не смогли получить точный ответ, будет ли продлено действие 141 постановления правительства о льготных кредитах на строительство отелей. Об этом 22 августа сообщил журналистам президент Российского союза туриндустрии Илья Уманский. По его словам, в предыдущие этапы Минэкономразвития смогло договориться с Минфином о значительном увеличении объема финансирования, так число поступивших заявок, превысило размер выделенных средств. Все проекты подтвердили. Однако по риторике министра стало ясно, что дальнейшее массовое финансирование по 141 постановлению не предусмотрено.

При этом, по его словам, возможно его «локальное» продление — например, скорее всего, будет поддерживаться проект «Пять морей и озеро Байкал». Но нельзя сказать, что найдутся средства на поддержку других территорий в значительном масштабе.

Это, по мнению экспертов, может снизить темпы возведения гостиниц, так как такие инвестиции окупаются довольно долго. Соответственно, стимула для строительства отелей не будет. Гостиницы активно возводились, например, к олимпиаде в Сочи, потом их строительство прекратилось. Горизонт планирования инвесторам дало именно 141 постановление. Если раньше, по словам эксперта, срок окупаемости отеля уходил в бесконечность, после выхода постановления он составил 10-12 лет, инвесторы смогли рассчитывать на прибыль в обозримом будущем. Прекращение действия льгот может вызвать у бизнеса вопрос, зачем в принципе строить гостиницы.

Кроме того, если льготное кредитование останется лишь для отдельных проектов, например, «Пять морей и озеро Байкал», получается, что государство решает за инвесторов, где им строить, а это уже некоммерческая история. Да, на курортах, и на Байкале нужны новые отели. Но инвесторы, например, на Алтае и в других регионах не смогут возводить гостиницы, оказавшись в невыгодном положении.

https://profi.travel/news/60724/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_32115_220824

Разработка закона о регулировании цен на отели приостановлена

Турбизнесу России удалось отсрочить продвижение законопроекта о государственном регулировании цен на гостиничные услуги в период проведения особо значимых мероприятий.

Законопроект разрабатывали ФАС России и Минэкономразвития по поручению правительства РФ от 16 апреля 2024 года. Российский союз туриндустрии (РСТ) последовательно отстаивал позицию о нецелесообразности такого закона и в итоге позиция отраслевого союза была поддержана заместителем председателя правительства РФ Дмитрием Чернышенко.

В своем обращении к главе правительства Михаилу Мишустину Чернышенко указывает на позицию Минэкономразвития России о нецелесообразности введения ценового регулирования на гостиничные услуги, в том числе, путем установления предельных уровней цен.

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

Фокус – Москва и столичный регион

В свою очередь, ФАС России признало антимонопольное регулирование этой сферы неэффективным с учетом низкой концентрации рынка гостиничных услуг, отсутствия на нем доминирующих хозяйствующих субъектов, а также признаков картельного поведения участников рынка.

Мерами антимонопольного регулирования оказывать влияние на снижение цен на гостиничные услуги в периоды проведения особо значимых мероприятий не представляется возможным, а иные способы решения проблемы, кроме принятия соответствующего законопроекта, отсутствуют, считают в ФАС.

Проведенный этим ведомством мониторинг ценообразования на гостиничные услуги в Санкт-Петербурге во время проведения Петербургского международного экономического форума (ПМЭФ) и стоимости размещения в гостиницах показал рост от 125% до 746%. Однако эти данные основывались на стоимости услуг размещения только в 10 гостиницах премиум-сегмента, рекомендованных к бронированию оператором ПМЭФ. По мнению Минэкономразвития, эта проблема может быть устранена в случае отсутствия опубликованного оператором ПМЭФ перечня рекомендованных гостиниц.

По данным РСТ, за две недели до ПМЭФ в 2024 году цены на гостиницы 3* и ниже повысились в Санкт-Петербурге лишь на 8% при среднемесячном июньском повышении на 12,5%, а отелей 5* – на 16% при среднемесячном июньском повышении на 19%.

При этом данные Росстата подтверждают отсутствие дефицита мест в средствах размещения, в том числе, в премиум-сегменте, в период проведения ПМЭФ. Средняя загрузка гостиниц Санкт-Петербурга составила в июне 2022 года 54%, в июне 2023 года 57%, в июне 2024 59%.

Пока дальнейшая работа над законопроектом прекращена. До 1 июля 2025 года на РСТ, Минэкономразвития, ФАС, Фонд «Росконгресс» и соответствующие субъекты РФ возложена обязанность вести мониторинг цен на гостиницы во время проведения особо значимых мероприятий.

<https://hotelier.pro/press/item/razrabotka-zakona-o-regulirovanii-tsen-na-oteli-priostanovlena/>

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

России нужна комплексная реформа гостиничной отрасли, считает президент РСТ

Высокая фискальная нагрузка и низкая рентабельность – главные проблемы российской гостиничной отрасли.

Чтобы в стране строились не только малые средства размещения, но и крупные гостиницы, что будет способствовать росту конкуренции и, соответственно, снижению цен, необходимо, прежде всего, уменьшить налоговую нагрузку на отели. Об этом заявил президент Российского союза туриндустрии (РСТ) Илья Уманский на встрече с журналистами.

По его словам, гостиничная отрасль подошла к некоему рубежу, после которого может начаться серьезное торможение ее развития.

«Здесь нужны, на наш взгляд, не точечные решения, а комплексная реформа, направленная на выравнивание условий для различных участников этого рынка. Сейчас строится довольно много отелей, но подавляющее большинство из них небольшие. Крупных мало, причем, строиться они могут фактически только при условии получения государственных субсидий, то есть благодаря 141 постановлению правительства о льготных кредитах на строительство отелей. Без них при нынешнем уровне ключевой ставки, высоком имущественном налоге, который составляет 2%, а с 2025 года будет увеличен до 2,5%, а также длительном сроке окупаемости крупные проекты инвесторам не интересны. Предприниматели уходят в малый бизнес», - сказал он.

В крупных гостиницах, в частности, курортных с большой территорией, размер имущественного налога, по данным РСТ, сопоставим с годовыми тратами на оплату труда персонала. При этом апартаменты, которые сейчас представляют практически такой же, как и гостиницы, сервис и конкурируют с ними напрямую, имущественного налога не платят.

«Введенный недавно туристический налог, который к 2029 году должен вырасти до 5%, может нанести еще один удар по гостиничной отрасли даже при существующих мерах господдержки. Этот налог платится с услуги размещения, но во многих курортных отелях она, помимо непосредственно проживания, включает также завтрак или даже «все включено». Соответственно, 5% налог для них окажется просто разорительным. В этих условиях можно предположить, что бизнес пойдет по пути сокращения или упрощения предоставляемых услуг. Будет продаваться только размещение, а всё остальное – за дополнительную плату. Не хотелось бы, чтобы итогом долгого пути турбизнеса по созданию богатого, насыщенного турпродукта стала его деградация», - сказал Илья Уманский.

«У РСТ нет пока готовых решений, но мы понимаем, что они жизненно необходимы, если мы хотим, чтобы в стране строились крупные гостиничные проекты, а главное, чтобы эта отрасль могла развиваться самостоятельно, без государственной поддержки, без ущерба для бюджета. Мы все понимаем, что бюджет не бездонный», - добавил он.

Тем более, что, по его словам, неясно, будет ли вообще продолжено массовое финансирование отелей по 141 постановлению. По крайней мере, на встрече главы Минэкономразвития Максима Решетникова с турбизнесом в июне нынешнего года ответа на этот вопрос не прозвучало. Определенно будут поддерживаться крупные федеральные гостиничные проекты, прежде всего, «Пять морей и озеро Байкал», но

готов ли бюджет субсидировать на льготных условиях и другие проекты, ясности нет. Соответственно стимула для строительства отелей у инвесторов будет еще меньше.

Постановление правительства №141 предусматривает выделение кредитов по субсидируемой государством ставке от 3% до 5% инвесторам для реализации проектов, необходимых для устойчивого развития внутреннего и въездного туризма. В частности, такие кредиты можно получить на создание инфраструктуры горнолыжных курортов, парков развлечений, строительство гостиничных и многофункциональных комплексов.

<https://welcometimes.ru/opinions/rossii-nuzhna-kompleksnaya-reforma-gostinichnoy-otrasli-schitaet-prezident-rst>

Дефицит кадров может привести к снижению качества обслуживания в гостиницах

Об этом журналистам сообщил президент Российского союза туриндустрии Илья Уманский. Он отметил, что в случае сохранения дефицита кадров в отрасли качество обслуживания в гостиницах будет становиться хуже. Уровень сервиса не удастся удержать на текущем уровне.

Илья Уманский рассказал, что в текущем году у крупных отелей, расположенных на берегу Черного моря, наблюдается некомплект кадров в размере 20%. Тенденция не радует.

Эксперт отметил, что в индустрии туризма автоматизация рабочих процессов весьма ограничена. Из-за этого дефицит кадров будет вызывать острые проблемы. Илья Уманский подчеркнул важность обучения кадров, а также создания условий для увеличения зарплат в индустрии, которые уступают другим отраслям.

На портале **hotelier.pro** был опубликован материал, посвященный дефициту кадров в гостиничной отрасли (см. по ссылке: <https://hotelier.pro/personal/item/nabeg-marketpleysov-na-kadry-ostraya-problema-turindustrii/>).

<https://hotelier.pro/personal/item/defitsit-kadrov-mozhet-privesti-k-snizheniyu-kachestva-obslyuzhivaniya-v-gostinitsakh/>

«Набег» маркетплейсов на кадры. Острая проблема туриндустрии

Тема дефицита кадров в гостеприимстве не просто обострилась в этом году, а стала угрожающе тревожной.

«За кадры неизбежна конкуренция отраслей сервиса с производственными отраслями», - отметила на панельной дискуссии во время форума «Путешествуй!» в Москве *Татьяна Илюшникова, заместитель Министра экономического развития Российской Федерации.*

Это так, несомненно. При этом людские ресурсы активно «вампируют» маркетплейсы с их разбухающей инфраструктурой. Укусы маркетплейсов для кадровой экосистемы страны очень чувствительны!

Недавно Forbes суммировал, как выглядит набег маркетплейсов на кадры, назвав e-commerce и маркетплейсы «пожирателями людей» (!).

Компании из сегмента электронной коммерции за последние три года создали сотни тысяч новых рабочих мест и переманили на них линейный персонал практически из всех отраслей. Это стало одной из причин тотального дефицита кадров в стране и спровоцировало гонку зарплат, которую многие компании уже не выдерживают - пишет Forbes).

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

Фокус – Москва и столичный регион

Если в 2020 году, по подсчетам Data Insight, в России насчитывалось 46 000 пунктов выдачи заказов (ПВЗ), то в 2024 году - уже более 150 000 (полагает гендиректор «INFOLine-Аналитики» Михаил Бурмистров).

На каждый ПВЗ нужно от двух до трех человек. Таким образом, количество занятых только в обслуживании ПВЗ выросло с 92 000 человек в 2020 году до 200 000 - 300 000 на начало 2024 года.

Кроме ПВЗ, неотъемлемой частью инфраструктуры e-commerce, в первую очередь маркетплейсов и крупных онлайн-магазинов, являются склады. В 2020 году Wildberries, Ozon и «Яндекс Маркет» суммарно занимали 900 000 кв м действующих качественных складских площадей, в 2023 году — уже 5,1 млн кв м (приводит данные Forbes). В работе склада площадью 100 000 кв м в среднем задействовано 4000-5000 человек. Таким образом, с 2020 года количество сотрудников складов e-commerce должно было вырасти с 36 000 до 204 000 человек.

Самой «человекоемкой» сферой e-commerce остается курьерская служба. В России в 2023 году работало более 1 млн курьеров, из них более 300 000 в Москве и Московской области и более 100 000 в Санкт-Петербурге и Ленинградской области, что на 30-35% больше, чем в 2022 году.

В целом, только на позициях складских работников, сотрудников ПВЗ и курьеров в сегменте e-commerce задействованы более 1,4 млн человек. Это неполная цифра, поскольку в ней не учтены сотрудники специализированных интернет-магазинов, сотрудники селлеров-юрлиц, водители, персонал dark kitchen и dark store и ряд других позиций, то есть оценку 1,4 млн человек нужно считать минимальной.

E-commerce продолжает инвестировать в интенсивное расширение, его игроки агрессивно сосредоточены на захватываемых долях рынка, расширении и экспансии в новые регионы, а не на конкретном финансовом результате. Бизнесы других сфер находятся на другом уровне развития и не могут позволить себе аналогичные инвестиции.

Стоит подчеркнуть, что маркетплейсы быстро заметили и подхватили новую тенденцию на рынке труда - «платформенную» занятость. Раньше потенциальному кандидату были важны официальное оформление в штате компании и гарантии по ТК РФ. Сейчас же многие стараются работать, не заключая трудовой договор, чтобы иметь гибкий график и не оставаться привязанным к одному месту. Маркетплейсы подхватили этот тренд и предоставляют такие возможности работникам.

О целесообразности применения такого подхода и в гостеприимстве говорил на весеннем форуме Ассоциации Загородных Отелей Николай Филатов, генеральный директор ZONT Hotel Group. «Студентам мы платим конкретно за смену и под них подстраиваем рабочий график. Сейчас мы должны быть гибкими, особенно с молодыми людьми», - сказал он (см. репортаж на Hotelier.pro).

Между тем, Илья Уманский, президент Российского Союза Туриндустрии (РСТ), отмечает: «У нас усугубляется не только дефицит кадров в отрасли, у нас обостряется дефицит молодых людей вообще». К 2030 году их окажется на 40% меньше, чем сейчас.

Кадровая проблема - удел не одной только России. Турция привлекает в свой гостиничный и туристический сектор 100 тысяч человек из соседних с Россией стран, тем самым лишая российский бизнес возможности успешно черпать оттуда «трудолюбивых мигрантов». На этом фоне разговоры о 10 000 горничных из Конго уже не кажутся чем-то в духе рассказов барона Мюнхаузена.

А ведь активно развивается туризм и в Саудовской Аравии. И здесь нужны люди. И бизнес не может ждать - инвестиции, сроки, деньги, прибыль.

«Потребуются госмеры по завозу внешней рабочей силы в страну с созданием мест для размещения релокантов», - считает Илья Уманский.

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

Фокус – Москва и столичный регион

«Нужны коливинги для внешней рабочей силы. Субсидии государства в строительстве такого проживания - тоже станет мерой поддержки развития туризма в стране», - поддерживает предложение Елена Лысенкова, эксперт гостинично-туристической сферы.

«Параллельно нужно вводить инструменты переобучения людей, а не ориентироваться на «детей» - добавляет Илья Уманский.

«Молодежь видит в туризме возможность подработать на лето, а не то направление, где они будут работать постоянно, делать карьеру», - заметила Наталья Костенко, заместитель председателя Комитет по туризму и развитию туристической инфраструктуры Государственной Думы РФ.

«Мы как раз не делаем ставку на молодежь в Cosmos Academy, а на переобучение тех, кто когда-то получил другую специальность, но работать по ней им стало не интересно», - сообщила на панельной дискуссии Анна Кувайцева, вице-президент Cosmos Hotel Group.

*) О чем еще говорили на дискуссиях на форуме «Путешествуй» - см. в репортаже на Hotelier.pro «Схватка регионов ...»

«Стимулировать молодежь нужно идеей посмотреть страну, нашу Россию, работая в отелях», - добавляет Наталья Костенко.

ОК, но такое предложение упирается в вопрос стоимости проживания. На курортах - в силу наплыву туристов - взвинчиваются цены на любое жилье. И снова решение сводится к необходимости качественных общежитий для персонала. (В инвестпроектах необходимо предусматривать места для проживания персонала). Даже высокие зарплаты сильно обнуляются из-за конкуренции с туристами за жилье.

Еще одно предложение по стимулированию интереса к работе в гостеприимстве: «Если человек 3-5 лет проработал в отрасли, то затем ему нужно предоставить право на бесплатное обучение на бакалавриате». Но вопрос - за чей счет? Как к такому предложению отнесутся ВУЗы?

«Нужны короткие программы, предотвращающие уход из отрасли уже на этапе обучения», - заметила Елена Кузнецова, директор, Институт «Яков и Партнеры».

Притупить кадровый голод поможет высвобождение кадров из механических профессий - говорит Ирина Орландини-Авруцкая, основательница международной консалтинговой компании Like4Like.

«Каждый раз, когда мне на платной дороге человек протягивает терминал, я думаю: Зачем здесь сидит этот человек, почему он не может работать в сервисе? - замечает она. - И таких кадров у нас в стране миллионы. Хотелось бы, чтобы структуры, которые занимаются управлением этими объектами, задумались об автоматизации и смогли высвободить эти кадры для тех профессий, в которых они действительно нужны».

Если развивать эту мысль, то, скажем, в госсекторе огромный массив избыточных и непрофильных активов. По оценкам экономистов, их «передача в рынок» снизила бы расходы бюджета примерно на 2 трлн рублей ежегодно, а рынок труда получил бы как минимум 1,5 млн человек.

Как ни крути, от человека-сберегающих решений не уйти - нужно внедрять все, что может повысить производительность на сотрудника - считает Елена Кузнецова.

Т.е. - больше выжимать из людей и/ или внедрять автоматизацию / роботизацию -?

Нужно принимать во внимание и зачастую резко выраженную сезонность туризма и гостеприимства во многих регионах (да и в мегаполисах тоже!). В высокий

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

Фокус – Москва и столичный регион

сезон загрузка отелей может быть 80-90%, в низкий - 20-30% (и вообще отели на Юге могут просто закрываться на зиму). Соответственно, и спрос на персонал падает.

В таком случае, стоит ли взять на вооружение комплексный подход - летучие студенческие отряды в высокий сезон и гибридная, платформенная занятость в низкий?

Решение кадрового вопроса прямо связано с лояльностью и вовлеченностью сотрудников. Поэтому не случайно именно под таким названием («ЛОВ - Лояльностью и Вовлеченность») в Санкт-Петербурге в этом году проходила особая стратегическая сессия для отельеров (см. репортаж на [Hotelier.pro](https://hotelier.pro)).

Такие ноухау, брейнсторм сессии, вероятно, станут регулярным явлением. Верится, что не только будут кадры на выход из отрасли, но и будет выход(ы) в решении кадрового кризиса в гостеприимстве.

<https://hotelier.pro/personal/item/nabeg-marketpleysov-na-kadry-ostraya-problema-turindustrii/>

Одна ночь в российских отелях в летнем сезоне стоит около 7 000 рублей

Об этом сообщили представители сервиса «Яндекс Путешествия». Наиболее востребованными являются отели категории 3 звезды. Их доля в продажах составляет 31%. На втором месте по уровню спроса находятся гостиницы категории 4 звезды — 22% от общего числа продаж.

В сервисе онлайн-бронирования уточняют, что в категории «глэмпинги» средняя стоимость проживания в уходящем летнем сезоне составляет порядка 10 300 рублей. На втором месте — санатории, где одна ночь обойдется в 10 200 рублей. Наиболее бюджетными способами проживания являются гостевой дом - 4 600 рублей за ночь и хостел — 1 700 рублей за ночь.

Этим летом активно растет спрос на размещение в глэмпингах. По статистике сервиса «Яндекс Путешествия» число бронирование в летний сезон выросло в 2.9 раза. Хорошую динамику показали гостевые дома (рост в 1.6 раза) и базы отдыха (+ 1.8 раза).

Статистика от Яндекс Путешествия о средней стоимости ночи в разных объектах размещения в России:

- Глэмпинг — 10 300 руб.
- Санаторий — 10 280 руб.
- База, дом отдыха — 9 800 руб.
- Отдых на ферме — 9 000 руб.
- Турбаза — 7 700 руб.
- Гостиница — 7 000 руб.
- Апартаменты — 6 400 руб.
- Кемпинг — 5 800 руб.
- Гостевой дом — 4 600 руб.
- Общежитие — 2 300 руб.
- Хостел — 1 700 руб.

<https://hotelier.pro/press/item/odna-noch-v-rossiyskikh-otelyakh-stoit-v-srednem-poryadka-7-000-rublej-v-letnem-sezone/>

В ХМАО отели будет сертифицировать Роскачество

Соответствующее соглашение подписали Фонд развития Югры и «Российская система качества» (Роскачество) в рамках форума проекта «Мастера гостеприимства». Средства размещения Ханты-Мансийского автономного округа (ХМАО) первыми в России начнут проходить сертификацию своих услуг по стандартам Роскачества. В том числе будут оцениваться соблюдения стандартов Muslim-friendly, China-friendly и Halal. Об этом журналистам ТАСС сообщил директор Фонда развития Югры Роман Колупаев.

Соответствие высоким международным стандартам позволит увеличить туристический поток в регион, позволит взаимодействовать с международными организациями-партнерами. Роман Колупаев подчеркнул, что все средства размещения, которые пройдут сертификацию будут включены в реестр Роскачества. На таких объектах будет проводиться аудит по методу «тайный гость», будет возможность участвовать в программах повышения квалификации.

Отметим, что по предварительной информации турпоток в ХМАО в 2023 году составил более 1.2 миллиона человек. По сравнению с 2022 годом показатель вырос на 35%. В первой половине 2024 года регион принял порядка 800 000 человек. Объем платных услуг в туристической отрасли в прошлом году составил 86 миллиардов рублей, что в 1.5 раза больше показателей 2022 года.

<https://hotelier.pro/press/item/v-khmao-oteli-nachnut-prokhodit-sertifikatsiyu-po-standartam-roskachestva/>

В летнем сезоне Калининградская область снова востребована у российских туристов

Об этом сообщили в Российского союзе туриндустрии (РСТ) со ссылкой на участников рынка. Регион пользуется спросом как у самостоятельных, так и у организованных туристов.

В гостиницах, расположенных на побережье Балтийского моря уже давно нет свободных мест. Основные продажи были сделаны в начале 2024 года. Сейчас остаются свободные места только в дорогостоящих номерах люкс. Осенью в Калининградской области пройдет множество мероприятий, поэтому бизнес ждет большое число деловых и корпоративных туристов.

Также эксперты отмечают, что из-за повышенного спроса гостиницы поднимали цены несколько раз в сезон. Ранее такого не наблюдалось. Средний рост цен составил 20-25% по отношению к прошлому году.

В начале августа в СМИ появилась информация, согласно которой расходы путешественников в Калининградской области в первой половине 2024 года составили порядка 10.1 миллиарда рублей. Об этом говорил врио губернатора региона.

<https://hotelier.pro/press/item/v-letnem-sezone-kaliningrad-snova-vostrebovan-u-rossiyskikh-turistov/>

«AZIMUT HOTELS» приобретет гостиницу в центр Казани

Об этом сообщили журналисты издания РБК. Компания «Azimut Hotels» договорилась о приобретении «Ibis Kazan». Объект расположен в историческом центре города. В настоящее время объект работает под брендом Accor. После заключения сделки управление гостиницей возьмет на себя «Azimut Hotels».

Номерной фонд «Ibis Kazan» составляет 155 единиц, а площадь — 5 900 квадратных метров. Отель работает с июня 2009 года. Сумма сделки может составить порядка 1.5 миллиардов рублей. Такую сумму назвали опрошенные РБК эксперты.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Они также подчеркнули, что здание гостиницы является современным, поэтому дополнительные расходы на реконструкцию или изменение концепции не нужны.

<https://hotelier.pro/press/item/azimut-hotels-priobretet-gostinitsu-v-tsentre-kazani/>

COSMOS HOTEL GROUP будет управлять гостиницей в Ленобласти

Речь идет об объекте «Резиденция Рошино». Об этом сообщили сотрудники пресс-службы гостиничного оператора.

В настоящее время ведутся строительные работы. Ввод в эксплуатацию намечен на 2026 год. Номерной фонд объекта составит 150 номеров. Отель будет соответствовать категории 5 звезд. Проект предусматривает на территории комплекса строительство спа-центра, фитнес-клуба, бассейна, ресторана и другие объекты туристической инфраструктуры. Объем инвестиций превышает 15 миллиардов рублей.

Ранее в СМИ публиковалась информация о планах властей Ленинградской области по увеличению числа мест размещения. Губернатор региона отметил, что в 2023 году область приняла 15 миллионов туристов, из которых ночевали в гостиницах порядка 6 миллионов человек. Дополнительно сообщается, что за последние 15 лет туристический поток в Ленобласть вырос в 2 раза. Основной вклад в рост показателя сделал Санкт-Петербург.

<https://hotelier.pro/press/item/cosmos-hotel-group-budet-upravlyat-gostinitsey-v-lenoblasti/>

Выручка Cosmos Hotel Group выросла на 62%

РИА Новости. Выручка Cosmos Hotel Group (входит в АФК "Система") в первом полугодии выросла на 62% в сравнении с аналогичным периодом прошлого года - до 7,6 миллиарда рублей.

"Выручка группы в первом полугодии 2024 года выросла на 62% год к году и достигла 7,6 миллиарда рублей за счет развития бизнеса гостиничной сети и консолидации отелей, приобретенных в марте 2023 года. Во втором квартале выручка компании показала рост на уровне 52% и составила 4,8 миллиарда рублей, положительная динамика выручки в этом периоде обусловлена органическим ростом бизнеса – увеличением загрузки номеров и ростом доходности номерного фонда", - говорится в сообщении компании.

Положительная динамика обусловлена притоком новых гостей и увеличением загрузки в сочетании с положительной динамикой среднего чека, в том числе за счет развития дополнительных услуг, отмечается в сообщении.

Отельный бренд Cosmos Hotel Group был создан в 2018 году. В портфель компании входят 36 отелей в 22 городах страны, номерной фонд составляет 9,8 тысяч номеров.

<https://realty.ria.ru/20240829/cosmos-1969269832.html>

Спрос на отели, в которых можно заселяться с животными, вырос на 26%

Об этом сообщили представители сервиса «Яндекс Путешествия». Бронирования гостиниц и апартаментов, где разрешено проживания с животными, выросли на 26% по сравнению с 2023 годом. Средняя стоимость проживания составляет 7 660 рублей. Поездка планируется за 21 день. В сервисе «Яндекс

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

Фокус – Москва и столичный регион

Путешествия» выделил регионы, демонстрирующие наибольшую динамику поездок с животными:

Волгоградская область (+34%);

Тверская область (+25%);

Ярославская область (+24%);

Татарстан (+21%);

Карелия (+19%).

Также компании «Авто.ру» и «Яндекс Путешествия» провели опрос, приуроченный к международному дню собак, который отмечается 26 августа. Исследование показало, что 85.7% владельцев собак берут их в турпоездку.

<https://hotelier.pro/tourizm/item/spros-na-oteli-v-kotorykh-mozhno-zaselyatsya-s-zhivotnymi-vyros-na-26/>

4. Юридический практикум для отельеров и вопросы безопасности

Банк России вернулся к повышению ключевой ставки —она увеличена с 16% до 18%. К чему приведет такое решение регулятора?

При «ключе» в 16% ставки кредитов достигали 22-25%. Теперь они неминуемо подрастут еще как минимум на пару процентов. Можно предположить, что компании и потребители станут брать меньше займов, чтобы не переплачивать заоблачные проценты. Как следствие — первые произведут и продадут (или приобретут) меньше товаров. Вторые — снизят покупательский спрос.

Регулятор (ЦБ) рассчитывает, что новая ставка, а также жесткий сигнал рынкам о ее сохранении на высоком уровне дольше, чем ранее ожидалось, охладят высокий кредитный спрос и позволят снизить растущую инфляцию. Перегрев российской экономики, возникший в том числе из-за нехватки рабочей силы и производственных мощностей, в ЦБ считают максимальным с кризисного 2008 года.

Кстати, на Hotelier.pro месяц назад выходила любопытная публикация: «НАБЕГ» МАРКЕТПЛЕЙСОВ НА КАДРЫ- см. по ссылке: <https://hotelier.pro/personal/item/nabeg-marketpleysov-na-kadry-ostraya-problema-turindustrii/>.

Эпоха высокой ключевой ставки грозит затянуться надолго - ЦБ рассматривает горизонт высокого «ключа» до конца 2025 года.

Вдогонку сразу после повышения КС рынок облетела тревожная новость: власти могут свернуть программы льготного кредитования МСП «1764». Правительство обсуждало отмену льгот на стратегической сессии в связи с их растущей стоимостью для бюджета (опять же!) из-за высокой ключевой ставки. По программе «1764» предприниматели могли взять кредит по максимальной ставке 15,75%. Субсидия банкам рассчитывается как ключевая ставка, уменьшенная на 8,75% и на 7,75% — для малых и средних предприятий соответственно.

Высокий «ключ» — всегда время вкладчиков. Очевидно, что высокий и практически безрисковый доход по депозитам привлекает внимание к вкладам даже у гуру инвестиций, которые выводят деньги из биржевых активов или недвижимости и «паркуют» в банках.

Таким образом финансисты давят остальной бизнес, в качестве аргумента используя растущую инфляцию. Обещают понизить в следующем году инфляцию до 4% в год через закачивание всех свободных денег в банки на растущую сверхдоходность на депозитах.

Говорится, что инвестиции в производство хотя и увеличивают отстающий от спроса выпуск, но сопровождаются увеличивающим инфляцию ростом издержек. Поэтому, по словам Председателя ЦБ России Эльвиры Набиуллиной, «резервы рабочей силы и производственных мощностей практически исчерпаны, а эффект инвестиций проявится лишь со временем, в текущем же моменте издержки при реализации инвестпроектов растут».

ЦБ пообещал, что будет держать высокую КС столько, сколько потребуется, чтобы справиться с инфляцией. Похоже, что в ближайшие полгода мы вряд ли увидим кардинальные перемены. Ведь регулятор повысил прогноз по инфляции в 2024 году до 6,5–7%. Как прогнозирует ЦБ, с учетом проводимой денежно-кредитной политики годовая инфляция снизится до 4–4,5% в 2025 году и будет находиться вблизи 4% в дальнейшем.

«Новых проектов станет меньше и чем выше будет ключевая ставка и чем сложнее будет получать субсидированную ставку по кредитам на новые проекты, тем меньше их будет, - комментирует *Андрей Ткачев, генеральный директор компании «Норд Хотелз»* (управляющей, в том числе, отелем «Введенский» в Санкт-Петербурге). - При действующей коммерческой ставке строительство и реконструкция зданий под гостиницы уже не выгодны. Срок окупаемости и раньше был от 12 до 16 лет, а сейчас превращается в 20 лет. Не много охотников на такое найдется...».

Очевидно, что выиграют, прежде всего, те предприятия, что имеют высокий уровень достаточности капитала или работают на тех рынках, где уровень конкуренции ниже, что позволяет финансировать заказы прежде всего за счет авансов покупателей / клиентов. Проиграют те компании, что работают на рынках с высоким запросом на размер капитала и высокой зависимостью от заемного финансирования.

«Одна из функций денег - перераспределение ресурсов на потребление и инвестиции. Мы привыкли молиться на деньги - дешевые деньги видятся вроде скатерти-самобранки: только дай и все заколосится. Но это работает пока в экономике есть неиспользуемые ресурсы - труд, производственные мощности и т.п.», - объясняет *Роман Еремян, директор Центра стратегического анализа и разработок Союза Туризма и Гостеприимства*.

«Россия же столкнулась с ситуацией, когда потребовалось оперативно наращивать в разы выпуск военной продукции и транспортной инфраструктуры, - продолжает он. - И все это в условиях острого дефицита квалифицированной рабочей силы и довольно скромных производственных мощностей. Тридцать пять лет экономика страны выглядела так - продаем ресурсы, покупаем импорт и через торговлю и отверточную сборку распределяем. Внезапно оказалось, что эта модель закончилась».

«Проблема текущего момента - ограниченность ресурсов, необходимых для производства, - добавляет Роман Еремян. - И если гражданскому сектору не ограничить доступ к деньгам в условиях дефицита ресурсов, он будет оттягивать на себя часть рабочей силы и ресурсов, необходимых тем направлениям, которые государство видит приоритетными. Это влечет дополнительный рост инфляции через стоимость труда и ресурсов и проблемы с выполнением различных госпрограмм. Таким образом сейчас решается задача сдержать любую кредитную и инвестиционную активность по тем направлениям, которые могли бы оттянуть на себя ресурсы, нужные в других местах».

«Одновременно происходит стерилизация избыточной денежной массы, которая заходит в экономику через бюджетные расходы и эмиссию, на депозитах под высокую ставку, - продолжает эксперт. - При этом возможно субсидирование ставки по кредитам по направлениям и отдельным проектам в объемах, которые бюджет может себе позволить и готов смириться с оттягиванием на них ограниченных материальных и трудовых ресурсов.

Но есть и хорошая новость: когда активные боевые действия закончатся, ставка начнет снижаться, все зажатые на депозитах деньги снова хлынут на рынок, с рабочей силой станет на короткое время чуть-чуть полегче и вот тут-то эти ресурсы можно будет встречать богатыми инвестиционными идеями и мощными планами развития».

Год назад Михаил Швецов, совладелец отеля *Mirotel* в Новосибирске, уже комментировал для *Hotelier.pro* рост ключевой ставки (тогда до 12%) таким образом:

«Я расцениваю данную ситуацию с точки зрения экономики: нужно было удержать курс. Курс свыше 100 рублей за доллар действительно уже критичен для

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

Фокус – Москва и столичный регион

людей. Тем более, сейчас идет период отпусков. Соответственно, люди ещё планируют отпуска, сидят на чемоданах, отправляются в путешествия. Многие не оплатили свои поездки. Поэтому где-то это неплохая мера, но я боюсь, что, если эту меру затянуть и, допустим, сохранить до октября или конца года, то это поведёт к последствиям. Я о том, что те проекты, которые сейчас были в стадии «прорисовки» и в их экономике банковский процент закладывался, я думаю, на уровне, приблизительно 8% не более, то многие проекты, в том числе, в гостиничной индустрии, могут остаться не запущенными (см. публикацию **НОВАЯ КЛЮЧЕВАЯ СТАВКА – НОВЫЕ ВЫЗОВЫ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ**. См. по ссылке <https://hotelier.pro/news/item/novaya-klyuchevaya-stavka-novye-vyzovy-gostinichnoy-industrii/>).

Год спустя наш портал вновь попросил Михаила прокомментировать развитие событий с повышением ключевой ставки.

«Мое отношение к повышению ключевой ставки, как и год назад, остается неизменным — негативным, - говорит Михаил Швецов. - Я считаю, что для туристической индустрии в нашей стране делается явно недостаточно, чтобы обеспечить амбициозные стратегии Министерства экономического развития по развитию туризма в России. На мой взгляд, принятое решение о повышении ставки фактически блокирует большинство сделок по купле-продаже как новых отелей, так и действующих комплексов, которым необходима реконструкция или обновление собственников. Это не что иное, как тормоз для всей отрасли».

«Постановление 141 и постановление 1764 действуют недостаточно эффективно, - продолжает совладелец Mirotel. - С точки зрения финансов, по постановлению 1764 доступные средства крайне ограничены. Что касается 141-го, оно тоже имеет свои нюансы. Во-первых, критерий в 120 номеров ограничивает многие возможные сделки, делая их просто невозможными. Во-вторых, за последние девять месяцев я предпринимал попытки воспользоваться этими программами, обращаясь в разные банки. В одних мне сообщали, что лимиты исчерпаны, в других — что максимальная сумма кредитования составила 500 миллионов. Но как можно найти отель с 120 номерами за такие деньги? Это же абсурд!»

«Некоторые ограничения могли быть связаны с залогами или другими аспектами, но в итоге мы так и не смогли добиться положительного заключения от банков, несмотря на все усилия, - продолжает наш собеседник. - Мы вели переговоры с шестью-семью банками, пытаюсь выкупить несколько объектов для различных нужд, но все попытки оказались безрезультатными. Каждый раз те же слова: лимитов нет, приходите через полгода. Когда мы вернулись, выяснили, что ситуация не изменилась, а другие девелоперы из «отложенного списка» уже получили финансирование».

«Лично я считаю, что постановление абсолютно не подходит для туристических проектов и небольших девелоперов вроде нас. Мы не нацелены на крупные суммы, а просто хотели реализовать хороший проект с высокой окупаемостью. Нам были нужны деньги под 3-5%, а при ставках выше 11% проект теряет рентабельность. Наша надежда на восстановление госпрограмм не сработала. Потенциальные сделки и другие программы с фиксированной ставкой 15% становятся недоступными — не каждый проект способен на такую нагрузку, и лимиты стоят на пути».

«Все это приводит к выводу: текущая денежная политика и работа государственных программ неэффективны, - резюмирует Михаил Швецов. - Почему я не могу обратиться в удобный для меня банк? Почему у него может не хватить лимитов? Я общался с несколькими девелоперами, которые успешно внедрили в эти программы, но они просто успели подать заявки раньше нас. Мы же подались

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

Фокус – Москва и столичный регион

чуть позже и в итоге оказались не у дел. Это выглядит как ограничивающая государственная программа, а не как поддержка развития отрасли. У меня есть активы, которые можно заложить, и я хочу развивать и строить новые отели. Но с текущими условиями это превращается в настоящую борьбу за выживание».

«В условиях высокой ставки, только некоторые виды гостиничного бизнеса, такие, как быстрые и эффективные проекты вроде глэмпингов или небольших баз, могут оказаться жизнеспособными. В противном случае, традиционные отели и более крупные проекты становятся экономически непривлекательными. Это также создает значительные ограничения для инвестиций в развитие туристической инфраструктуры, что противоречит долгосрочным целям страны по развитию туристической отрасли».

«Важно учитывать, что рост процентных ставок также влияет на конечного потребителя. Увеличение цен на услуги, вызванное высоким уровнем кредитов для бизнеса, снижает покупательную способность населения и делает отдых менее доступным для многих граждан, - обращает внимание эксперт. - Это, в свою очередь, ведет к снижению общей привлекательности туристического сектора».

Заметим, Hotelier.pro как раз обращал внимание на обострение вопроса о доступности внутреннего туризма для россиян (см. публикацию ДЕЛЮ №... «ДОСТУПНОСТЬ ТУРИЗМА», см по ссылке: <https://hotelier.pro/tourizm/item/dostupnost-turizma/>).

Стоит обратить внимание, что август, наряду с декабрем - один из самых активных с точки зрения потребления месяцев (сбор детей в школу, траты на отпуск и т.д.). Общая ситуация показывает, что потенциал для разгона инфляции к сентябрю формируется достаточно значительный и этот фактор, вкупе с погодными условиями, будет оказывать существенное влияние на потребительский рынок.

«Сегодняшняя инфляция в российской экономике возникла по искусственным причинам, - между тем высказал мнение 30 июля депутат Госдумы, зампред комитета ГД по экономической политике, доктор экономических наук Михаил Делягин в беседе с радиостанцией «Говорит Москва». - Дело не в том, что у людей много денег, а в том, что не ограничивают монополии, которые задирают цены. Повышая стоимость кредита, ЦБ повышает издержки в экономике и тем самым повышает цены. В результате регулятор, напротив, разгоняет инфляцию, рассуждая о том, как он её подавляет».

«В этом контексте, государственные программы, направленные на поддержку отрасли, нуждаются в переосмыслении, - резонно замечает Михаил Швецов. - Важно создать условия, при которых гостиничный бизнес сможет развиваться, получая кредиты по более доступным и экономически обоснованным ставкам. Это не только поможет улучшить финансовую устойчивость предприятий в туристической индустрии, но и обеспечит рост местной экономики через создание рабочих мест и увеличение налоговых поступлений от развивающегося сектора».

<https://hotelier.pro/news/item/vse-vyshe-i-vyshe-i-vyshe-k-chemu-privedet-povyshenie-klyuchevoj-stavki/>

В РСТ оценили влияние высокой ключевой ставки на туристскую отрасль

Высокая ключевая ставка является серьезным препятствием для развития туристической инфраструктуры. Для стимулирования инвестиций требуется ее снижение. Такое мнение высказали в Российском союзе туриндустрии (РСТ).

В пресс-службе организации цитируют президента РСТ Илью Уманского. Эксперт отмечает, что повышение ключевой ставки ведет к увеличению стоимости кредитов, что является существенной проблемой для гостиничной отрасли, где

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

Фокус – Москва и столичный регион

окупаемость проектов, как правило, долгая, а уровень рентабельности невысокий. Даже при прежних уровнях ставки срок окупаемости был больше 10 лет. Илья Уманский считает, что единственный способ сохранения инвестиционной активности — программы государственной поддержки, которые субсидируют ставки по кредитам. Также высокая ставка по депозитам не стимулирует инвесторов вкладываться в бизнес.

<https://hotelier.pro/press/item/v-rst-otsenili-vliyanie-vysokoy-klyuchevoy-stavki-na-turisticheskuyu-otrasl/>

РСТ предлагает снизить страховые взносы для гостиничного бизнеса

Российский союз туриндустрии (РСТ) направил соответствующее предложение в министерство экономического развития. Об этом написали журналисты издания «Ведомости» со ссылкой на свои источники.

В объединении предлагают снизить размер страховых взносов для коллективных средств размещения до 7.6%. Именно столько в настоящее время платит компании, работающие в области информационных технологий. С 2025 года льготу получают и производственные компании, относящиеся к малому и среднему бизнесу. В настоящее гостиничный бизнес платит страховые взносы по ставке 15%.

Представители РСТ отмечают, что наличие льготы позволит бизнесу решить вопрос с кадрами, который в настоящее время стоит очень остро. В отелях расходы на работников варьруются от 25% до 50% от прибыли.

<https://hotelier.pro/press/item/rst-predlagaet-snizit-strakhovye-vznosy-dlya-gostinichnogo-biznesa/>

Мнение регионов: К разработке унифицированного перечня запрещенных к проносу (провозу) предметов, веществ и материалов необходимо подходить системно

В адрес исполнительной дирекции VII Форума "Безопасность индустрии гостеприимства" поступают мнения и предложения по проблемным вопросам антитеррористической защиты проектируемых, строящихся, реконструируемых и действующих объектов туристской инфраструктуры, в том числе гостиниц и иных средств размещения.

ДОСМОТР

Некоторые эксперты отрасли предлагали разработать и утвердить единый (базовый) перечень запрещенных к проносу (провозу) на объекты туристской инфраструктуры веществ и материалов, так как в настоящее время такой единый перечень отсутствует.

По мнению представителей министерстваа туризма Самарской области подходить к его разработке необходимо системно.

"Что касается вопроса разработки унифицированного перечня запрещенных к проносу (провозу) на территории предметов, веществ и материалов, а также регламентации требований по их оснащению инженерно-техническими средствами досмотра (выявления, обнаружения), то эффективное решение проблемы безопасности требует системного подхода, основанного на анализе функционирования объектов, выявления наиболее уязвимых зон и особо опасных угроз, составление всех возможных сценариев криминальных действий", - прокомментировала и.о. министра туризма Самарской области А.Н.Чтецова.

Что касается регламентации действий персонала гостиниц и иных средств размещения в случае выявления радиоактивных, взрывчатых, отравляющих веществ, токсичных химикатов, патогенных биологических агентов, оружия, боеприпасов, наркотических средств и других опасных предметов, и веществ, то на эту проблему в Самарской области существует особое мнение.

"Эффективное использование инженерно-технических средств досмотра подразумевает постоянное нахождение в гостинице сотрудников органов внутренних дел, поскольку правом досмотра граждан наделяются только уполномоченные лица". - подчеркнула и.о. министра туризма Самарской области А.Н.Чтецова.

Приглашаем Вас высказать свое мнение и предложение по данным и другим проблемным вопросам антитеррористической защиты проектируемых, строящихся, реконструируемых и действующих объектов туристской инфраструктуры, в том числе гостиниц и иных средств размещения.

Свое мнение или предложение можно направить на почту: admin@tourismsafety.ru

<https://tourismsafety-forum.ru/tpost/hvn2j4m9t1-mnenie-regionov-effektivnoe-ispolzovanie>

Гостиницы. Постояльцы с оружием. Что делать?

▪ Правилами оборота гражданского и служебного оружия и патронов к нему сегодня вся ответственность по хранению оружия возлагается на владельца оружия, даже в местах временного размещения. Владелец гостиницы тут в стороне.

▪ В свою очередь требования антитеррористического законодательства обязывают отельера установить обязательный пропускной режим на территории гостиницы и даже приобрести средства досмотра, но что с ними делать и с тем, что вдруг и обнаружится - непонятно.

▪ Ассоциация "Безопасность туризма" представил типичные ситуации при заселении в отель и составила рекомендации, которые основываются исключительно на официальных разъяснениях Росгвардии, имеющиеся в нашем распоряжении. Смотрите подробнее:

https://www.tourismsafety.ru/news_one_7038.html

Пожар в гостинице. Погибли люди. Владелец арестован.

В Лобне арестован собственник гостиницы, подозреваемый в оказании услуг, не отвечающих требованиям безопасности жизни и здоровья, в результате которых пострадали пять человек, двое из которых погибли

Следственным отделом по г. Химки ГСУ СК России по Московской области задержан 43 - летний мужчина, являющийся владельцем гостиницы, где произошло возгорание. Он подозревается в совершении преступления, предусмотренного ч. 3 ст. 238 УК РФ (оказание услуг, не отвечающих требованиям безопасности жизни и здоровья). По ходатайству следствия судом в отношении подозреваемого избрана мера пресечения в виде заключения под стражу.

Ранее сообщалось, что 12 августа 2024 года в здании гостиницы в городском округе Лобня произошло возгорание. После ликвидации пожара двое человек госпитализированы в медицинское учреждение в тяжелом состоянии, где впоследствии скончались. Ещё трое потерпевших получили ожоги различной степени тяжести. В ходе следствия также установлено, что подозреваемый, являясь индивидуальным предпринимателем, не по назначению использовал жилой дом, в котором оказывал услуги по аренде жилых помещений, не отвечающие требованиям

правил пожарной безопасности. В ближайшее время мужчине будет предъявлено обвинение.

<https://tourismsafety.ru/tpost/44scpakun1-pozhar-v-gostinitse-pogibli-lyudi-vladel>

Хозяин гостиницы выстрелил в ногу постояльца за шум в номере.

Прокурором Гороховецкого района утверждено обвинительное заключение в отношении отельера. Он обвиняется в совершении преступления, предусмотренного п. «а, в» ч. 2 ст. 115 УК РФ (умышленное причинение легкого вреда здоровью, вызвавшее его кратковременное расстройство, совершенное из хулиганских побуждений, с применением оружия).

По версии следствия, 09.05.2024 потерпевший находился в номере одного из гостиничных комплексов Гороховца, когда к нему постучался хозяин гостиницы с претензией о якобы доносившемся из номера крика ребенка. На надуманное замечание потерпевший никак не отреагировал, после чего пришедший взял из своего автомобиля травматический пистолет и вернулся к номеру потерпевшего. Последний во избежание конфликта вышел на территорию гостиничного комплекса, однако обвиняемый догнал его и беспричинно выстрелил из травматического пистолета в ногу жертвы.

Вину в инкриминируемом деянии злоумышленник не признал.

Уголовное дело завели по ч. 2 ст. 115 УК РФ (умышленное причинение легкого вреда здоровью, вызвавшее его кратковременное расстройство, совершенное из хулиганских побуждений, с применением оружия). Вину мужчина не признал.

Расследование уже завершили. Дело передано в суд. Хозяину гостиницы грозит до 2 лет лишения свободы.

<https://tourismsafety.ru/tpost/4v4ax02h51-hozyain-gostinitsi-vistrelil-v-nogu-post>

Почти 20 человек пострадали в Южной Корее в результате пожара в отеле

Девятнадцать человек погибли или получили ранения в результате пожара, который произошел вечером 22 августа в городе Пучхон к западу от Сеула.

Как сообщили представители следственных органов, пожар начался 22 августа в 19:39 в одном из номеров на 8-м этаже девятиэтажного здания отеля, расположенного в микрорайоне Чундон административного округа Вонми Пучхона.

Пожарные достаточно оперативно прибыли на место трагедии, однако из-за быстрого распространения огня и дыма появились жертвы. Некоторые из погибших были найдены в лобби и на лестнице гостиницы, где они скончались от отравления дымом. По свидетельству очевидцев, ряд людей прыгали прямо из окон, будучи отрезанными огнем от выходов.

Огонь был полностью потушен менее чем за три часа, но жертв оказалось очень много. Всего в здании на момент пожара находилось 27 человек, а так или иначе пострадали 19. Состояние некоторых раненых очень тяжелое, врачи продолжают бороться за их жизни.

В полиции Пучхона заявили, что они сформировали объединенную следственную группу, которая занимается изучением причин возгорания, а также того, почему так много оказалось жертв. Некоторые СМИ сообщили, что в гостинице были допущены грубые нарушения техники пожарной безопасности - в здании не работала автоматическая система пожаротушения.

<https://rg.ru/2024/08/23/pochti-20-chelovek-postradali-v-iuzhnoj-koree-v-rezultate-pozhara-v-otele.html>

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

Схема мошенничества с бронированием отеля «за отзыв»

Портал о туризме и индустрии гостеприимства Welcome Times не раз поднимал тему важности информационной безопасности.

Например, отельер Олег Козыров поделился кейсом мини-отеля «Южная Дача» (г. Геленджик) о том, как не стать жертвой сайтов-клонов.

Сегодня руководитель HOTCONSULTING Роман Сабиржанов поднял вопрос мошеннической схемы, которая связана с казалось бы легким способом заработка — «за отзыв» отелю.

Жительница Охи попала на мошенническую схему, предложившую быстрый заработок на бронировании номеров в отелях. Сначала мошенники платили небольшие суммы за тестовые задания, вызывая доверие.

Затем они просили жертву за ее счет бронировать номера, обещая вернуть деньги с 18-20% доплатой.

На первых порах это работало, но затем суммы бронирования росли, а в итоге мошенники просто исчезли с деньгами.

В итоге 36-летняя женщина забронировала 30 номеров на общую сумму 380 тыс. рублей и осталась ни с чем.

Мошенническая схема работает следующим образом:

1. Жертва проходит небольшое тестовое задание и получает первую небольшую оплату (500-1000 руб).

2. Мошенники дают ссылки на отели, где жертва должна оставлять лайки или отзывы, и просят указать реквизиты карты для перевода оплаты.

3. После этого мошенники просят жертву забронировать номера в отелях за свой счет, обещая вернуть деньги с 18-20% доплатой.

4. На первых порах деньги действительно возвращаются с доплатой, чтобы вызвать доверие.

5. Затем суммы бронирования начинают расти, а в какой-то момент мошенники просто исчезают с деньгами.

Будьте внимательны и не позволяйте мошенникам обмануть вас!

<https://welcometimes.ru/opinions/shema-moshennichestva-s-bronirovaniem-otelya-za-otzyv>

5. Гостиничный бизнес за рубежом. Новости и аналитика

Сезонность не фактор влияния

Интервью с Валерием Дехтярём, генеральным менеджером Renaissance Minsk Congress Hotel & Spa Center.

Республика Беларусь укрепляет свои позиции в туристических предпочтениях россиян.

Участники туристического рынка отмечают, что причина популярности страны кроется не только в доступных ценах, но и в хорошей транспортной доступности, стабильном качестве услуг и созданных благоприятных условиях для поездок россиян в Республику Беларусь.

Одним из флагманов приема гостей из России является Renaissance Minsk Congress Hotel & Spa Center (и уже далеко не первый год!). Как обстоят дела у отеля в 2024 году, решил из первых рук узнать постоянный автор Hotelier.pro Павел Баскаков (сев за руль автомобиля и отправившись своим ходом в столицу дружественной державы).

В Минске автор встретился с Валерием Дехтярём, генеральным менеджером Renaissance Minsk Congress Hotel & Spa Center, и задал генеральному менеджеру несколько вопросов.

Павел Баскаков: Валерий, скажите, лето для вас — время наплыва гостей из России?

Валерий Дехтярь: Для нашего отеля сезонность не влияет на загрузку, ведь гости приезжают к нам круглый год — корпоративные группы, конференции с проживанием и индивидуальные гости. Пользуется популярностью российские новогодние каникулы и период майских праздников — загрузка отеля гостями из России повышается в разы. Разумеется, гости приезжают и на выходные в течение года, ведь они любят Минск и наш отель. В последнее время загрузка в отеле стабильно высокая.

Павел Баскаков: Какие гости едут к вам из России?

Валерий Дехтярь: К нам едут разные категории гостей: очень сложно выделить определенный сегмент гостей — к нам приезжают бизнесмены, артисты, спортсмены, и просто желающие провести время в Минске. Летом увеличивается, скажем, семейный сегмент — гости приезжают со своими детьми во время каникул. Для автомобилистов есть большая парковка.

Павел Баскаков: Да, это я с удовольствием отметил. Причем, она бесплатная для гостей отеля! Много ли гостей из России приезжает к вам на своих автомобилях?

Валерий Дехтярь: У нас большая охраняемая парковка на 167 мест — она полностью автоматизирована и оснащена системой распознавания номеров. Для проживающих в отеле «Ренессанс» открытый паркинг предоставляется бесплатно. Также на нем имеется видеонаблюдение и возможность приобрести месячный абонемент. Хорошее преимущество — наличие электроразрядок для гостей с электроавтомобилями — больше ни у кого из отелей в Минске нет такой возможности. Еще есть закрытый vip-паркинг за дополнительную плату. Нам удалось улучшить привлекательность нашего отеля для отдыха в столице Беларуси. Что касается расположения, до центра города — рукой подать, недалеко авто- и железнодорожный вокзалы, удобное транспортное сообщение. А еще для проживающих бесплатный неограниченный доступ в акватермальную зону, с самым большим закрытым бассейном среди отелей Минска.

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

Павел Баскаков: Какие каналы бронирования используют гости, чтобы попасть к вам?

Валерий Дехтярь: Наш отель старается сделать все возможное, чтобы гостям было у нас удобно. Как правило, встречают по одежке, и в этом отношении наш сайт – наша визитная карточка, его мы стараемся сделать максимально удобным. Несмотря на то, что сайт достаточно молодой, он находится в топ-10 по поисковой выдаче. Недавно мы адаптировали мобильную версию сайта, чтобы гостям было удобно бронироваться через модуль бронирования на сайте (renaissance.by). Кстати, за год после запуска сайта, количество бронирований через него выросло аж в 5 раз! Также гости могут забронировать проживание у нас по телефону отдела бронирования, где наши специалисты помогут выбрать номер по запросу гостя, либо же оформить бронирование через «Островок», TripAdvisor или другое OTA. Кроме того, мы можем сориентировать гостей по любым вопросам в нашем официальном аккаунте Instagram*

*Несмотря на блокировку и запрещение сервисов компании МЕТА в РФ, некоторые гости из России по-прежнему пользуются данным каналом связи и обращаются к нам через него. В Беларуси МЕТА не находится под ограничениями, на момент написания статьи.

Павел Баскаков: Скажите, готовы ли вы жертвовать частью загрузки отеля ради более высокого ADR?

Валерий Дехтярь: Мы всегда оперативно отслеживаем рынок, оперативно реагируем на все изменения и тенденции, априори пытаюсь сохранить баланс между загрузкой и ADR. Это очень важная и тонкая работа.

Павел Баскаков: Какова, в целом, конкурентная среда в Минске - много отелей борется за внимание гостей? Как вам видится конкурентная среда в Минске в сравнении с Москвой, где вы тоже работали?

Валерий Дехтярь: В Минске же не так много отелей категорий 5 звезд, как в Москве, их там намного больше. Также в Москве большее количество проводимых ивентов, выставок, конференций – активностей разного формата, которые помогают повышать отелям стабильную загрузку. Для того, чтобы привлечь гостей, важно иметь широкую линейку предложений и предоставлять высококачественное обслуживание.

Павел Баскаков: Поддавливают ли рынок апарт-отели?

Валерий Дехтярь: Гости апарт-отелей – другая целевая аудитория. Это люди, которым интересен немного иной отдых. Наши гости выбирают полный комфорт, когда ни о чём думать не нужно.

Павел Баскаков: В какой мере доезжают до вас гости из Китая и арабских стран?

Валерий Дехтярь: На данный момент авиасообщения с дальним зарубежьем ограничены. Из Китая летает один рейс два раза в неделю, но это преимущественно бизнес-сегмент гостей, не туристы. Учитывая наличие авиасообщения с Турцией, в нашем отеле довольно много гостей из этой страны. Это один из основных наших туристических потоков из дальнего зарубежья. Огромного наплыва нет, однако гости приезжают. Надеемся, что вскоре откроется рейс Бахрейн – Минск и Катар - Минск, а также станет больше рейсов, связывающих нас с Турцией, ОАЭ.

Павел Баскаков: Расскажите о ваших номерах клубной категории.

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

Валерий Дехтярь: «Клубный» номер представляет собой удобный номер площадью 30 кв м. К услугам гостей - бесплатный доступ в представительскую гостиную, завтрак формата «шведский стол» в ресторане, неограниченный доступ в акватермальную зону. Также услуги бизнес-центра включены в стоимость проживания. Гости, проживающие в данной категории номеров, располагают отдельным входом на этаж со всем необходимым для работы и отдыха.

Павел Баскаков: Как вы сотрудничаете с туроператорами, какая доля загрузки приходится на них?

Валерий Дехтярь: Мы работаем с крупными туроператорами, привлекая разные сегменты своими возможностями: самый большой и разнообразный номерной фонд, отличная площадка для проведения банкетных мероприятий, аквазона, казино и т.д. Доля гостей от туроператоров немалая, но хочется улучшать и развивать туристическую привлекательность Беларуси и ожидать большего потока гостей. Что касается отеля «Ренессанс», мы прикладываем максимум усилий для популяризации нашего направления.

Павел Баскаков: Программа лояльности у вас от Renaissance / Marriott Вopвоу или своя?

Валерий Дехтярь: В отеле «Ренессанс» разработана собственная программа лояльности - Safmar Collection. Она предназначена для постоянных гостей группы отелей «Сафмар Плаза» в Москве, Минске и Астане. С условиями и предложениями можно ознакомиться на нашем сайте. Особенность программы в том, что привилегии предоставляются сразу же после приобретения карты. Гостям не нужно копить баллы.

Павел Баскаков: Судя по большому количеству конференц-залов, деловой туризм и MICE имеют для вас немалое значение. Насколько большое?

Валерий Дехтярь: Соглашусь, это направление имеет важное значение, оно заложено даже в названии нашего отеля. Деловой туризм развивается, восстанавливается. Гости нас знают и любят, также как и мы их. Если упомянуть наши возможности, у нас самый большой бальный зал в Минске как по размерам, так и по оснащённости. Кроме того, отведен отдельный банкетный этаж с большим фойе, где расположены шесть конференц-залов с естественным освещением на 50-70 человек каждый, которые трансформируются между собой. Также имеются две переговорные комнаты для небольших мероприятий. Наша команда разработала специальное банкетное меню для мероприятий, включая организацию свадеб, торжеств и других памятных поводов. Мы работаем на рынке выездного кейтеринга и бортового питания. Объем большой, мы никогда не стоим на месте, потому что считаем этот бизнес очень важным для нас.

Павел Баскаков: Остро ли в Минске стоит вопрос с кадрами в сфере гостеприимства? Как вы находите кадры? Сколько времени у вас занимает обучение / онбординг новых сотрудников?

Валерий Дехтярь: Как и в любом сегменте, в сфере hospitality существуют определённые сложности с подбором персонала. Все отели в Минске испытывают потребность в высококвалифицированных сотрудниках. Вопрос острый, и, в основном, в операционных отделах. Поиском специалистов занимаемся самостоятельно, обучаем их по мировым стандартам, благодаря обучающим программам, которые внедрили ранее. Мы стараемся создать комфортные условия работы, чтобы привлекать лучших специалистов для работы в нашем отеле. Говоря о старте карьеры, мы сотрудничаем с учебными заведениями, и рады молодым специалистам. Для новых членов команды предусмотрен адаптационный период.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Адаптация нужна, чтобы новые сотрудники почувствовали себя полноценными членами команды. Они проходят тренинги и знакомятся с программами внутреннего распорядка. Говоря о поддержке наших сотрудников, у нас есть мотивационные программы: ежеквартальные номинации «Лучший сотрудник», «Лучший менеджер», есть номинации «Лучший работник по продажам», а также – по комментариям гостей.

В планах — улучшать социальный пакет для наших сотрудников, потому что рынок диктует свои условия, и мы находимся в условиях жесткой конкуренции. Также мы проводим ежегодную индексацию зарплат.

Павел Баскаков: Какую автоматизацию / цифровизацию вы внедрили или собираетесь внедрять?

Валерий Дехтярь: Как я отметил ранее, мы внедрили современную автоматизированную парковку. Также недавно нашим гостям стала доступна оплата чаевых персоналу безналичным способом. Это гораздо удобнее, ведь не все носят с собой «наличку».

Кроме того, у нас внедряется (опция доступна в тестовом режиме) оплата специальных пакетных предложений по QR-коду. В Беларуси это только внедряется, и мы хотим быть одними из первых.

В планах — глобальная автоматизация всех услуг отеля для гостей: заказать еду в ресторане с наглядными фотографиями, оформить заказ рум-сервиса, заказать трансфер до аэропорта или приобрести массаж в оздоровительном центре – все это поможет гостям не задумываться ни о чем и наслаждаться комфортным отдыхом, возвращаясь к нам вновь и вновь.

<https://hotelier.pro/interviews/item/kogda-sezonnost-ne-faktor-vliyaniya/>

Турецкий отельер: мы впервые за 10 лет снизили цены в высокий сезон

Однако «эпоха продажи номеров по 40 евро в Турции закончилась».

После низкой загрузки отелей в июле туристический сектор Турции впервые за 10 лет пошел на снижение цен в высокий сезон. Загрузку удалось поднять на приемлемый уровень после акций и распродаж в августе. Об этом заявил президент Ассоциации туристических отельеров и операторов Чешме Якуп Демир.

«Негативные события в июле побудили нас к действию, — сказал он. — Хотя и не все наши отели, особенно 5-звездочные, обновили свои цены, все же стоимость проживания снизилась. Средняя цена номера сегодня фактически равна прошлогодней».

В итоге, по его словам, в середине августа заполняемость объектов размещения в Турции превысила 80%.

Однако представители турбизнеса отмечают, что снижение цен больше всего повлияло на местных туристов. При этом отсутствие притока иностранной валюты негативно влияет на отельный бизнес. А прибыль отельеров с нынешними ценами едва покрывает расходы.

Между тем, президент Федерации отельеров Турции (TÜROFED) Эркэн Ягджи заявил, что эпоха продажи номеров по 40 евро в Турции закончилась. «Причина, по которой я говорю это, кроется в новой парадигме развития турецкого бизнеса. В условиях инфляционного роста и валютного давления продавать номера дешевле уже невыгодно и нелогично. Мы хотим, чтобы Турция стала местом, где отели продаются по той цене, которой они заслуживают, а не «дешево» или «дорого», — пояснил он.

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

Впрочем, на российском рынке это утверждение считают достаточно спорным. По мнению представителей турагентств, Турции, возможно, удастся закончить текущий сезон с неплохими показателями, но в основном за счет акций и скидок. Провал в июле — тревожный звоночек, свидетельствующий о том, что цены находятся уже на предельном уровне для российского рынка, где слабый рубль делает их еще более не соответствующими качеству продукта. Они советуют турецким отельерам не поднимать их бесконечно вслед за скачками инфляции, а добиться от правительства льгот и субсидий, который помогли бы им сбалансировать стоимость номеров.

https://profi.travel/news/60696/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_32115_220824

6. Полезное и интересное для отельера

«Для развития внутреннего туризма нам не хватает доброжелательности и логистики»

Интервью с Ильёй Губаревым

Илья Губарев в свое время стал поклонником рафтинга. И так сложилось, что через несколько лет он стал не клиентом, а собственником компании, которая производила рафты и байдарки. Илья активно развивает внутренний туризм. Он отметил, что в российский отельный и туристический бизнес приходят современные молодые люди, которые смогли за последние пару лет значительно повысить уровень сервиса и развить внутренний туризм.

Но все же есть еще ряд недостатков – многим отелям и людям из турсреды не хватает доброжелательности, понимания, что гость может и хочет вернуться при высоком сервисе и индивидуальном подходе к каждой категории туристов и гостей.

Был клиентом компании, а стал ее собственником

- Илья, как вам пришла в голову идея создания авторской надувной продукции?

- Лет 15 назад я увлекся рафтингом после того, как сходил с друзьями в поход в Карелию. По приезду мы организовали с друзьями базу рафтинга. Когда выбирали, где покупать современные надежные рафты, обратились в одну компанию в Петербурге. На тот момент это был лидер рынка, они уже были в бизнесе 6 лет и производили лодки. Мы стали покупать у них рафты, байдарки, познакомились с владельцами, начали активно общаться. Собственники и решили продать свою компанию, потому что уже не могли вывести производство. Предложили мне, и мы с партнером ее выкупили и развили, увеличив ассортимент в 20 раз и выйдя на международные рынки. То есть мы были клиентами, а потом стали владельцами бизнеса.

В пандемию мы выросли в 2 раза

- Как пандемия повлияла на ваш бизнес?

- Повлияла, и в большей степени положительно. Потому что вырос внутренний туризм. А также к нам стало обращаться больше европейских клиентов. Плюс, мы расширили ассортимент, стали делать больше продукции для МЧС, для госпиталей и военных. А именно, специализированную продукцию для госпиталей для лечения от ковид19, дезинфекционной камеры и тому подобное. Расширили ассортимент для внутреннего отдыха: надувные платформы, беседки, острова для отдыха на воде, байдарки, рафты, каяки, которые у нас часто покупают отели, санатории, глэмпинги. Спрос на внутренний туризм вырос, и мы выросли. Примерно в два раза.

- Какая продукция из вашего ассортимента востребована отелями и глэмпингами?

- Отели востребовано все то, что касается активного отдыха на воде и на суше. Мы делаем надувные сап-борды, беседки, байдарки, каяки, рафты, аттракционы, бананы (для воды и снега), надувные горки, бассейны, шатры, купола, навесы, барные стойки... Это мобильное оборудование из современных надежных материалов, которое можно надуть и сдуть.

Вырос спрос на мобильные решения

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

Фокус – Москва и столичный регион

- Вы постоянно на связи с отелями – какие тенденции в отельном бизнесе вы бы выделили?

- Тренд глэмпингов очень сильно вырос. Вообще, вырос спрос на мобильные решения в целом. То есть сейчас актуальны те вещи, которые быстро окупаются и легки в транспортировке на локацию. Их сейчас на рынке большое разнообразие. Люди задумываются сначала, куда ехать на отдых, а потом, чем заняться. Мы помогаем отелям ответить на вопрос "чем заняться в этом красивом месте единения с природой". У нас также есть мобильное спортивное оборудование для гимнастики, акробатики и прочего.

Сейчас предприниматели организуют много выездных кэмпов. Некоторые гости берут все спортивное оборудование с собой, кто-то на месте в прокат, зачастую в глэмпингах и кэмпках есть организованная зона занятий спортом. Например, кто-то предлагает активные решения на озере на своем кэмпинге - надувные батуты прямо на озере, чтобы дети могли развлекаться на воде, для детей эти услуги зачастую идут бесплатно. С каждым годом растет количество предложений по развлечениям для детей и взрослых.

Раньше в меньшей степени на это обращали внимание - было более важным выпить и сходить в баню. А теперь кэмпы, глэмпинги, отели предлагают большое количество нестандартных развлечений, так как сейчас более популярен ЗОЖ, активный образ жизни. Даже надувные бананы теперь есть в разных формах - надувная хаски, журавль, дракон и т.п. Людям нужно что-то яркое и универсальное - чтобы спрос на продукцию был и зимой, и летом, чтобы предметы достаточно быстро окупались. У нас сезон непредсказуемый: отелям интересно максимально быстро окупить оборудование, а нам важно привезти оборудование и оперативно разложить его. Глэмпинг решения и мобильное оборудование позволяют решить эти задачи.

- Илья, говорят, что российские туристы стали более взыскательными к нашим отелям после пандемии... Вы это заметили?

- Тот турист, который раньше никогда не путешествовал по России и вообще никогда не рассматривал это направление, сейчас вынужден это делать. Как следствие, появилось множество авторских туров, поднялся уровень отелей в общем, появились новые отели в том же Крыму и в Сочи, да и других городах. Но есть проблемы с логистикой, трансфером, предложениями и размещением. Хороших решений на рынке не так много, а желающих большое количество. И люди привыкли к тому, что если, путешествуя по другим странам, за деньги они могут получить индивидуальный подход и эксклюзивный формат, то путешествуя по России, ты найдешь мало предложений индивидуального характера. Не все отели и глэмпинги готовы предоставить хороший сервис. Но год от года уровень сервиса и самих отелей растет. И гранты выделяются, и молодежь идет в туризм, и интересные индивидуальные решения появляются.

Не хватает развитой логистики

- Илья, ваши коллеги сказали мне, что вы активно развиваете внутренний туризм.

- Мы сотрудничаем с большим количеством различных путешественников-блогеров, в том числе и с РГО (Российское Географическое Общество), с организацией "Блогер под рюкзаком" (они организовывали фестиваль путешественников-блогеров в Коломне). И мы вместе с блогерами организовывали этно-сплавы по Якутии – мы шли 10 дней 180 км. Блогеры потом освещали шаг за шагом нашего похода, какие красивые места можно посмотреть, какие вещи нужно взять. Также мы регулярно выступаем на профессиональных форумах, сотрудничаем

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

Фокус – Москва и столичный регион

с Комитетом по развитию промышленного туризма. Развиваем промышленный туризм, приглашаем и к себе на производство, делимся опытом. Также поддерживаем начинающие компании, которые занимаются прокатом, сплавами: даем им оборудование в лизинг или помогаем юридически. Делимся своим опытом и пониманием, какое оборудование лучше использовать и обслуживать. Также мы - федеральные партнеры Федерации Рафтинга в России. За счет того, что растет инструкторское поколение спортсменов, оно потом уходит в бизнес и туризм, и занимается сплавами по России.

- Каких ресурсов не хватает развитию внутреннего туризма?

- Зависит от конкретного бизнеса. Также понятие помощи очень разное. Иногда отельерам, особенно начинающим, нужна информационная, юридическая помощь. На мой взгляд, очень не хватает логистики: доступных дешевых авиабилетов, количества предложений по авиа, по трансферам... Чтобы добраться в далекую точку нашей страны, нужно потратить большое количество денег. Плюс, сложности в посещении различных закрытых или приграничных зон, где нужно заранее получать отдельные разрешения. У России большой потенциал. Например, у нас большое сообщество инвалидов, но далеко не каждый отель, глэмпинг предлагает решения для их туризма в частности. Хотя многие люди с ограниченными возможностями позитивны, активны и хотели бы путешествовать.

Хотя я вижу тенденции - РосТуризм развивается, предоставляет гранты, помогает информационно, меняется законодательство, проводит конкурсы типа Открой Россию, Экологические Тропы, организует различные движения... Возможно, это не приносит мгновенной пользы, но если ты взаимодействуешь с обществом, то имеешь возможность понимать, куда это движется, и как можно это менять далее на законодательном уровне.

Будет развиваться природный и активный туризм

- Илья, на ваш взгляд, какие направления будут развиваться в российском туризме?

- Авторские индивидуальные туры малыми группами. Активные туры - трекинги, пешие, конные. Будут набирать популярность природно-этнографические вещи, возможно, исторические. Россия богата историей, культурой и национальностями. Та же Якутия – там очень много уникальных мест, которые просто большинству не известны. Владивосток, Хабаровский край, Алтай - это уникальные места, такого в мире нет. Есть более распиаренные, популярные, а есть Курилы - место вулканов, есть прекрасная Арктика, необыкновенная Териберка. Так что, развитие за природным и активным туризмом.

- Какие категории людей не задействованы во внутреннем туризме, как их привлечь? Я точно знаю, что мало привлекают зрелых и пожилых, но активных людей. Такое направление развивает в России одна организация. Ее руководитель отметила, что очень много людей в возрасте за 50 лет и рады бы путешествовать по России, но не знают, с кем и как....

- Могу рассказать на личном примере. Моей маме 67 лет, она последние 3 года активно путешествует по России. Она вступила в Союз Путешественников Пенсионеров России. Ей постоянно приходят предложения. Она ездила на Алтай, в Ярославль. У нее появились друзья, с которыми она охотно общается и вне путешествий. В таком возрасте тяжело сходиться с новыми людьми, плюс зачастую пугают сложности онлайн бронирования или путешествий в одиночку. Вообще, я считаю, что нужно первые несколько раз съездить с ребенком, чтобы он вас научил современным инструментам, системам и гаджетам, был проводником и коучем. А

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

Фокус – Москва и столичный регион

потом было бы круто иметь ресурсы, через которые наши родители могли бы коммуницировать с такими же, как они, и выбирать путешествия и общение по интересам.

Им, как и любому человеку, важно быть уверенными, что их не обманут мошенники. Многие очень боятся платить по интернету, для них это неизвестность, а сейчас вся информация в интернете. Но могу сказать, что многие туроператоры переориентировались на Россию - например, тот же Библиоглобус. Если раньше, когда мама хотела поехать в Египет, она приходила в турфирму, и ей девушка объясняла и показывала, помогала с выбором, то теперь то же самое возможно и по России.

В России есть очень большая категория людей, которая привыкла проводить досуг на даче или с внуками, не выезжая за пределы своего города. Но при желании и помощи им они могли бы путешествовать не только в теплые места, а в тот же Алтай, Красноярск и другие города. Моя мама посетила уже более 20 российских городов за три года. Причем, за не очень большие деньги, за свои накопления. И времени у них гораздо больше - они могут заранее купить билеты. У них нет отпусков, они не скованы временными рамками.

Эта категория туристов может позволить себе путешествия вне сезона, когда цена на проживание в отелях и на билеты падает. А для взрослого поколения как раз лучше, когда нет жары, да и народа поменьше. Сочи, Крым, Адыгея в октябрь-ноябре прекрасны и доступны!

- Илья, какие ваши планы на будущее?

- Сейчас мы делаем упор на зимнюю продукцию - зимние сани и бананы для катания. Запустили новое направление - надувная дизайнерская мобильная мебель, которую можно использовать внутри помещений, на улице и на воде. Это не дешевая одноразовая мебель, а та, которая будет служить долго. И сейчас мы берём заказы на байдарки, рафты из Сербии, Албании, Германии. Мы наращиваем объёмы поставок в Европу.

Нашему сервису не хватает дружелюбия

- А что вы можете сказать про наш российский сервис?

- Не хватает разнообразия и дружелюбия. В Сочи и Крыму до сих пор нет культуры дружелюбия и понимания того, что к туристам нужен другой подход. Это не одноразовый посетитель, а тот, кто может постоянно возвращаться. А у нас пока еще отношение типа "зачем стараться, если завтра на его место придет другой?". И второй момент - надо быть более внимательными к деталям: нет понимания, что у пожилых людей одни потребности и требования, у инвалидов - другие, у молодежи - третьи, у детей - четвертые. То есть нужно фокусироваться на определенную аудиторию и учитывать их интересы и возможности, предлагать разные пакеты и решения и по еде, и по досугу, и по общению.

В целом, сервис за последние два года значительно вырос. Произошло это именно потому, что много молодежи стало заниматься отелями, глэмпингами, управлять этими компаниями. Появляются выездные кэмпы, больше современных людей приходит в этот бизнес, и они знают, что требуется.

<https://hotelier.pro/interviews/item/dlya-razvitiya-vnutrennego-turizma-nam-ne-khvataet-dobrozhelatnosti-i-logistiki-intervyu-s-iley-gubarevym-sobstvennikom-generalnym-direktorom-zavoda-proizvoditelya-timetrial/>

Большие дела

Многие на рынке слышали от коллег или видели анонс проекта Ростелеком Travel Tech, нацеленного, в том числе, на гостиничную сферу. В редакции Hotelier.pro проект тоже вызвал большой интерес. При этом у нас, как и у многих отельеров, накопился целый ряд вопросов по проекту. Видимо, пришло время получить на них ответы.

Не откладывая дело в долгий ящик, постоянный автор Hotelier.pro Павел Баскаков связался Яковом Адамовым, директором департамента по работе с отелями компании Ростелеком Travel Tech, экспертом международного уровня с 20-летним опытом в таких областях, как управление отелями, международный деловой туризм, IT, Adtech, и теперь Travel Tech, и был рад увидеть желание и заинтересованность Якова прояснить ситуацию с проектом Ростелеком Travel Tech для участников рынка гостеприимства.

В результате у нас сложилось дельное интервью - представляем его вашему вниманию.

Павел Баскаков: Яков, давай начнем прямо с самого главного: скажи, чем Ростелеком Travel Tech станет для отелей?

Яков Адамов: Ростелеком Travel Tech - это, в первую очередь, канал продаж. Причем, мы не OTA. Ростелеком Travel Tech - это канал продаж, соединяющий напрямую отели с ТМС (Travel Management Company) и их клиентами в режиме реального времени. В соответствии со всеми требованиями корпоративного клиента и ОВТ (Online Booking Tool), каким компания привыкла пользоваться.

Мы доставим информацию о доступных номерах, их стоимости в интерфейс системы бронирования корпораций, позволяя сделать бронирование и получить мгновенное подтверждение. Затем произведем оплату в отель и предоставим клиенту все необходимые документы.

Павел Баскаков: В таком случае чем ваш проект отличается от «Островка» / «Яндекса» / «Тинькофф» и других агрегаторов?

Яков Адамов: В первую очередь тем, что мы работаем с совершенно другим клиентским сегментом. Как я уже сказал, мы - не OTA. Специальные цены мы транслируем сугубо для корпоративных клиентов в закрытых каналах бронирования, в которых работает конкретная ТМС. В этой цепочке конечным клиентом является компания. Соответственно, процесс работы совершенно иной.

Павел Баскаков: Кого тогда на рынке можно считать аналогом вашего продукта, если такие имеются?

Яков Адамов: Пожалуй, ближайшими аналогами нашего продукта можно посчитать B2B-консолидаторов. Но лишь отчасти. Почему отчасти? Потому что имеются технологические отличия, отличия, связанные с бизнес-подходом, договорным оформлением. У нас все максимально прозрачно и законодательно устойчиво. Мы не можем применять никаких ухищрений и срезать углы.

Отличие и в том, как мы представляем отель. Мы не передаем цены отелей в сторонние B2C-каналы - такие, как OTA.

Павел Баскаков: Кто ваши основные клиенты?

Яков Адамов: Это крупные ТМС - агентства делового туризма, которые обслуживают компании со значимым количеством командировок в год.

Павел Баскаков: Так как ваши главные клиенты - это крупные ТМС, означает ли это, что вы будете работать с теми отелями, что интересны этим компаниям (по их спискам)?

Яков Адамов: Разумеется, основные отели, с которыми мы подписываемся, это те отели, что наиболее часто используются для деловых поездок.

Павел Баскаков: Отели эти могут быть различными по размеру и звездности?

Яков Адамов: В первую очередь, это отели 3-4. Отелей 5*кратно меньше, они меньше востребованы основной массой командированных.*

Важно, что отель должен быть классифицирован. Это могут быть и апартаменты - имеющие централизованный ресепшн и соблюдающие все нормы по безопасности. Принципиально мы не берем в работу квартиры и хостелы - в том числе, в силу того, что они не отвечают требованиям по безопасности.

Павел Баскаков: Имеется ли у вас текущий рейтинг - какие города, локации востребованы сейчас ТМС больше всего?

Яков Адамов: По городам - понятное дело, Москва и Санкт-Петербург идут во главе списка. Ну а дальше по количеству ночей следуют такие города, как Тольятти, Новосибирск, Екатеринбург, Краснодар, Казань, Красноярск, Воронеж, Ростов-на-Дону, Кемерово, Уфа, Челябинск, Самара, Омск. Именно в этих городах мы сейчас стараемся в первую очередь подписывать отели.

Павел Баскаков: Вы будете работать как с B2B-тарифами, так и B2G-тарифами. В чем принципиальная разница между ними?

Яков Адамов: B2B-тариф - это тариф, формируемый для корпоративных клиентов. Тариф B2G предоставляется только госкомпаниям и различным ведомствам, т.е. он для людей, путешествующих за бюджетные деньги. Понятно, что и доставка этих тарифов до конечных пользователей происходит разными способами. Если корпорации, в основном, работают в ОВТ, то этого пока нет в госсекторе. Для него тарифы будут показываться либо на едином портале, либо в нашем специальном личном кабинете, аккредитованном в Минцифры.

При этом для отеля, собственно, практически никакой разницы в случае с B2G-тарифом по сравнению с B2B-тарифами не будет. Разница в том, что мы должны идентифицировать госслужащего и его право на получение специальной цены. Конечно, форма оплаты и закупка услуг у госкомпаний происходит иным образом, чем на коммерческом рынке.

Павел Баскаков: Хорошо. А в чем выгода ТМС работать с вами, раз у них и так заключены прямые договора с отелями и компаниями?

Яков Адамов: Прямые договора ТМС с отелями - это одна история. Это вариация 2Д-договора между отелем и компанией, получившей карт-бланш от корпоративного заказчика на обслуживание ее нужд по поездкам. У нас, кстати, есть планы помочь и этому процессу.

Но у ТМС или его клиента может и не быть прямого договора с тем или иным отелем. Не так ли? Для таких случаев и нужны такие консолидаторы, как мы. Или, скажем, в отеле, с которым заключен контракт, закрыты продажи по прямому контракту конкретного клиента. Очевидно, что тогда нужен другой отель.

Что делает клиент? Он заходит в ОВТ, видит выставленное нами предложение, бронирует отель и получает подтверждение. Замечу - заключить договора со всеми и поддерживать их в актуальном состоянии - сложно. И дорого.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Павел Баскаков: Как происходит взаимодействие и интеграция отеля с вами - с Ростелеком Travel Tech? Есть ли у вас свой экстранет для отеля?

Яков Адамов: Мы проводим интеграцию с отелем через channel manager. Это достаточно простая интеграция для отеля. Таким же образом отель, подключает ведущие ОТА, например. Но сначала, конечно, отель заключает с нами договор. Затем в настройках смотрит, какие категории номеров будет нам передавать. Все условия по тарифам, описание номеров, фото мы заберем из channel manager TravelLine. По экстранету - как такового, как у ОТА, у нас не будет. Мы предлагаем личный кабинет, где отельер видит документы, настраивает их выгрузку, определяет, для кого его отель станет доступен через наш канал. Тут же отельер увидит статистику: кто его бронирует, на какую сумму и т.д.

Павел Баскаков: Если у отеля уже заключены прямые договора с корпоративными клиентами, в чем тогда необходимость Ростелеком Travel Tech?

Яков Адамов: Частично я уже ответил на этот вопрос. В период высокой загрузки отеля обычно закрывают корпоративные тарифы для бронирования. Соответственно, корпоративный клиент не видит такой отель для бронирования в эти даты. В случае, если у вас подключен наш канал, клиент получит возможность забронировать ваш отель по предложенной цене.

И второе - вряд ли у вас заключены корпоративные контракты со всеми корпоративными клиентами. Это просто невозможно. К тому же, в условиях дефицита кадров в отделах продаж физически нереально охватить всех клиентов.

Такой канал, как Ростелеком, как раз и сделает более эффективной работу отдела продаж с корпоративным сегментом. Вы станете получать спрос от клиентов, которые вас раньше не бронировали, они просто не видели ваш отель. С таким клиентом вы затем можете выйти на прямой контакт для развития отношений.

Павел Баскаков: Какой тип договора вы заключаете с отелем?

Яков Адамов: Заключается агентский договор - по нашей форме. Но мы всегда согласовываем важные для отеля пункты договора. Когда мы готовили типовой договор, мы много консультировались с отельерами, корректировали или убрали в нем определенные, не подходящие отелям пункты.

Павел Баскаков: Яков, скажите, какие у вас планы по развитию вашей системы?

Яков Адамов: Планов много. Скажу сейчас о ближайших. Во-первых, реализовать и запустить то, что запланировано. Произойдет это 1 ноября. Далее мы будем активно работать над автоматизацией вопросов бэк-офиса, документов закрытия, интеграции с 1С. Личный кабинет, статистика, выгрузки, управление каналом продаж и, соответственно, спросом - все это станет доступным.

Павел Баскаков: Планируете ли вы мероприятия с отельерами? Для обсуждения вопросов взаимодействия.

Яков Адамов: Да, планируем достаточно большое количество мероприятий на осень. В сентябре намечено три бизнес-завтрака в регионах - в Екатеринбурге, Красноярске и Новосибирске. Скоро начнем приглашать отельеров прийти пообщаться с нами.

Причем, говорить мы будем не только про наш продукт, но и про максимизацию выручки, управление доходами, стоимости каналов продаж и привлечение разных сегментов гостей.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Также планируем участие во всех крупнейших мероприятиях осени - выставках, конференциях. Ну и в ноябре, после запуска проекта, будем делать наше масштабное мероприятие в конференц-центре «Ростелеком». Будет интересно.

Павел Баскаков: Яков, как вы видите ситуацию со спросом на внутренний туризм в России? Достиг ли спрос своего пика и дальше пойдет лишь его коррекция и перераспределение между регионами и игроками сегмента гостеприимства?

Яков Адамов: В любом случае есть и будет конкуренция между регионами и точками притяжения туристов и однозначно есть и будет конкуренция между средствами размещения. Перераспределение турпотоков видно уже и в этом году. Например, майские праздники тому хороший пример. Основным бенефициаром плохой погоды в средней полосе России стал Сочи.

Или, скажем, выставка «Россия» в Москве создала огромное увеличение доходности всех объектов, расположенных вокруг ВДНХ. Возьмем Казань - спортивные и политические мероприятия создают всплеск спроса на город. Такие колебания - в принципе норма для рынка.

А вот достиг ли общий спрос на внутренний туризм в России? Сложно сказать напрямую - пик это сейчас или не пик. Точно, что цены будут расти. На все - на перелеты, логистику, размещение, доп. услуги, питание. Количество людей, которые смогут позволить себе путешествовать в таких условиях, видимо, будет уменьшаться. Соответственно, в количестве номерночеловек мы увидим в следующем году спад. Впрочем, если рост благосостояния населения будет опережать рост цен, то спрос может сохраниться на текущем уровне или даже увеличиться.

Павел Баскаков: Каково ваше мнение о положении дел с деловым туризмом? Станет ли он вновь наиболее интересным сегментом для городских отелей на фоне возможной стагнации семейного туризма из-за роста цен?

Яков Адамов: Я не успел заметить, когда семейный туризм стал основным для городских отелей. Деловой туризм всегда был, есть и будет. Пока существует экономика и необходимость перемещения людей для деловых встреч и запусков проектов, будет и деловой туризм. Вопрос в том, каким образом отели этот сегмент к себе привлекают и во сколько обходится это привлечение. Другой момент - структура спроса внутри делового туризма сильно изменилась с 2022 года. Больше стали генерировать спрос новые игроки на рынке. Госсектор сейчас является основным генератором спроса. Поэтому мы и собираемся быть активным и уникальным игроком на рынке деловых поездок сотрудников госкомпаний, министерств и ведомств.

Павел Баскаков: Какой гостиничный сегмент сегодня и в перспективе является наиболее динамичным с точки зрения развития - городские, курортные, загородные отели, апарт-отели?

Яков Адамов: Очень перспективными являются в последние годы - начиная с 2021-го - крупные курорты вокруг городов-миллионников, в первую очередь, вокруг Москвы.

Что касается курортных отелей - их перспективы зависят от того, где они расположены и что это за отели. Крупные интегрированные курорты - да, перспективны. Но пока таких у нас собственно нет. Однозначно в теплых местах, например, в Крыму, когда туда будет восстановлена логистика, такие объекты снискают огромный успех.

Говоря о городских отелях, тоже нужно смотреть, где они находятся. Есть города, где недостаточное предложение, мало или отсутствуют качественные отели, но существует деловой спрос.

Феномен апарт-отелей, на мой взгляд - отражение дисбаланса в фискальной политике государства в сфере коллективных средств размещения. Экономика классических отелей сейчас такова, что реально выгодно с быстрым возвратом инвестиций строить только апарт-отели. Но это особенные объекты. Их дальнейшие перспективы туманны, особенно, когда через 5-7 лет им потребуются реновация. Такие объекты рискуют со временем просто превратиться в бюджетные юниты на «долгосрок».

Павел Баскаков: Какая, на ваш взгляд, главная боль отельеров сегодня? Сложности с привлечением и удержанием кадров?

Яков Адамов: Да, одна из ключевых болей - привлечение линейного персонала и его стоимость. Удержание кадров - тоже вызов, поскольку другие индустрии, более эффективные экономически, перетаскивают кадры к себе*.

*Заметим, что Hotelier.pro писал о «набеге» на кадры маркетплейсов.

С одной стороны, собственники еще не осознали всей глубины проблемы и требуют от сотрудников повышения прибыльности, видя рост выручки год к году, не осознавая, что нужно закладывать снижение прибыльности и увеличение расходов для удержания команд. Ключевой будет борьба за людей. И ключевой будет автоматизация или поиск других иных подходов к управлению отелем, продажами, маркетингом - ради более эффективного использования кадров. Мы в Xtech-кластере Ростелекома сейчас активно думаем над тем, что предложить рынку в этой связи. Важно меньшими ресурсами делать больше. Старые подходы из «жирных» годов становятся не эффективными. Те отели, что не смогут удерживать кадры, возможно, даже будут закрываться.

Павел Баскаков: Похоже, тема с применением в работе ИИ несколько остыла, однако... не оставлена. Как вам видится целесообразность применения ИИ / ИИ-агентов отельерами?

Яков Адамов: Классно «хайповать» на эти темы. На практике, однако, надо брать в рассмотрение каждый отдельный случай. Чатботы, например, или автоответчики - да, рутинные операции они могут взять на себя. Но ИИ-инструмент должен работать вкупе с чем-то, чтобы давать вразумительный результат. Чатботы должны быть лишь частью более обширной цифровой экосистемы. Но отдельно стоящему отелю такая система вряд ли будет экономически доступна или не будет хватать компетенции для внедрения и поддержания такой системы.

Павел Баскаков: В целом, не слишком ли затратной может обернуться цифровизация / автоматизация для гостиничного бизнеса? Не прямо сейчас, но чем дальше, тем больше. Что следует оцифровывать с точки зрения реальной полезности и целесообразности?

Яков Адамов: Действительно, реальная полезность и целесообразность - ключевой аспект в данном вопросе. Сложно роботизировать уборку номера, но все остальное - передача информации, контроль, чек-листы, визуальный контроль, заселение, миграционный учет, маркетинг, реклама - все это можно оцифровать. И даже нужно. Это позволит экономить колоссальные средства. Другой вопрос - это сложно. Это разные системы, которые должны между собой быть качественно интегрированы. Их нужно уметь настраивать и управлять ими. Бездумная цифровизация - только выкидывание денег. И «понты». В этой связи мы в Ростелекоме готовим проект на тему комплексной задачи цифровизации, и решение

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

Фокус – Москва и столичный регион

будет доступно многим отельерам. С охватом привлечения гостя на сайт отеля до бронирования и далее работы с гостем в отеле, программа лояльности и т.д. Нужен эффект масштаба, благодаря унификации и объединения. Тогда это будет целесообразно.

Параллельно, полагаю, будет происходить консолидация гостиничного бизнеса в России, как это происходило и происходит в других странах.

Очень важный вопрос - борьба за клиента еще до того, как он принял решение, куда он поедет. На рынке много игроков, целящихся на кошелек гостя - отели, ОТА, агентства. Все хотят получить гостя. И тут все зависит от того, у кого лучше настроен процесс завоевания внимания гостя и его дальнейшего удержания и у кого больше ресурсов и компетенций (и, разумеется, отстроенных под них бизнес-процессов). Дальше мы уже говорим о программах лояльности, которые в действительности хорошо работают только на больших масштабах, а, значит, мы говорим об LTV и стоимости повторного привлечения гостя.

<https://hotelier.pro/interviews/item/bolshie-dela/>

Разоблачение мифов об электронных замках. Специально для отельеров!

В современном мире безопасность становится большим приоритетом для индустрии гостеприимства.

Традиционные механические замки уже не могут гарантировать полную защиту, их нельзя связать в единую онлайн сеть, нельзя управлять удаленно. На смену им приходят электронные замки, которые предлагают множество преимуществ. Но среди отельеров часто ходят различные слухи или мифы про электронные замки и они продолжают пользоваться механикой.

Сегодня мы расскажем об электронных замках 5-ого поколения, которые соответствуют всем современным критериям безопасности.

Миф 1: Электронные замки легко взламываются.

Причина для беспокойства: Многие люди считают, что технологии легко поддаются хакерам, и боятся, что их замок можно вскрыть с помощью хакерских программ.

Разоблачение: Современные модели электронных замков 5-ого поколения используют сложные алгоритмы шифрования и защиты от взлома, Crypto1 или AES128. Ответственные производители постоянно обновляют программное обеспечение и улучшают используемые виды шифрования для максимальной защиты данных.

Миф 2: Если батарея разрядится, замок не откроется.

Причина для беспокойства: У пользователей может возникнуть страх, что в самый неподходящий момент замок перестанет работать из-за разрядившейся батареи.

Разоблачение: Электронные замки 5-ого поколения могут использовать обычные литиевые батарейки типа АА, сроком до 3 лет, они оснащены функцией низкого заряда, которая предупреждает пользователя о необходимости замены батареи заранее.

Кроме того, если система электронных замков включена в единый программно-аппаратный комплекс онлайн, отельер может со своего рабочего места

(или в мобильном приложении) видеть информацию об уровне заряда и своевременно принять меры по замене элементов питания в электронных замках.

Все модели электронных замков iLocks имеют резервные механические ключи или возможность подключения внешнего источника питания в случае разрядки аккумулятора.

Миф 3: Электронные замки не работают при отключении электричества.

Причина для беспокойства: Некоторые полагают, что электронные замки полностью зависят от электропитания объекта и при отключении электричества откроются или будут заблокированы.

Разоблачение: Так работают только проводные электромеханические или электромагнитные замки. Электронные замки работают на батарейках и могут функционировать без внешнего электричества. Обычных пальчиковых батареек хорошего качества хватает до 3 лет при постоянном использовании.

Кроме того, все модели имеют механические резервные функции или аварийные способы открытия.

Миф 4: Механические замки надежнее.

Причина для беспокойства: Существует мнение, что механические замки, проверены временем и более надежны, чем современные электронные замки.

Разоблачение: В современных электронных замках 5-ого поколения для индустрии гостеприимства начинка сделана из более качественных материалов и высоколегированной стали, так как они предназначены для объекта с высокой проходимостью, кроме того электронные замки предоставляют дополнительные уровни безопасности, такие как возможность временного доступа, мониторинг событий, повышенный температурный режим безопасности, и удаленное управление. Это делает их наиболее удобными и безопасными особенно для отельного бизнеса.

При утере механического ключа от механического замка, придется заменить цилиндр замка целиком, что бы обеспечить безопасность вещей постояльца, а в случае с электронными замками, достаточно выпустить новую карточку с функцией блокировки утерянной.

Миф 5: Электронные замки не подходят для холодного климата.

Причина для беспокойства: Были нарекания, что электронные замки просто замерзают и не реагируют на команды.

Разоблачение: Не стоит устанавливать электронные замки, предназначенные для внутренних помещений, как правило кодовые и биометрические, на улицу. Есть специально разработанные модели с учетом различных климатических условий. Такие замки имеют защиту от низких и высоких температур, а также осадков. Эти устройства сертифицированы и имеют противопожарный сертификаты. Существуют модели прошедшие успешную эксплуатацию при температуре -40С.

Миф 6: Электронные замки не подходят для всех типов дверей

Причина для беспокойства: Из далеких времен осталось мнение, что на пластиковые или алюминиевые двери электронные замки невозможно установить, профиль дверей слишком узкий, чтобы разместить на нем полноценный электронный замок.

Разоблачение: Современные электронные замки 5-ого поколения имеют разные формы и дизайн.

Они могут быть установлены на любые двери, на рынке представлены различные модели, которые подходят для большинства типов дверей — деревянных, металлических, стеклянных и даже для дверей с высокой степенью безопасности.

Перед покупкой следует обратиться за консультацией к специалисту компании, которая производит замки для отелей, получить рекомендацию по своему объекту и убедиться в его совместимости с вашими дверьми.

Миф 7: Электронные замки требуют постоянного обслуживания.

Причина для беспокойства: Бытует миф, что электронные замки — это очень сложное электронно механическое изделие, которое подвержено быстрому износу.

Разоблачение: На самом деле, современные электронные замки спроектированы так, чтобы минимизировать необходимость в обслуживании. Модели не требуют регулярного ухода, кроме замены батареек, которая происходит примерно раз в 2-3 года в зависимости от частоты использования.

Важно выбирать качественные модели у проверенных поставщиков, сделанные специально для индустрии гостеприимства, а не гнаться за ценой, и покупать дешевые аналоги на маркетплейсах или фирмах однодневок. Необходимо тщательно изучить репутацию компании, бренда, проверить портфолио, связаться с 5-10 предприятиями уже эксплуатирующими электронные замки выбранного бренда хотя-бы 5 лет и получить обратную связь.

Несмотря на существующие мифы, современные электронные замки активно входят в нашу повседневную жизнь, предлагают множество преимуществ и могут быть безопасными при правильном выборе и установке. Важно изучать и вникать в существующие технологии, используемые в электронных замках. Отельные, которые делают правильный выбор довольны электронными замками и их обслуживанием на протяжении многих лет.

<https://welcometimes.ru/opinions/razoblachenie-mifov-ob-elektronnyh-zamkah-specialno-dlya-otelerov>