



Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 0802-2022

С 08 по 21 августа 2022 года

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

Переписывание Закона о туризме затрагивает отельеров

Новым отелям могут сократить программу субсидирования кредитных ставок
«Опора России» попросила доработать законопроект о регулировании работы гостевых домов

Ростуризм поможет регионам в проведении событийных мероприятий

Турбизнес призвал обеспечить льготное кредитование небольших отелей

Мишустин подписал постановление о льготных кредитах малому и среднему бизнесу под 3-4,5%

Продажи путевок в рамках туристического кешбэка начнутся 25 августа

В Нижегородской области готовят налоговые льготы для новых средств размещения

2. Гостиничный рынок Москвы и Московского региона

Загрузка отелей в Москве вернулась к прошлогоднему показателю

Отель с конференц-центром появится на Никольской улице

Центр международной торговли проводит ребрендинг своих гостиниц

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Новая кризисная ситуация и влияние на туристский и гостиничный бизнес

Доля отелей под российскими брендами значительно увеличится

Отели Crowne Plaza в Петербурге продолжают работать под независимыми брендами

Спрос на покупку отелей в Сочи вырос на 16%

Сеть Azimut Hotels вышла на рынок Екатеринбурга

Cosmos Hotel Group запустила программу лояльности Cosmos Stars

AZIMUT Hotels предоставит частым гостям крупных отелей аналогичный статус в своей программе лояльности

4. Юридический практикум для отельеров и вопросы гостиничной безопасности

Обновлены формы отчетности по статистике для организаций в сфере туризма

Минфин разъяснил, как применять льготу по НДС для гостиниц

Прекращается использование «Модуля взаимодействия с информационными системами учёта населения ГУ МВД России по г.Москве»

AFI Development может лишиться двух отелей

У владельцев сгоревшего хостела в Москве нашли еще один объект

Управляющего гостевого дома в Подмосковье, где погибли трое детей, задержали

Роспотребнадзор опечатал четыре хостела на севере Москвы

Специалисты по недвижимости раскрыли темные нюансы рынка хостелов: деньги текут рекой

Девушка забыла про фен и устроила пожар в хостеле в центре Москвы

Иски к турбизнесу за нарушение авторских прав поставили на поток

5. Гостиничный рынок за рубежом

Booking.com будет бороться за дорогих клиентов с помощью трансферов с дисконтом

Теракт в отеле Hyatt в Сомали

6. Интересное, полезное, важное для отельера

Какие стандарты международных сетей применяют отечественные управляющие компании?

Сила бренда. Или почему гости должны выбрать именно ваш отель?

Интерьерная флористика в отелях: моменты, о которых нужно знать

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

Переписывание Закона о туризме затрагивает отельеров

Существенные замечания участников рынков и общественных организаций вынудили Ростуризм скорректировать новый законопроект о туризме. Ростуризм подготовил и направил в аналитический центр при правительстве РФ обновленную версию законопроекта.

В обновленной редакции разработчики дополнили требования к невозвратным тарифам для гостиничных услуг. Отельерам придется возвращать деньги гостям старше 65 лет, инвалидам и тем, кто имеет уважительную причину. Новый законопроект изначально вызвал неоднозначную реакцию рынка. Отрицательную оценку его регулирующему воздействию подготовило Минэкономки: в законопроекте выявлены положения, вводящие избыточные обязанности, запреты и ограничения для бизнеса, которые могут привести к необоснованным расходам.

Министерство обращает внимание на существенное расширение числа компаний, ведущих туроператорскую деятельность: исходя из нового определения турпродукта, под него частично попадают турагенты и любые средства размещения, предоставляющие услугу трансфера, либо экскурсионное обслуживание. Такие компании должны будут отвечать требованиям для туроператоров, в частности, формировать финансовые гарантии. Это не исключает риск дополнительной финансовой нагрузки для компаний, которые фактически не выступают туроператорами.

<https://hotelier.pro/news/item/perepisyvanie-zakona-o-turizme-zatragivaet-otelerov/>

Новым отелям могут сократить программу субсидирования кредитных ставок

Минфин выступил с инициативой зафиксировать кредитную ставку для инвесторов в туристические объекты в рамках нацпроекта по туризму на уровне 5%. Об этом сообщил «Коммерсант» со ссылкой на письмо, которое ведомство направило банкам. В нем Минфин уведомляет банки о целесообразности отменить по льготным кредитам для туробъектов диапазон ставок в 3–5% и закрепить ее на уровне 5%.

В настоящее время в России действует программа субсидирования ставок по кредитам в диапазоне 3–5% годовых. В рамках программы, запущенной Ростуризмом, из бюджета субсидируется разница между заданным диапазоном и коммерческой ставкой, по которой инвестор привлек кредит. При этом ведомство Зарины Догузовой, по данным издания, выступает против инициативы Минфина, считая что она увеличит затраты отельеров на обслуживание кредитов минимум на треть и значительно замедлит реализацию нацпроекта Туризм.

Правила предоставления льготных кредитов по ставке 3–5% на инвестпроекты в сфере туризма и гостеприимства были утверждены в феврале 2021 года. С того момент Ростуризм провел два отбора проектов, в результате которых были одобрены около 90 инвестпроектов, напоминает вице-президент Федерации рестораторов и отельеров Вадим Прасов. При этом кредиты по большей части выделяются на строительство круглогодичных отелей площадью не менее 5 тыс. кв. м емкостью 120 номеров и более. Размер займа может составлять от 100 млн до 70 млрд руб.

«Изначально предполагалось, что ставка будет варьироваться в зависимости от категории и масштабов проекта, а также его эффекта для экономики региона.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Важно понимать, что каждый крупный объект — это сотни рабочих мест и налоги в региональные бюджеты, а также положительный эффект для смежных предприятий», — отметил г-н Прасов. По его словам, рентабельность гостиничных объектов в Крыму и Краснодарском Крае сейчас находится в районе 5 — 7%, и повышение кредитных ставок на 2 п.п. может серьезно повлиять на экономику объекта.

«В последнее время в Минфине говорят об исключительных мерах поддержки туротрасли, что бизнесу и так очень много дали, и он прекрасно со всем справится. Но это лишь иллюзия, — говорит эксперт. — На деле все последние инициативы лишь снижают привлекательность гостиничного бизнеса для инвесторов. Тогда надо ответить себе на вопрос: а что мы собственно собираемся делать — развивать туризм или что?».

Вместе с тем, решение Минфина во многом продиктовано объективными макроэкономическими факторами: такими как рост ключевой ставки в начале года, считает руководитель Центра стратегических разработок Союза туризма и гостеприимства Роман Еремян.

«При нынешних бюджетных перспективах Минфин сейчас занимается тем, что вырезает отовсюду все возможные запасы и ресурсы, которые могут сократить дефицит бюджета и при этом в существующем виде ведут к непонятно какому экономическому эффекту. Когда принималось Постановление № 141 о субсидировании кредитных ставок, никто не предоставлял финансово-экономического обоснования, какой именно объем инвестиций будет привлечен по этим ставкам и к какому экономическому эффекту это приведет, — объясняет Роман Еремян. — Далее Минфин опирается на то, что чем меньше будет разрыв между ставкой коммерческого кредита и субсидируемой ставкой, тем меньше будут расходы бюджета, и тем больше заявителей, с другой стороны, смогут этими условиями воспользоваться в силу менее жестких требований. Поэтому нельзя однозначно сказать, что инициативы Минфина приводят к ухудшению инвестиционной активности».

Разрыв между ставками коммерческих кредитов и субсидируемой ставкой стал особенно ощутимым после повышения ключевой ставки до 20% в марте текущего года после введения западных санкций и начала валютных колебаний инвесторы стали вести себя гораздо более осторожно и начали переносить планы по многим проектам.

Однако, по словам Еремяна, до конца года вполне можно ожидать снижения ключевой ставки до уровня 7 — 7,5%, а к середине 2023 года — до 4,5 — 5%, и в этом случае ставка коммерческих кредитов установится на уровне около 7,5 — 8%. В этом случае разница между коммерческой и субсидируемыми ставками останется в пределах 3 п.п. Таким образом, она будет более подъемной для бюджета, и тем больше инвесторов смогут на нее претендовать. Кроме того, к середине следующего года на рынке сложится более определенная ситуация с точки зрения инвесторов, что также подтолкнет проекты, вставшие на паузу.

https://profi.travel/news/55753/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_22686_090822

«Опора России» попросила доработать законопроект о регулировании работы гостевых домов

Бизнес-объединение «Опора России» попросило доработать законопроект, который касается регулирования деятельности гостевых домов.

Об этом говорится в письме вице-президента организации Алексея Кожевникова в адрес замглавы аппарата правительства РФ Ольги Чепуриной.

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

Фокус – Москва и столичный регион

«Объем замечаний, приложенный к законопроекту, свидетельствует о том, что законопроект не решает проблем вывода гостевых домов из «тени» и нуждается в существенной доработке», — отмечается в обращении.

В письме указано, что в настоящий момент на рынке средств краткосрочного размещения туристов объекты так называемого туристского жилья занимают существенную долю. По экспертным оценкам, в Москве, Санкт-Петербурге и Казани за 2019 год более 30% забронированного туристами жилья пришлось на квартиры и апартаменты, а в Крыму и Краснодарском крае этот показатель превышает 50%.

Алексей Кожевников рассказал, комментируя свое обращение, принятие законопроекта «ничего не изменит на этом рынке», а под видом гостевых домов продолжают работать нелегальные гостиницы.

<https://hoteliernews.ru/opora-rossii-poprosila-dorabotat-zakonoproekt-o-regulirovanii-raboty-gostevyh-domov>

Ростуризм поможет регионам в проведении событийных мероприятий

Прием заявок на конкурс для получения субсидий продлится до 15 августа. Об этом в минувший понедельник в своем телеграм-канале сообщила Зарина Догузова. Прочитируем руководителя Ростуризма:

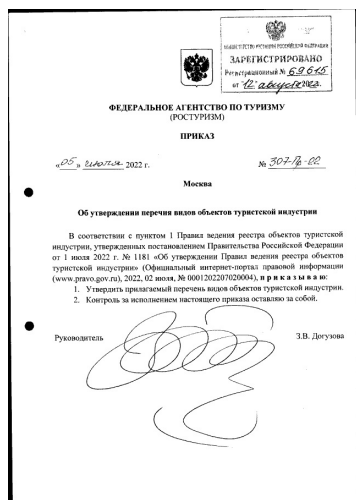
«Предельный размер субсидии – не более 50 млн рублей — для мероприятий с планируемым количеством зрителей от 10 до 25 тыс. человек и не более 100 млн рублей — для мероприятий с планируемым количеством зрителей от 25 тыс. человек».

Выделенные средства можно потратить на площадку для проведения мероприятия, разработать концепцию и программу, пригласить артистов, провести рекламную кампанию в СМИ, а также оснастить площадку необходимым оборудованием.

Для получения субсидии мероприятия должны соответствовать ряду критериев. Например, число участников не менее 10 000 человек. Вход на мероприятие бесплатный. Минимум 30% финансирования необходимо привлечь из внебюджетных источников.

<https://hotelier.pro/tourizm/item/rosturizm-pomozhet-regionam-v-provedenii-sobytiynykh-meropriyatiy/>

Утвержден приказ Ростуризма с перечнем видов объектов туристской индустрии в целях обеспечения возможности применения налоговой ставки 0 %



Минюст России 12 августа 2022 года утвердил приказ Ростуризма от 05.07.2022 N 307-Пр-22 "Об утверждении перечня видов объектов туристской индустрии", которым утвержден перечень объектов туристской индустрии, введенных в эксплуатацию после 1 января 2022 г., при аренде или предоставлении в пользование которых может применяться ставка НДС в размере 0 процентов (основание: п.п. 18 п. 1 ст. 164 НК РФ).

В перечень включены:

1. Гостиницы.
2. Кемпинги.
3. Объекты санаторно-курортного лечения и отдыха.

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

Фокус – Москва и столичный регион

4. Горнолыжные трассы и горнолыжные комплексы.
5. Аквапарки.
6. Многофункциональные комплексы, включающие номерной фонд гостиниц и (или) санаторно-курортных организаций.
7. Входящие в состав многофункциональных комплексов, указанных в пункте 6 настоящего перечня, развлекательные комплексы (центры), и (или) спортивно-оздоровительные комплексы (центры), в том числе детские, и (или) конгресс-центры, и (или) яхт-клубы и яхтенные марины.
8. Стационарные объекты для организации обслуживания населения на территории пляжей, в том числе в составе многофункциональных комплексов, указанных в пункте 6 настоящего перечня.
9. Объекты общественного питания, входящие в состав объектов, указанных в пунктах 1 - 8 настоящего перечня.

Примечательно, что на стадии проекта перечень был немного иной (см. скрин)

- Гостиницы
- Кемпинги
- Многофункциональные комплексы, включающие номерной фонд гостиниц
- Развлекательные и (или) спортивно-оздоровительные комплексы, в том числе детские
- Конгресс-центры
- Горнолыжные трассы и горнолыжные комплексы
- Аквапарки
- Спортивно-оздоровительные центры, в том числе детские, в составе многофункциональных комплексов, указанных в пункте 3 настоящего перечня
- Яхт-клубы и яхтенные марины
- Стационарные объекты для организации обслуживания населения на территории пляжей, в том числе в составе многофункциональных комплексов, указанных в пункте 3 настоящего перечня.

<http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202208120014>

Турбизнес призвал обеспечить льготное кредитование небольших отелей

Турбизнес просит Ростуризм подумать над созданием программы льготного кредитования под инвестиционные проекты малого и среднего бизнеса в гостиничной сфере, письмо с соответствующей просьбой общественная организация «Опора России» направила в ведомство, его копия имеется в распоряжении РИА Новости.

Сегодня финансовая поддержка малого бизнеса в туризме, а именно гостиничной индустрии, к сожалению, выпала из повестки национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». В постановление правительства, которое регламентирует предоставление субсидий российским кредитным организациям и ВЭБ.РФ, малый бизнес не попадает, а по программе льготного кредитования МСП ставка выше и максимальный срок кредита до 10 лет, что для низкорентабельного гостиничного бизнеса не выгодно», — заявил РИА Новости вице-президент «Опоры России» Алексей Кожевников.

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

Он добавил, что в среду Минэкономразвития РФ предложило новую программу льготных кредитов под 3-4,5% на срок до 10 лет. Однако, по его мнению, гостиничный проект за три года льготного периода, которые даются по программе, не успеет окупить себя.

Помимо этого, в письме указано, что реализуемые Ростуризмом программы грантовой поддержки на создание модульных некапитальных средств размещения (кемпингов и автокемпингов) являются узконаправленными и не касаются гостиниц. Там также отмечается, что попытки предпринимателей привлечь финансирование через институты развития приводят зачастую к отказам банков в кредитовании. «Сегодня гостиничный бизнес находится у банков в так называемой «рискованной зоне», — пояснил Кожевников.

«Считаем, что и ставки, и срок кредита для субъектов МСП должны быть не хуже, чем для крупных объектов и держаться на уровне 3-4,5%, сроком не менее 15 лет. Для этого необходимо развивать проектное финансирование и механизмы стимулирования инвестиций», — пояснил вице-президент организации, добавив, что целесообразно создать отдельную программу льготного кредитования под инвестиционные проекты малого и среднего бизнеса в гостиничной сфере.

<https://hoteliernews.ru/turbiznes-prizval-obespechit-igotnoe-kreditovanie-nebolshih-oteley>

Мишустин подписал постановление о льготных кредитах малому и среднему бизнесу под 3-4,5%

Малые и средние предприятия (МСП) смогут получать льготные кредиты на перестройку и развитие производства при действующей ставке Банка России под 4,5% и 3% годовых соответственно.

Средства, полученные по льготной ставке, можно будет направить на закупку оборудования, капитальный ремонт производственных помещений или запуск новых производств.

В приоритетном порядке льготные кредиты получают малые и средние предприятия, работающие в сфере переработки сельхозпродукции, логистики и гостиничного бизнеса.

Срок действия льготной программы составит три года. При этом кредит можно будет взять на 10 лет.

<https://hoteliernews.ru/mishustin-podpisal-postanovlenie-o-igotnyh-kreditah-malomu-i-srednemu-biznesu-pod-3-4-5>

Продажи путевок в рамках туристического кешбэка начнутся 25 августа

Об этом во время совещания, посвященного проблемам туризма, сообщил Михаил Мишустин. Цитируем премьер-министра:

«Сегодня хочу объявить о старте осеннего этапа программы туристического кешбэка. Принято решение запустить его с первого октября. Он продлится до 25 декабря. Именно в этот период нужно будет совершить поездку. А если говорить о круизах – то с первого сентября и до завершения навигации. Уже 25 августа начнутся продажи таких туров».

Михаил Мишустин подчеркнул, что эта программа поддержала экономику регионов во время низкого сезона, когда туристическая инфраструктура мало загружена. Дополнительно сообщается, что за 2 года работы туристического кешбэка им воспользовались более 4 миллионов человек. Только в 2022 году в программе приняли участие 2,4 миллиона путешественников.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Для тех, кто планирует приобретать путевки на Дальний Восток, увеличивается максимальный размер кешбэка с 20 000 рублей до 40 000 рублей. В остальном, правила проведения акции не изменились. Размер кешбэка составляет 20% от стоимости тура. Сумма возврата не может превышать 20 000 рублей. Оплата путевки должна проводиться картой платежной системы «Мир». Возврат средств произойдет в течении 5 дней.

<https://hotelier.pro/news/item/ocherednoy-etap-turisticheskogo-keshbeka-nachnetsya-25-avgusta/>

В Нижегородской области готовят налоговые льготы для новых средств размещения

Для бизнеса, который после 1 января 2023 года построит отель и пройдет процедуру классификации, будет действовать нулевая ставка по налогу на имущество в течении 5 лет. Соответствующие поправки в действующее законодательство предложил внести губернатор региона. Сейчас вопрос находится на рассмотрении в законодательном собрании Нижегородской области.

Таким образом власти планируют стимулировать строительство новых средств размещения на фоне увеличивающегося туристического потока. Отметим, что в прошлом году Нижегородскую область посетили порядка 2.2 миллиона человек. Туристический поток увеличился на треть. В текущем году власти рассчитывают принять порядка 2.5 миллиона путешественников.

Сдерживающим фактором в увеличении номерного фонда могут стать высокие ставки налога, рассчитанные в соответствии с новой кадастровой стоимостью объектов. Бизнес просил власти региона продлить мораторий (действовал во время эпидемии коронавирусной инфекции) на расчет налогов с применением новой кадастровой стоимости. Но эта просьба не была услышана.

<https://hotelier.pro/news/item/v-nizhegorodskoy-oblasti-gotovyat-nalogovye-lgoty-dlya-novykh-sredstv-razmeshcheniya/>

2. Гостиничный рынок Москвы и Московского региона

Загрузка отелей в Москве вернулась к прошлогоднему показателю

Среднемесячный уровень загрузки московских гостиниц в целом вернулся к прошлогоднему показателю в 64%, говорится в исследовании #MARKETBEAT, подготовленного СМWP.

«За второй квартал спрос на гостиничные услуги в столице постепенно стабилизировался, в июне он достиг прошлогодних показателей в 63-64. При этом в «доковидные» годы июньские показатели загрузки московских отелей современного качества традиционно превышали 80-85%», — отмечается в аналитическом отчете.

В нем также сказано, что самый большой отток клиентов наблюдается в люксовом сегменте (30,6%). Наибольшую устойчивость бизнеса демонстрируют гостиницы среднеценовой (загрузка сегмента достигла 65%), выше среднего (61,9%) и экономической (60,1%) категорий.

Средняя цена на номер демонстрирует тенденцию к снижению. Хотя по итогам первого полугодия индикатор показал небольшой прирост — на 3% по отношению к аналогичному периоду 2021 года, фактическая динамика изменений цен размещения с марта по июнь была отрицательной — от резкого (на 15,1%) снижения в марте, до менее драматичного (от 1,9% до 0,5%) понижения в последующие месяцы. Средняя цена на номер за шесть месяцев 2022 года составила 6 041 руб.

«Важно, что заявленные к открытию отели все же откроются, но под другими брендами или в независимом качестве. По прогнозам до конца 2022 г. прирост номерного фонда отелей Москвы может составить 1 140 единиц. Возможны смещения сроков открытия гостиниц на более поздние даты», — отмечают эксперты.

Партнер Commonwealth Partnership (СМWP) Марина Усенко отметила, что гостиничный бизнес переживает фундаментальную перестройку, меняясь не только внешне вместе со сменой брендов, но и внутренне — системы управления, каналы бронирования, структура продаж. «Этот процесс является отражением слома сложившейся картины мира — и замены ее на новую, которой еще только предстоит оформиться», — прокомментировала эксперт.

<https://hoteliernews.ru/zagruzka-otелей-v-moskve-vernulas-k-proshlogodnemu-pokazatelyu>

Отель с конференц-центром появится на Никольской улице

Многофункциональный комплекс с отелем появится в центре столицы при регенерации исторической застройки, сообщил руководитель Департамента градостроительной политики Москвы Сергей Лёвкин.

«Планируемый объект на Никольской улице будет разделен на два блока. В одном из них разместится отель на 151 номер, входная группа, зона общественного питания, автоматизированный паркинг на 39 машин, конференц-центр, спортивно-оздоровительный комплекс с бассейнами технические помещения», — сказал Сергей Лёвкин.

По его словам, во втором блоке предусмотрено 40 гостиничных номеров с входной группой и зоной общественного питания с техническими помещениями. Проект реализуется за счет инвестиционных средств, ведется разработка проектной документации. Власти столицы согласовали архитектурно-градостроительное решение объекта.

<https://hoteliernews.ru/otel-s-konferents-tsentrom-poyavitsya-na-nikolskoy-ulitse>

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

Фокус – Москва и столичный регион

Центр международной торговли проводит ребрендинг своих гостиниц

15 августа 2022 года самый большой пятизвёздочный бизнес-отель столицы Plaza Garden Moscow WTC (ex. Crowne Plaza Moscow WTC) и расположенная в зеленой парковой зоне на севере Москвы гостиница Satelinn Moscow Khovrino (ex. Holiday Inn Express Moscow – Khovrino) сменили логотипы, запустили новые сайты, обновили соцсети и готовы радовать гостей истинным гостеприимством и высокими стандартами обслуживания.

Напомним, что месяц назад гостиницы ЦМТ Москвы сменили названия. Такое решение было принято Советом директоров Центра международной торговли в связи с новыми реалиями и уходом с российского рынка британской фирмы IHG Hotels & Resorts (IHG). IHG владеет международной сетью гостиниц, в которую входят бренды отелей Holiday Inn Express и Crowne Plaza, в форматах которых и работали гостиницы ЦМТ.

«Для нас это не просто смена названия. Это переосмысление бизнеса, в целом, при сохранении международного уровня сервиса и традиционного российского гостеприимства. Можно сказать, что мы начинаем с чистого листа, и предлагаем клиентам все самое лучшее – многолетний успешный опыт операционного ведения бизнеса, мировые стандарты обслуживания и лучшие стандарты гостеприимства, полную линейку гостиничных продуктов, которую мы продолжим дополнять и развивать. Мы также сделали релиз нового сайта и обновили наши соцсети. В ближайшее время планируем запустить и собственную программу лояльности. Сейчас ведется активная работа по данному направлению», — отметила генеральный менеджер гостиницы Plaza Garden Moscow WTC Елена Борисова.

<https://hoteliernews.ru/tsentr-mezhdunarodnoy-torgovli-provodit-rebrending-svoih-gostinits>

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Новая кризисная ситуация и влияние на туристский и гостиничный бизнес

Доля отелей под российскими брендами значительно увеличится

Отельный рынок в России, на текущий момент, находится в стадии перегруппировки сил. Владельцы объектов стоят перед сложным выбором – поменять управляющую компанию с международной на российскую или самостоятельно начать развивать свои отели, отказавшись не только от известных брендов, но и от большого количества централизованных услуг. Кроме того, на рынке создаются новые управляющие компании, а некоторые оперативно меняют свои подходы и стратегии. О том, как будет развиваться отельный рынок в ближайшее время рассказал вице-президент по развитию Cosmos Hotel Group Александр Биба.

«То, что сейчас происходит на рынке можно охарактеризовать, как «большие возможности при понятных перспективах, но не с полным пониманием реальной картины». Мы видим, что с одной стороны, уходят международные бренды, а российские еще не готовы их полностью заменить, так как всегда были не в равных условиях. Российский турист чаще бывал за границей, отдыхая в международных брендах и при не частых путешествиях по России выбирал скорее их. С другой стороны – поддержка от государства в виде реальных, понятных и действенных мер. Поэтому у многих складывается впечатление, что сейчас именно тот момент, когда можно попробовать работать самому, без управляющей компании. Для тех объектов, которые оказывали большое количество централизованных услуг, как в части операционной деятельности, так в части продаж и маркетинга – быстро, а главное эффективно перестроится будет сложно. Мы прогнозируем, что в следующем году доля отелей под российским брендом на рынке значительно увеличится», – комментирует текущую ситуацию Александр Биба.

Что будет делать Cosmos Hotel Group?

Мы видим большой потенциал у российских гостиничных сетей, прежде всего у Cosmos Hotel Group, за счет обширной линейки брендов и гибких условий, занять лидирующую позицию на рынке. Наши компетенции в управлении объектами разной категории и сложности от 3* бизнес отелей до гигантских загородных премиальных комплексов позволяют нам предлагать действующие и эффективные решения для владельцев отелей. Мы подбираем индивидуальный подход для каждого», – добавляет Биба

Какие объекты сейчас строит Cosmos Hotel Group?

Сейчас мы видим большой тренд на премиальный отдых «наедине с собой или с семьей на природе», поэтому кроме 4* бизнес отелей в Омске, Сегеже, Шереметьево и Якутске мы делаем упор на курортные комплексы бренда Cosmos Collection. И первый на очереди у нас отель на Байкале. Мы буквально на этой неделе утвердили концепцию, где основной фокус будет на познание себя через местную культуру и традиции и прежде всего через само озеро Байкал. Мы предусмотрели свой центр восточной медицины, СПА-комплекс, банный комплекс, конгресс-возможности, несколько ресторанов, пляж и многое другое. Не скрою – этот объект пока не имеет аналогов не только на Байкале, но и в России», – добавляет Биба.

<https://hoteliernews.ru/dolya-oteley-pod-rossiyskimi-brendami-znachitelno-uvlichitsya>

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

Отели Crowne Plaza в Петербурге продолжают работать под независимыми брендами

Два петербургских отеля сети Crowne Plaza, принадлежащие ушедшей из России британской InterContinental Hotel Group (IHG), продолжают работать как независимые самостоятельные гостиницы. Об этом пишут «Ведомости» со ссылкой на представителей отелей.

Владеющая сетями отелей Holiday Inn и Crowne Plaza британская IHG в конце июня сообщила о том, что находится в процессе прекращения всех операций в России. В сеть Crowne Plaza входили два петербургских отеля — Crowne Plaza St.Petersburg Airport и Crowne Plaza St. Petersburg Ligovsky Hotel на 294 и 195 номеров соответственно.

Генеральный управляющий бывшего отеля Crowne Plaza Airport Федор Бахвалов рассказал, что с июля гостиница работает под новым брендом — Airportcity Plaza. «Наш собственник сказал, что мы знаем, что делать, мы нанимаем команду и работаем дальше самостоятельно», — отметил он. Бахвалов отметил, что торговая марка Airportcity, под которой сейчас работает отель, была зарегистрирована собственником несколько лет назад, под ней действует ряд бизнес-центров в районе аэропорта. Сейчас разрабатывается новый логотип и брендбук отеля, которые будут представлены в ближайшее время.

Генеральный менеджер Crowne Plaza Ligovsky Hotel Оксана Евсюкова тоже сообщила «Ведомостям», что владелец гостиницы принял решение о самостоятельной работе. «Собственник на данный год и может быть на следующий принял решение, что мы будем самостоятельным отелем. Переход под другие российские бренды не рассматривается», — уточнила Евсюкова, добавив, что отель может вернуться под европейский бренд, если ситуация на рынке изменится.

По словам Евсюковой, по договоренности с владельцем бренда гостиница может продолжить работать под прежним названием Crowne Plaza до конца сентября. Сейчас идет разработка собственного логотипа и брендбука. Собеседница издания не стала раскрывать новое название отеля.

Евсюкова не исключает, что уход иностранного бренда может привести к потере части клиентов гостиницы. «Я не жду, что у нас в худшую сторону изменится сервис. Но то, что у нас может растеряться часть гостей, конечно, возможно. Раньше бренд работал на нас и приносил нам дополнительный объем, и существует определенный риск, что теперь этого может не быть», — отметила она. Бахвалов рассказал, что новый менеджмент отеля уже провел переговоры с постоянными партнерами, в том числе и иностранными компаниями, которые пообещали не прерывать сотрудничество из-за смены бренда. «Им важна локация и здание как таковое, а не бренд», — подчеркнул он.

<https://welcometimes.ru/news/oteli-crowne-plaza-v-peterburge-prodolzhat-rabotat-pod-nezavisimymi-brendami>

Спрос на покупку отелей в Сочи вырос на 16%

Эксперт рынка недвижимости Сочи Кирилл Флутков проанализировал динамику спроса на отели и гостиницы в городе-курорте.

С января по июль, 2022 года спрос на покупку отелей и гостиниц в городе вырос на 16,2% относительно показателя за аналогичный период прошлого года. Также в 2022 году выросло среднемесячное количество запросов на приобретение подобных объектов. Прирост числа запросов в нынешнем году составил 24,45%. — Спрос на отели в Сочи вырос, но при этом покупают не любые лоты. Инвестиции в

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

Фокус – Москва и столичный регион

гостиницы города-курорта — это бизнес, почти не окупаемый из-за очень высоких цен на подобные лоты, — рассказал Кирилл Флутков.

По его словам, сегодня такие инвестиции можно назвать развлечением для богатых пенсионеров. Главным трендом является то, что инвесторы сейчас активно ищут старые отели, которые можно переделать под апарт-комплексы, и продать по юнитам.

<https://hoteliernews.ru/spros-na-pokupku-oteley-v-sochi-vyros-na-16>

Сеть Azimut Hotels вышла на рынок Екатеринбурга

Гостиничная сеть AZIMUT Hotels смогла обеспечить выход на рынок Екатеринбурга. Компания приобрела отели Angelo 4* (angelo by Vienna House Ekaterinburg) и «Лайнер 3*», находящиеся на территории перед Международным аэропортом Кольцово.

В официальном заявлении компании говорится, что оба отеля не будут закрываться на ремонт и продолжат принимать гостей в прежнем режиме, а новый собственник будет развивать их без приостановки работы. При этом пока в компании не комментируют своих планов относительно того, под какими брендами далее будут работать отели. Процесс ребрендинга и стандартизация отелей в формате сети происходит в несколько этапов, и также подразумевает достаточно сложный процесс интеграции, пояснил представитель AZIMUT в ответ на запрос Profi.Travel. «Екатеринбург станет 50-м городом присутствия AZIMUT Hotels. Урал является частью стратегии AZIMUT Hotels по расширению сети. Присоединение двух отелей в Екатеринбурге увеличит наш общий номерной фонд на 365 номеров. Мы планируем активно развивать оба объекта и привести в них высокие стандарты сервиса, единые для объектов AZIMUT во всех регионах присутствия», — отметил генеральный директор AZIMUT Hotels Максим Бродовский.

Отель Angelo включает 211 номеров различных категорий, 14 залов вместимостью до 1000 гостей, парковку на 500 машиномест и фитнес-центр. Со зданием аэровокзала его соединяет теплый переход. Инфраструктура аэропорт-отеля «Лайнер» 3* включает 154 номера, на территории работает круглосуточное кафе домашней кухни. Оба отеля находятся в 5 минутах езды от выставочного центра «Екатеринбург-Экспо» и в 20 минутах езды от центра города.

Сумма сделки, по данным из открытых источников, составила 821 млн рублей. Это почти вдвое больше, чем изначальная цена лотов — 1,5 млрд рублей. Отели были выставлены на продажу в связи с банкротством их собственника «Хорека Кольцово».

Гостиничная сеть приобрела объекты через вновь созданную компанию «СКБ Старт», которая была единственным участником торгов. Учредителем компании является ООО «Азимут Екатеринбург». Компания также была создана незадолго до покупки объекта — в июле текущего года. Ее генеральным директором является Максим Шебеда, который также возглавляет ООО «Азимут Нижний Новгород».

«Первые торги по лоту были 18 января по цене 1,5 миллиарда рублей, в общей сложности провели четыре неуспешных аукциона, на пятом „на понижение“ объект продали за 812,1 млн рублей. Это чуть больше минимальной цены на этих торгах (807,9 млн рублей). Продажа заняла семь месяцев, что в принципе хороший срок для такого объекта», — прокомментировал итоги торгов директор аукционного дома «Торги-ру» Андрей Окулов в разговоре с городским порталом E1.ru.

https://profi.travel/news/55816/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_22827_180822

Cosmos Hotel Group запустила программу лояльности Cosmos Stars

1 августа Cosmos Hotel Group (входит в состав АФК «Система», далее – CHG) запустила собственную программу лояльности Cosmos Stars. Она доступна в 11 отелях сети Cosmos, до конца года компания планирует внедрить ее во все остальные отели сети. Основная особенность Cosmos Stars заключается в накоплении и списании баллов в любом удобном для гостя количестве.

Становясь участником программы лояльности, можно быстро копить баллы и обменивать их на проживание или питание, благодаря удобной системе начисления: 1 рубль = 1 балл. Баллами можно покрыть до 100% стоимости проживания. Также программа предусматривает 4 статуса, каждый из которых включает определенный набор привилегий, способных сделать отдых еще лучше. С уровня Silver доступен ранний заезд, поздний выезд до 14-00, услуги быстрого check-in и бизнес центра. С уровня Gold доступен ранний заезд, поздний выезд до 16-00, услуги быстрого check-in и бизнес центра, гарантия номера не позднее 72 часов для 4* отелей и комплимент от отеля при заезде. С уровня Platinum доступен ранний заезд, поздний выезд до 16-00, услуги быстрого check-in и бизнес центра, гарантия номера не позднее 48 часов для 4* отелей и одна неделя для 5* отелей, комплимент от отеля при заезде, бесплатное повышение уровня категории номера, в

«Мы рады, что нам удалось сделать предельно понятную и максимально удобную программу лояльности для наших постоянных гостей. Для них мы подготовили много интересных и приятных сюрпризов. В будущем планируется создать обширную партнерскую базу, для увеличения привлекательности участия в Cosmos Stars. Здесь у нас есть неоспоримое преимущество – АФК «Система» и ее дочерние организации – ПАО «МТС», OZON, ГК «Эталон» и ГК «Медси». Запуск собственной программы лояльности – еще один шаг на пути реализации нашей стратегии по достижению лидирующей позиции на рынке отельного бизнеса в России», - комментирует запуск программы лояльности Александр Поляков, вице-президент по продажам, маркетингу и управлению доходами.

<https://welcometimes.ru/news/cosmos-hotel-group-zapustila-programmu-loyalnosti-cosmos-stars>

AZIMUT Hotels предоставит частым гостям крупных отелей аналогичный статус в своей программе лояльности

Чтобы принять участие в акции, необходимо заполнить анкету и приложить фото или скриншот своей текущей карты, на котором видны название программы лояльности, номер карты участника, статус участника и ФИО владельца карты.

Статус выдается сроком на 1 год при условии, что первое проживание участника программы лояльности в сети AZIMUT Hotels состоится до конца 2022 года. По истечении года статус необходимо подтверждать согласно общим правилам AZIMUT Bonus.

К участию в акции принимаются участники программ лояльности IHG Rewards Club, ALL, World of Hyatt, Hilton Honors, Marriott Bonvoy, Radisson Rewards. Опция доступна для новых участников, которые до настоящего времени не были зарегистрированы в AZIMUT Bonus.

Заявки на участие в акции Status Match принимаются до 30 сентября 2022 года. Максимально возможный статус для обмена – Gold.

<https://hoteliernews.ru/azimut-hotels-predostavit-chastym-gostyam-krupnyh-otелей-analogichnyy-status-v-svoey-programme-loyalnosti>

4. Юридический практикум для отельеров и вопросы гостиничной безопасности

Обновлены формы отчетности по статистике для организаций в сфере туризма

Обновления касаются гостиниц и туристских фирм

В частности, по обновленной годовой форме № 1-КСР "Сведения о деятельности коллективного средства размещения" нужно будет отчитаться по итогам деятельности за 2022 год. Как и прежде, функционирующие круглогодично организации должны сдать эту отчетность до 1 февраля после отчетного года, т.е. ближайший отчет – не позднее 1 февраля 2023 года. Учреждения с сезонным размещением отчитываются по окончании работы / сезона.

А начиная с отчетности за январь 2023 года нужно применять обновленную ежемесячную форму № 1-КСР (основные индикаторы) "Сведения о деятельности коллективного средства размещения". Немного продлен срок ее представления: если в текущем году такой отчет сдается не позднее 5 числа, то в следующем году – с 1 по 7 день после отчетного месяца.

Применяемые в настоящее время формы с введением новых утратят силу.

А вот квартальную форму № 1-КСР (краткая) последний раз предстоит сдать за III квартал 2022 года – до 15 октября. Больше поквартально отчитываться не придется – начиная с отчета за 2022 год форма № 1-КСР (краткая) упраздняется.

Подробнее в Приказе Федеральной службы государственной статистики от 28 июля 2022 г. N 524 "Об утверждении форм федерального статистического наблюдения для организации федерального статистического наблюдения в сфере туризма", который можно посмотреть по ссылке: <https://base.garant.ru/405076871/>
https://www.tourismsafety.ru/news_one_6860.html

Минфин разъяснил, как применять льготу по НДС для гостиниц

С 1 июля 2022 года начала действовать льгота по применению нулевой ставки НДС объектами туристической индустрии, в т. ч. гостиницами. Период действия этой льготы зависит от того, когда гостиница введена в эксплуатацию и включена ли она в реестр объектов туристической индустрии.

Минфин обратил внимание: применяя ставку НДС 0% к цене номера, необходимо учитывать правила предоставления гостиничных услуг, утв. Постановлением Правительства от 18.11.2020 N 1853. Этими правилами определен перечень услуг, оказываемых в гостиницах, а также установлено, что стоимость номера едина для всех потребителей.

Отсюда Минфин делает вывод: если стоимость проживания в гостинице и иных сопутствующих услуг одинакова для всех потребителей, то ко всей этой стоимости применяется НДС 0%.

Чиновники также сообщили, что планируют внести изменения в НК РФ, чтобы нормы пп. 19 п. 1 ст. 164 НК РФ о нулевой ставке НДС распространялись и на сопутствующие гостиничные услуги.

<https://hoteliernews.ru/minfin-razyasnil-kak-primenyat-igotu-po-nds-dlya-gostinits>

Скан оригинала письма Минфина от 27.07.2022 № 03-07-15/73570 смотрите ниже



**МИНИСТЕРСТВО ФИНАНСОВ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
(МИНФИН РОССИИ)**

ФНС России

**СТАТС-СЕКРЕТАРЬ —
ЗАМЕСТИТЕЛЬ МИНИСТРА**

Ильинка, д. 9, Москва, 109097
телегайт: 112008, телефакс: +7 (495) 913-47-74
приемная: +7 (495) 913-47-77, +7 (495) 983-37-29
27.07.2022 № 03-07-15/73570

На № _____

О применении положений подпункта 19 пункта 1
статьи 164 Налогового кодекса Российской Федерации

В связи с многочисленными вопросами налогоплательщиков, связанными с применением с 1 июля 2022 года налоговой ставки по налогу на добавленную стоимость в размере 0 процентов при реализации услуг по предоставлению мест для временного проживания в гостиницах и иных средствах размещения, Минфин России направляет разъяснения по данным вопросам и просит довести разъяснения до сведения нижестоящих налоговых органов и налогоплательщиков.

С 1 июля 2022 года согласно подпункту 19 пункта 1 статьи 164 Налогового кодекса Российской Федерации (далее – Кодекс) налогообложение налогом на добавленную стоимость при реализации услуг по предоставлению мест для временного проживания в гостиницах и иных средствах размещения производится по налоговой ставке в размере 0 процентов.

В соответствии с абзацем вторым подпункта 19 пункта 1 статьи 164 Кодекса положения данного подпункта применяются по 30 июня 2027 года включительно, если иное не установлено абзацем третьим подпункта 19 пункта 1 статьи 164 Кодекса.

На основании абзаца первого подпункта 18 и абзаца третьего подпункта 19 пункта 1 статьи 164 Кодекса налогоплательщики, оказывающие услуги по предоставлению мест для временного проживания в гостиницах и иных средствах размещения, которые являются объектами туристской индустрии, введенными в эксплуатацию (в том числе после реконструкции) после 1 января 2022 года и включенными в реестр объектов туристской индустрии, вправе применять налоговую ставку 0 процентов до истечения двадцати последовательных налоговых периодов, следующих за налоговым периодом, в котором соответствующий объект туристской индустрии был введен в эксплуатацию (в том числе после реконструкции).

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

Таким образом, при реализации с 1 июля 2022 года услуг по предоставлению мест для временного проживания в гостиницах и иных средствах размещения, введенных в эксплуатацию до 1 июля 2022 года и не включенных в реестр объектов туристской индустрии, налоговая ставка по налогу на добавленную стоимость в размере 0 процентов применяется налогоплательщиками с 1 июля 2022 года по 30 июня 2027 года включительно. В случае если с 1 июля 2022 года услуги по предоставлению мест для временного проживания оказываются налогоплательщиками в гостиницах и иных средствах размещения, которые являются объектами туристской индустрии, введенными в эксплуатацию (в том числе после реконструкции) после 1 июля 2022 года и включенными в реестр объектов туристской индустрии, то при реализации данных услуг налогоплательщики вправе применять налоговую ставку 0 процентов до истечения двадцати последовательных налоговых периодов, следующих за налоговым периодом, в котором соответствующий объект туристской индустрии был введен в эксплуатацию (в том числе после реконструкции).

Согласно пункту 1 статьи 166 Кодекса сумма налога на добавленную стоимость при определении налоговой базы в соответствии со статьями 154 - 159 и 162 Кодекса исчисляется как соответствующая налоговой ставке процентная доля налоговой базы, а при раздельном учете - как сумма налога на добавленную стоимость, полученная в результате сложения сумм налога, исчисляемых отдельно как соответствующие налоговым ставкам процентные доли соответствующих налоговых баз. При этом пунктом 1 статьи 154 Кодекса установлено, что налоговая база по налогу на добавленную стоимость при реализации налогоплательщиком товаров (работ, услуг) определяется как стоимость этих товаров (работ, услуг), исчисленная исходя из цен, определяемых в соответствии со статьей 105.3 Кодекса, и без включения в них налога.

Таким образом, при реализации вышеуказанных услуг по предоставлению мест для временного проживания, облагаемых налогом на добавленную стоимость по налоговой ставке в размере 0 процентов, налоговая база по налогу на добавленную стоимость определяется как стоимость этих услуг, исчисленная исходя из цен, определяемых в соответствии со статьей 105.3 Кодекса, и без включения в них налога.

Что касается применения налоговой ставки по налогу на добавленную стоимость в размере 0 процентов к цене номера (места в номере) в гостинице или ином средстве размещения, то согласно пункту 2 Правил предоставления гостиничных услуг в Российской Федерации, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 18 ноября 2020 г. № 1853 (далее – Правила), ценой номера (места в номере) является стоимость временного проживания и иных сопутствующих услуг, определенных исполнителем, оказываемых за единую цену. При этом пунктом 4 Правил предусмотрено, что цена номера (места в номере) соответствующей категории устанавливается одинаковой для всех потребителей, за исключением случаев, когда законодательством Российской Федерации или локальными нормативными

актами исполнителя допускается предоставление льгот и преимуществ для отдельных категорий потребителей.

На основании абзаца девятого пункта 2 Правил состав услуг, входящих в гостиничные услуги, определяется требованиями, установленными Положением о классификации гостиниц, утвержденным постановлением Правительства Российской Федерации от 18 ноября 2020 г. № 1860 (далее – Положение), в зависимости от вида и категории гостиницы. Так, перечень услуг, в том числе услуг питания, оказываемых в гостиницах, предусмотрен разделами VII – VIII приложения № 4 к положению.

Учитывая изложенное, при реализации услуг по предоставлению мест для временного проживания по цене номера (места в номере), определенной как стоимость временного проживания и иных сопутствующих услуг, оказываемых за единую цену, которая является одинаковой для всех потребителей (за исключением случаев предоставления льгот и преимуществ для отдельных категорий потребителей), налоговая база по налогу на добавленную стоимость, к которой применяется налоговая ставка в размере 0 процентов, определяется исходя из стоимости временного проживания и услуг, поименованных в разделах VII – VIII приложения № 4 к положению.

Вихляева Е.Н.
8-495-645-13-13*03-55



А.В. Сазанов

Прекращается использование «Модуля взаимодействия с информационными системами учёта населения ГУ МВД России по г.Москве»

К вопросу электронной регистрации в средствах размещения: с 27 сентября 2022 г. ГКУ «Московская безопасность» прекращает использование программного обеспечения «Модуль взаимодействия с информационными системами учёта населения ГУ МВД России по г.Москве».

12 августа на официальном сайте ГКУ города Москвы «Московская безопасность» появилась информация: «С 27 сентября 2022 г. ГКУ «Московская безопасность» прекращает использование программного обеспечения «Модуль взаимодействия с информационными системами учёта населения ГУ МВД России по г.Москве». По вопросу последующей передачи сведений о гражданах Российской Федерации, иностранных гражданах и лицах без гражданства для осуществления их регистрационного (миграционного) учёта, в том числе о способах передачи вышеуказанных сведений, а также о необходимости перезаключения действующих соглашений об информационном взаимодействии рекомендуем обращаться в Управление по вопросам миграции ГУ МВД России по г. Москве: 115035, г. Москва, ул. Большая Ордынка, д. 16/4, стр. 4 +7(495) 587-07-87

<https://bezopasnost.mos.ru/presscenter/news/detail/10991029.html>

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

AFI Development может лишиться двух отелей

Компания AFI Development может лишиться двух отелей в Ставропольском крае, сообщают Ведомости. Структурам AFI принадлежат пятизвездочная гостиница «Plaza SPA Кисловодск» на 275 номеров и четырехзвездочная «Plaza SPA Железноводск» на 134 номера, построенные на месте выкупленных у Федерации независимых профсоюзов России (ФНПР) санаториев.

ФНПР в 90-е получила от государства на безвозмездной основе 59 имущественных комплексов (в том числе 34 санатория), большинство объектов были проданы. Однако теперь Генпрокуратура обнаружила, что продавать объекты размещения ФНПР не имела права. Гагаринский суд удовлетворил требования истца и постановил изъять 34 санатория в пользу государства.

Как установило надзорное ведомство, глава ФНПР Михаил Шмаков совместно с другими должностными лицами, органами управления ФНПР и Федерации профсоюзов Ставрополя начал распродавать эти активы, что привело к «утрате их лечебных и оздоровительных свойств». Сделки осуществлялись через ООО «Курортное управление (холдинг)», которое было создано в 2004 году исполнительным комитетом ФНПР. По подсчетам Генпрокуратуры, профсоюзы продали 131 объект из 24 учреждений на сумму 3,3 млрд рублей.

<https://hoteliernews.ru/afi-development-mozhet-lishitsya-dvuh-oteley>

У владельцев сгоревшего хостела в Москве нашли еще один объект

У владельцев хостела, сгоревшего в Москве в ночь на 29 июля, обнаружили еще один — на улице Молодцова, передает РЕН ТВ. В здании выявили 16 нарушений пожарной безопасности. По данным телеканала, хостел был оформлен на Элеонору Миронову, дочь Рауфа Миронова, с которым она вместе владеет сгоревшим помещением на Алма-Атинской улице.

Отмечается, что по результатам внеплановой проверки выяснилось, что комната отдыха хостела не оборудована датчиками дыма для пожарной сигнализации, а замки и задвижки на эвакуационных выходах не позволяют быстро открыть двери в случае внезапного инцидента. Также на пути к ним была обнаружена мебель.

Кроме того, в одном из помещений установлен светильник без колпака, а в комнатах обнаружены многочисленные кабели с нарушением изоляции.

Среди прочих нарушений в здании нет огнетушителей и письменный информации по вопросу пожарной безопасности. Отмечается, что постояльцам хостела позволялось курить внутри помещения, а не в специально-отведенных для этого местах.

В хостеле на Алма-Атинской улице, в доме № 7, корпус 2, пожар произошёл в ночь на 29 июля. В результате погибли восемь человек, причиной стало отравление угарным газом. Ещё четыре человека госпитализированы. Следственный комитет России возбудил уголовное дело по факту пожара, виновным грозит до десяти лет лишения свободы. Ведомство в качестве одной из основных версий называет неисправность электропроводки.

<https://news.ru/moskva/u-vladelcev-sgorevshego-hostela-na-alma-atinskoj-ulice-nashli-eshe-odin/>

Управляющего гостевого дома в Подмосковье, где погибли трое детей, задержали

Следователи задержали управляющего гостевого дома в деревне Малое Видное в Подмосковье, где при пожаре погибли трое детей. Об этом сообщила представитель ГСУ СК РФ по Московской области Ольга Врадий.

"В рамках расследования уголовного дела, возбужденного по части 3 статьи 109 УК РФ ("Причинение смерти по неосторожности двум или более лицам"), задержан управляющий гостевого дома, в котором произошло возгорание и погибли трое детей. Кроме этого, возбуждено уголовное дело по факту оказания услуг, не отвечающих требованиям безопасности по части 3 статьи 238 УК РФ", – сообщила Врадий.

Как выяснило следствие, по документам дом оформлен как частный, однако функционировал как гостевой. В нем 12 комнат, которые сдавались постояльцам без заключения договоров, в том числе мигрантам.

"В этой связи следственными органами также организована проверка действий либо бездействия должностных лиц, осуществляющих миграционный контроль и профилактику правонарушений в этой сфере", – прокомментировала Врадий.

Пожар произошел днем 11 августа. В результате происшествия погибли две девочки 9 и 7 лет и их брат 5 лет. Сообщалось, что мать оставила детей без присмотра и заперла их на мансардном этаже дома.

https://www.m24.ru/news/proisshestiya/12082022/490365?utm_source=CopyB
[uf](#)

Роспотребнадзор опечатал четыре хостела на севере Москвы

Сотрудники ведомства провели внеплановые проверки в хостелах, расположенных в жилых домах на Новопесчаной, Смольной, Ангарской улицах и в 4-м Вятском переулке. Были выявлены многочисленные нарушения действующего законодательства.

В отношении ответственных лиц составлены протоколы о временном запрете деятельности. Роспотребнадзор направил материалы проверок в Савёловский районный суд для принятия решения о приостановке деятельности хостелов.

В ночь на 29 июля в хостеле на юге Москвы произошел пожар, унесший жизни восьми человек. Учредитель и гендиректор мини-гостиницы стали фигурантами уголовного дела об оказании услуг, не отвечающих требованиям безопасности. Еще одно дело возбудили в отношении пожарного инспектора, проводившего проверку в хостеле в 2020 году.

<https://www.ntv.ru/msk/novosti/2718981/>

Специалисты по недвижимости раскрыли темные нюансы рынка хостелов: деньги текут рекой

«Мини-гостиница» в трехкомнатной квартире приносит 60-70 тысяч в месяц

В ночь с 28 на 29 июля пожар в хостеле на Алма-Атинской улице в Москве унес жизни восьмерых человек. Выгоревшая квартира находится на первом этаже, однако это не помогло ее постояльцам: на окнах были стальные решетки, а дверь была недоступна. Хостелы — то есть общежития или дешевые гостиницы, расположенные в помещениях жилых квартир — давно вызывают беспокойство у властей и соседей, но сохраняются и даже процветают. Как работает этот сектор экономики сейчас, выяснил «МК».

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

Фокус – Москва и столичный регион

Восемь погибших, трое пострадавших в результате одного происшествия — это безусловное ЧП. Значит, будут разбирательства, а еще — будут попытки законодательно добиться «окончательного решения» вопроса о хостелах.

И это будут далеко не первые такие попытки. Борьбой с нелегальными хостелами московские чиновники и особенно законодатели занимаются с середины 2010-х годов. В частности, с осени 2019 года запрещено использовать жилые помещения для предоставления гостиничных услуг. Теперь, чтобы получить легальный хостел, нужно перевести квартиру в правовой статус нежилого помещения.

Мера разумная, но она не особенно подействовала. Во-первых, тот хостел, где произошел катастрофический пожар, был скорее сродни настоящей гостинице-общаге: там размещалось около 200 человек, а помещение было официально нежилым. А во-вторых, многие владельцы квартир, сдающие их «покоечно», продолжают это делать — только без рекламы и стараясь не обращать внимание соседей.

Сдача квартир под дешевую гостиницу или общежитие стала привычным делом на рубеже 2000-х годов. Основной причиной их массового появления на рынке оказалась высокая цена качественного ремонта и обилие в Москве «хрущевок», в которых дорогой ремонт делать бессмысленно.

— Даже на чистые, но без современного ремонта и мебели, квартиры спрос был невелик, — рассказывает частный риелтор Ольга Демченко. — Их тогда как раз начали презрительно называть «бабушатниками» и снимали только с большим дисконтом, значительно ниже рынка. А хозяева ниже рынка сдавать не хотели, тратить 500 тысяч — миллион на ремонт тоже. И тогда возникал вариант: сдать гастарбайтерам «как есть», пусть убивают квартиру и платят деньги по рынку.

Любопытно, что «романтиков» (как правило, молодые семьи), желающих недорого снять «убитую» квартиру и отремонтировать в процессе проживания, после 2000-х годов почти не стало. Виной тому, рассказывает риелтор, порочная практика, когда сразу после ремонта (поднявшего потенциальную арендную цену квартиры) хозяева ставили жильцам ультиматум: платите больше или выкатывайтесь. А вот рабочим, особенно мигрантам, ищущим не полноценную квартиру, а койко-место, деваться и так было некуда. Полная гармония.

Одновременно рос другой сегмент хостелов: посуточно сдаваемые квартиры или комнаты для туристов. Бум в этом секторе уже несколько лет (с чемпионата мира по футболу) задают туристы из всех регионов России; с 2020 года, хотя иностранные гости в Москве сошли практически на нет, туристов из регионов становится все больше.

— Я сдавала квартиру под хостел для рабочих, когда это запретили делать, закрыла лавочку, — рассказывает Элина, жительница Щукино. — Теперь продолжаю сдавать, но туристам. На выходные летом практически всегда занято, и вообще в теплый сезон все «забучено» почти подряд. Официально это посуточная сдача, по просьбе жильцов я могу, если они живут не меньше недели, их зарегистрировать. Но просят это сделать очень редко.

Чтобы начать принимать туристов, нужен хоть небогатый, но современный и свежий ремонт. Почти все сдаваемые квартиры, не переведенные в нежилой фонд, теперь отремонтированы. Правда, некоторые «шанхай» на первых этажах (как раз за прочными стальными решетками) все-таки остались.

— У нас продолжают жить человек 15 в этой квартире, — рассказывает Тамара Омелехина, пенсионерка из Тимирязевского района. — Вместо занавесок на окнах всегда плотное покрывало, что внутри — никто не знает, своя жизнь. Но шума

никакого, неудобств тоже. Живут ребята из «Жилищника», говорят. По крайней мере, я видела их в жэковской форме.

В «Жилищниках» нескольких московских районов «МК» подтвердили: часть персонала живет в снятой специально для этого квартире прямо на участке. Риелтор Ольга Демченко полагает, что коммунальщики в качестве квартиросъемщиков — один из оптимальных вариантов для тех, кто сдает квартиры без ремонта.

— Сами судите, это фирма, снимают они «вбелую», за поведение сотрудников отвечают, — говорит специалист.

Хостел в трехкомнатной квартире на первом этаже недалеко от метро приносит хозяину около 60-70 тысяч рублей в месяц, рассказал «МК» хозяин такого хостела в районе Богородское. Поскольку речь не идет об официальном оказании гостиничных услуг, пресекать эту нелегальную деятельность полиция будет только по жалобам соседей, либо по факту нарушения общественного порядка, рассказал «МК» сотрудник ОВД «Щукино». Конечно, если квартира сдается вообще без договора, вопросы могут возникнуть у налоговой — но обычно, по словам хозяина хостела в Богородском, заключается договор аренды с тем, кто живет в хостеле постоянно. Он становится «старостой» квартиры, и обычно именно он отвечает в ней за порядок.

Совсем другое дело — хостелы с размахом, занимающие нежилые помещения (неважно, это несколько квартир на первом этаже или, например, бывший книжный магазин — бывает по-разному). Они имеют понятное юридическое лицо и должны подчиняться тем нормативам, которые есть в гостиницах.

Доход у таких хостелов намного больше, но и ответственность тоже высока: здесь есть проверки санитарных врачей и пожарного надзора. Злополучный хостел на Алма-Атинской, в котором размещалось сразу около 200 человек — как раз из таких «крупномеров». И его владельцы в рамках возбужденного уголовного дела ответят так же, как хозяева обычной гостиницы.

<https://www.mk.ru/social/2022/07/29/specialisty-po-nedvizhimosti-raskryli-temnye-nyuansy-rynka-khostelov-dengi-tekut-rekoy.html>

Девушка забыла про фен и устроила пожар в хостеле в центре Москвы

Невнимательность одной из постоялец хостела в центре Москвы привела к пожару. Об этом сообщил источник РЕН ТВ, знакомый с ситуацией. Инцидент произошел в Кожевническом проезде. Огонь быстро распространился по комнатам хостела "Плед". По словам очевидцев, горят помещения уже на нескольких этажах. Людей пришлось эвакуировать по пожарной лестнице.

Пожарные спасли семь человек из загоревшегося трехэтажного хостела в столичном районе Замоскворечье, сообщили в пресс-службе столичного МЧС. — По адресу Кожевнический проезд, д. 4/5, стр. 5 пожарно-спасательными подразделениями спасены семь человек, сведений о пострадавших не поступало. В 18:09 в оперативную дежурную смену Центра управления в кризисных ситуациях Главного управления МЧС России по Москве поступило сообщение о пожаре по адресу, — сказали в ведомстве. К 18:39 пожарным удалось локализовать огонь, а в 18:50 огонь на площади 15 кв. м полностью потушили.

Сейчас постояльцы ждут, когда спасатели закончат работы, прямо на улице. Они выбежали из здания без вещей, кто-то даже в домашней одежде и шлепках. Как уточнил собеседник, причиной пожара стало короткое замыкание: девушка, проживающая в хостеле, оставила без присмотра включенный фен.

<https://ren.tv/news/v-rossii/1013235-devushka-zabyla-pro-fen-i-ustroila-pozhar-v-khostele-v-tsentre-moskvy>

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

Фокус – Москва и столичный регион

Иски к турбизнесу за нарушение авторских прав поставили на поток

Волгоградская юридическая фирма взыскивает с туристических компаний десятки тысяч рублей.

Фото- и видеоматериалы активно используют на своих сайтах большинство туркомпаний — и все чаще они становятся ответчиками по делам о нарушении авторских прав. Причина не только в незнании соответствующих законов, но и в том, что в последние несколько лет на российском рынке юридических услуг одним из наиболее успешных направлений стала защита авторского права. Причем достаточно много фирм занимаются исключительно подобными исками и поставили дело на поток.

Как рассказали Profi.Travel представители турбизнеса, сейчас компании получают множество исков о защите авторского права, инициированных небольшой юридической фирмой из «Восьмая заповедь», созданной в Волгограде. Интересно, что основатели компании — фотограф Павел Сытилин и юрист Данил Яценко. Последний является еще и генеральным директором ООО «Вебнотариус», которое специализируется на заверении фактов нарушения авторских прав. По словам профессионалов туротрасли, «Восьмая заповедь» уже прославилась тем, что буквально завалила суды исками о защите авторских прав за факты использования фотографий, взятых, в частности, в соцсетях.

Всего на счету компании с момента ее создания (за 6 лет) более 1200 дел, причем требования по искам составляют от 100 тысяч рублей до 1,5 млн. Подавляющее большинство из них выиграны. По данным волгоградских СМИ, которые уже называют «Восьмую заповедь» «фотомстителями», только в 2021 году фирма отсудила по таким делам 90,7 млн рублей.

Ответчиками по искам становились не только коммерческий структуры, но и администрации городов, учебные заведения, православный монастырь и даже Министерство обороны РФ.

Сколько подобных вопросов было разрешено еще до суда, неизвестно. Но очевидно, что такой путь выбирают многие компании, чтобы не нести еще и судебные издержки. Одно из писем с досудебными требованиями в отношении туроператора имеется в распоряжении Profi.Travel. Документ был направлен 10 августа компании, которая занимается реализацией туров в Дагестан. Согласно тексту письма, в одной из публикаций на сайте туроператора была использована фотография с изображением природы этого региона. Исключительные права на эту фотографию автор передал «Восьмой заповеди» в доверительное управление 19 апреля 2022 года, и теперь туроператор обязан выплатить значительную сумму за нарушение этих прав.

Передача исключительных прав юридической компании, которая уже «выбивает» деньги из нарушителей — популярная практика. Как комментируют на туристическом рынке, ситуация с такими исками такова, что можно говорить уже о целой индустрии, которая до недавнего времени просто в меньшей степени контактировала с турбизнесом, акцентируясь на более крупных пользователях фото- и видеоконтента, например, СМИ.

Причем ответчиками по искам могут становиться даже небольшие турагентства, которые просто размещают у себя на страницах рекламные материалы туроператоров, даже в виде баннеров. В случае с чужими предложениями никому обычно в голову не приходит проверять, не взята ли картинка с горами, использованная для иллюстрации тура на Алтай, из открытых источников.

Судя по судебной практике, компании, размещающие чужие предложения на своих страницах, сталкиваются с претензиями правообладателей довольно часто. Это могут быть как турагенты, так и агрегаторы в системах бронирования, объясняет генеральный директор компании «Персона Грата» и бизнес-омбудсмен в сфере туризма Георгий Мохов. Причем суд в таких случаях чаще всего встает на сторону правообладателя.

Единственный способ обезопасить себя, по мнению Георгия Мохова, — сделать аудит своего сайта на предмет содержания рискованных изображений. Фактически нужно удалить все, что вызывает хоть какие-то вопросы с точки зрения соблюдения авторского права. Необходимо помнить, что удаление спорной фотографии после того, как был зафиксирован факт публичной демонстрации, уже не поможет избежать претензий правообладателя.

Турагентам можно посоветовать чаще использовать свои фотографии, сделанные в рекламных турах, — завести файлы с фото- и видеоматериалами, отсортированными по странам и регионам. А для иллюстрации предложений по тем локациям, куда доехать еще не успели, можно выбирать атмосферные фото с собственного отдыха, на которых невозможно определить место, где они были сняты, — главное, чтобы передавали настроение.

https://profi.travel/news/55823/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_22846_190822

5. Гостиничный рынок за рубежом

Booking.com будет бороться за дорогих клиентов с помощью трансферов с дисконтом

Hotelier.pro представляет вашему вниманию адаптированный перевод интересного материала с профессионального портала Skift.com. Планы Booking.com по завоеванию и удержанию клиентов, особенно дорогих, могут взять на заметку и участники российского гостиничного рынка – как агрегаторы бронирований, так и непосредственно отельеры.

«Мы сейчас тестируем скидки на проезд из аэропорта в отель для дорогого клиента, — рассказал Гленн Фогель, генеральный директор Booking Holdings. - Поставщик наземного транспорта будет предоставлять скидку, особенную для нашего клиента, потому что мы сможем обеспечить ему дополнительный бизнес».

Такая стратегия Booking еще раз подчеркивает важность того, чтобы не фокусироваться только на ночевках, а предлагать гостям услуги по формуле «проживание+». И трансфер в этом отношении выглядит логичным дополнением. Разумеется, большинство отелей и так давно предлагает своим гостям – опционно - услугу трансфера до отеля. Но теперь в тех странах, откуда Booking не ушел, эту услугу агрегатор намерен забирать под себя. А дисконт (скидка) – серьезный аргумент при предоставлении одинаковой / аналогичной услуги.

Надо сказать, что, несмотря на свое adieu России, во втором квартале 2022 года Booking Holdings чувствует себя вполне хорошо - количество забронированных ночевочек у компании увеличилось на 16% по сравнению с тем же периодом 2019 года – таким образом, компании впервые удалось превысить допандемийный показатель. Но ... все же не так все гладко - рост количества бронируемых ночевочек во втором квартале 2022 значительно замедлился по сравнению с первым кварталом. Все-таки от фактора России просто так не отмахнуться?

Во втором квартале 2022 чистая прибыль Booking Holdings составила \$857 млн против чистого убытка в размере \$167 млн годом ранее. Выручка во втором квартале увеличилась на 99% до \$4,3 млрд. Компания говорит, что ожидает рекордной выручки в третьем квартале, хотя рост заказов в июле, первом месяце квартала, замедлился по сравнению с июнем.

«Хотя сейчас чрезвычайно сложно точно предсказать краткосрочную экономическую ситуацию, я как никогда уверен в сильном желании потребителей путешествовать, в привлекательном долгосрочном профиле туристической индустрии и в улучшении нашей долгосрочной конкурентоспособности», - заявил Гленн Фогель.

Так что инвесторы в гостиничный и туристический бизнес должны быть, в целом, довольны тем, как складываются дела на рынке.

По оценкам Booking Holdings, на ее подразделение Booking.com приходится в среднем около 25% общих бюджетов клиентов на поездки. Сегодня компания использует все - начиная от скидок и до внедрения новых продуктов, ориентированных на финтех - чтобы захватить большую долю кошельков и бюджетов клиентов.

Между тем, предоставления скидок и различных стимулов для ценных клиентов, негативно повлияет на среднюю «ставку» или комиссионные компании в этом году. Прогнозируется, что они упадут до 14% - ниже уровня 2019 года и меньше, чем прогнозировалось несколько месяцев назад. Снижение этого показателя и стало причиной и главной темой телефонного разговора Гленна Фогель с финансовыми аналитиками 3 августа о прибылях и убытках компании за второй квартал.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Гленн Фогкль подчеркнул, что стратегия Booking Holdings во многом связана с собственной платежной платформой, которая привлекла 38% всех бронирований Booking.com во втором квартале, что на четыре процентных пункта больше, чем в первом квартале.

На протяжении большей части своей истории Booking.com не принимал платежи самостоятельно - клиенты платили за свои номера по прибытии в отель. Однако теперь Booking.com принимает платежи за бронирования отелей, краткосрочную аренду, а также за авиабилеты.

Развитие собственной платежной системы способствует развитию стратегии компании в отношении «связанных поездок» дать Booking больше контроля над тем, что она может предложить всем своим клиентам – и путешественникам, и поставщикам.

Компания также тестирует функцию «купи сейчас, заплати позже», ее она собирается внедрять более широко в 2023 году. Программа лояльности Booking - Genius - еще один инструмент поощрения и удержания постоянных клиентов.

В какой мере участники российского рынка возьмут стратегию Booking на заметку (и копирование) – посмотрим.

<https://hotelier.pro/news/item/booking-budet-borotsya-za-dorogikh-klientov-s-pomoshchyu-transferov-s-diskontom/>

Теракт в отеле Hyatt в Сомали

Десятки получили ранения, сообщает местное издание Somali Guardian. В пятницу боевики из радикальной исламской группировки захватили отель Hyatt в столице страны Могадишо, где часто проводят встречи федеральные чиновники, и удерживали его больше суток. Среди погибших – спикер парламента Сомали и владелец отеля.

Террористы атаковали гостиницу в пятницу после захода солнца. Сообщается о серии взрывов. Представители группировки заявляли, что исламисты убили большое число силовиков, а в самом здании вели беспорядочный огонь по людям. Первые подразделения полиции, которые прибыли по вызову, попали в засаду.

Район вокруг гостиницы был оцеплен. С утра военные начали обстрел здания и подготовку к штурму. Бой продолжался более 18 часов. Представители сил безопасности заявляли, что удалось спасти большинство гражданских лиц, находившихся внутри, в том числе детей.

Как отмечает «Франс-Пресс», этот теракт стал крупнейшим после переизбрания президента Хасана Шейха Махмуда в мае этого года.

Данный случай (хотя он и не в нашей стране) еще раз подтверждает, что вопросы обеспечения безопасности и антитеррористической защищенности гостиниц и иных средств размещения трудно переоценить.

https://www.tourismsafety.ru/news_one_6863.html

6. Интересное для отельеров

Какие стандарты международных сетей применяют отечественные управляющие компании?

Международные гостиничные сети сегодня сокращают свою активность в России. Но для всех нас не секрет, что стандарты и технологии в российском гостиничном бизнесе во многом исходили от международных операторов. Наука Revenue Management — не исключение. Конечно, некоторые revenue-стандарты гостиничных сетей сложны, и не всегда применимы в реалиях российского рынка, но именно международные гостиничные сети создают культуру управления доходами, и этот фактор крайне важен. Заданные стандарты потом обретают свое место в отелях с независимым управлением на основе опыта сетевых коллег, применяющих эту культуру.

В сегодняшних реалиях работа любых управляющих компаний требует постоянного совершенствования управленческих процессов. Международные гостиничные операторы давно смогли стандартизировать и автоматизировать множество процессов в управлении. И у них всегда одно из самых важных направлений — Revenue Management (управление доходами). Сети прививают в каждом отеле определенную культуру и стандарты управления доходами. Во многих сетевых отелях работа с решениями Revenue Management является обязательным пунктом, так как без этого сети не могут гарантировать хорошие финансовые результаты.

Российские управляющие компании не отстают от данных трендов, тоже стандартизируют и автоматизируют процессы управления.

Компания hotellab надеется, что гостиничная индустрия нашей страны продолжит придерживаться культуры управления доходами.

Данная статья раскрывает процессы стандартизации Revenue Management на основе опыта внедрения системы hotellab в управляющих компаниях с разной спецификой.

Мы предлагаем вашему вниманию отзывы клиентов системы Revenue Management от hotellab, в которых рассказывается, почему компании решили автоматизировать управленческие процессы, и какую выгоду получили от внедрения revenue - технологий.

Сегментация и контроль сотрудников

Одним из важных стандартов деятельности управляющих компаний является внедрение единой сегментации во всех отелях компании. Это позволяет формировать общие стратегии продаж и маркетинга, а также легче вести отчетность для собственников и управляющей компании. Кроме того, управление тарифами становится более прозрачным. Так группа отелей Kravt Group полностью перешла на единую сегментацию, и руководитель управления доходами один контролирует все процессы в отелях с разными локациями.

“Выстраивая стратегию нашего развития, мы делаем ставку на цифровые технологии, которые определяют эффективность работы управляющей компании. С октября 2021 года мы приступили к внедрению Revenue Management и начали работать с RMS: hotellab. Благодаря этому, сегодня один специалист может быстро и эффективно управлять ценообразованием четырёх отелей с номерным фондом более 400 номеров – это рациональность и оперативность в принятии решений”. - *Ангелина Самадова, независимый директор по развитию Kravt Group.*

“Кроме того, в систему легко и быстро интегрируются стандарты компании, а на выходе мы получаем полезную статистику и отчеты для отделов продаж и маркетинга. Это позволяет нам полностью контролировать конкурентные позиции по всей группе отелей, уровень спроса, и в моменте корректировать ценообразование.

Первые результаты от внедрения технологии мы уже оценили. За счет постоянного использования hotellab и ее инструментов, наши отели показывают заметный прирост ADR по сравнению с предыдущими периодами. Так, в высокий сезон в 2022 году ADR отелей Kravt Group вырос на 13% по отношению к аналогичному периоду прошлого года. Уверены, что по мере увеличения функционала системы мы сможем еще более цифровизировать наши бизнес-процессы”, - рассказывает *Дмитрий Ефимов, кластерный управляющий по доходам и электронной коммерции Kravt Group.*

Данные для анализа цен и принятия решений

Для многих управляющих компаний крайне важным фактором для принятия решений является использование менеджментом отелей максимально эффективных инструментов. Международные сети в пул стандартов всегда внедряли такие решения как Rate Shopper, бенчмаркинг и RMS. Во многих сетевых отелях, при запуске новых объектов, эти инструменты были из разряда “must-have”. Российские компании, такие как Роза Хутор и, Four Elements, тоже следуют подобным стандартам управления и данные решения, по умолчанию, включены в бюджеты объектов.

Это позволяет управляющим компаниями контролировать следующие процессы:

- Анализ эффективности отеля на основе показателей рынка
- Наличие данных по активности конкурентов
- Наличие всех ключевых данных для принятия решений по открытым ценам
- Иметь единые стандарты, не в зависимости от смены менеджмента отеля

“Наша управляющая компания сотрудничает с hotellab больше года. Мы начали с подключения отеля в Екатеринбурге, а сейчас уже три отеля работают с системой. Нам нравится, как развивается система и какие новые функции появляются. Это позволяет нам автоматизировать и постоянно улучшать наши стратегии в Revenue Management и, следовательно, увеличивать финансовые показатели по выручке. Особенно нам нравится то, что система предлагает различные форматы работы. Отель в Москве на 42 номера у нас полностью автоматизировал ценообразование. Отель на 141 номер использует hotellab для удобного и быстрого управления ценами и ведения аналитики продаж, а недавно подключенный отель в Перми, на 100 номеров, применяет систему для анализа спроса на рынке. Мне, как управляющей сети, очень удобно контролировать отели из одного личного кабинета”, - сообщает *Анна Косарева, генеральный директор Four Elements Hotels*

“После ухода с российского рынка нашего партнера в сфере решений Revenue Management, OTA Insight, мы стали искать локальный аналог для анализа спроса и конкурентов. Посмотрели несколько систем и быстро сделали выбор в пользу hotellab. Так как их интерфейс и функционал соответствуют нашим требованиям. Кроме этого, важным фактором лояльности были их специализация на Revenue Management, их постоянное развитие, появление новых функций. Нам крайне важно, чтобы РМ решения постоянно развивались и совершенствовались”, - мнение

Бюджетирование и прогнозирование

Несмотря на нестабильность окружающей ситуации, профессиональный подход к управлению отелем обязательно требует работы с бюджетированием дохода и частым составлением прогноза, чтобы всегда быть в курсе статуса выполнения бюджета.

Сегодня RMS системы, за счет анализа текущих трендов бронирований и колебаний спроса на рынке, позволяют получить максимально актуальные прогнозы на ближайшие месяцы. На этой основе, можно сделать множество выводов и совершить множество действий, которые будут влиять как на расходную, так и на доходную части. Например: сеть отелей Alean Collection выстраивает абсолютно все свои стратегии с помощью бюджетов и последующих прогнозов.

“Мы уже несколько лет готовились к внедрению Revenue Management System, анализировали имеющиеся решения, в том числе от пионеров данного направления. В итоге мы выбрали RMS от Hotellab, потому что систему и алгоритм рекомендаций можно настраивать под нашу логику и требования в подходах к ценообразованию и продажам. Нам было важно, чтобы выбранный нами партнер мог адаптировать и настроить полноценную интеграцию с нашей системой PMS/АСУ 1С Отель. Еще у нас достаточно сложная тарифная система. Компания hotellab подошла под эти требования, и в течение нескольких месяцев настроила систему с учетом наших потребностей. Сейчас мы используем систему на все наши 5 отелей с номерным фондом более 1 600 номеров, анализируем алгоритм и производим точечные настройки, пользуемся аналитикой и начинаем автоматизировать ценообразование. Радует большой объем статистических показателей в системе, удобный интерфейс, частые обновления системы, которые решают и наши запросы”, - сказал Вячеслав Глуценко, директор департамента продаж Alean Collection

<https://hotelier.pro/management/item/kakie-standarty-mezhdunarodnykh-setey-primenyayut-otechestvennye-upravlyayushchie-kompanii/>

Сила бренда. Или почему гости должны выбрать именно ваш отель?

К трем хрестоматийным конкурентным преимуществам отеля (location, location и еще раз location) многие отельеры стараются добавить еще более важное – брендинг.

И это работает. Разумеется, при том, что брендинг подкрепляется качественным обслуживанием гостей и их высокой удовлетворенностью брендом.

Между тем, по словам *Чекитана Дева, профессора Ноланской школы гостиничного администрирования Корнельского университета*, написавшего целую книгу о гостиничном брендинге, пандемия к-вируса спровоцировала «обман со стороны брендов». Не всем франчайзи удастся поддерживать стандарты бренда, равно как и капитальные затраты на обновления. И что удивительно – как это ни парадоксально выглядит - исследование, проведенное Чекитаном Девом, показало, что отели, принадлежащие и управляемые материнскими гостиничными компаниями, в среднем хуже соответствуют стандартам бренда, чем франчайзинговые отели. Вероятно, потому, что в отелях, управляемых материнским брендом, соблюдение стандартов бренда считается само собой разумеющимся делом, вследствие чего следование стандартам не всегда жестко контролируется.

Hotelier.pro продолжает представлять вашему вниманию адаптированный перевод актуального материала с профессионального портала Skift.com

«В последние годы бренд оказался в центре внимания как ключ к успеху в индустрии гостеприимства. Когда-то бизнес-стратегия начиналась с маркетинга и включала брендинг в качестве одного из своих элементов. Сегодня бренд управляет маркетингом в рамках более крупного гостиничного предприятия. Он не только стал главным средством привлечения клиентов, но и, в более широком смысле - главным организующим принципом для большинства организаций гостеприимства», - говорится в аннотации книги Чекитана Дева «Брендинг гостеприимства» (Hospitality Branding, Chekitan S. Dev).

Концептуально брендинг заключается в кратком изложении причин, по которым путешественники должны выбрать именно ваш отель, а не какой-нибудь другой.

Характеристиками эффективного бренда – по оценке Чекитана Дева - являются:

Смелость.

Бренды должны занимать твердую позицию и иметь твердую точку зрения.

Актуальность.

Бренды должны быть действительно настроены на потребности и проблемы своего целевого рынка и развиваться вместе со своими основными клиентами.

Аутентичность.

Необходимо сохранять верность и поддерживать связь с историей происхождения бренда.

Новизна.

Людам нравится что-то новое и инновационное. Отельерам должно быть, что ответить на вопрос повторного гостя: «Что у вас нового?»

Четкость.

Усилия по продвижению должны формулировать не только то, что предлагает бренд, но и то, чем его предложения отличаются от предложений других брендов.

Многие бренды сегодня недостаточно актуальны или недостаточно аутентичны – считает профессор. Вот почему бутик-отели, независимые средства размещения и airbnb набирают обороты, а ряд отелей испытывает сложности с загрузкой и / или доходностью.

Брендам *нужно больше инноваций*. Большинство брендов барахтается в море одинаковости – заявляет Чекитан Дев.

Вот несколько советов по «тонкой настройке» брендинга:

- Остерегайтесь пытаться привлечь слишком много сегментов аудитории. Это может ослабить силу вашего бренда.
- Сделайте брендинг осязаемой целью всех заинтересованных сторон и заручитесь их поддержкой. Брендинг – это скоординированная деятельность многих людей и элементов.
- Низкая общая осведомленность о бренде - это нормально, если вы добились высокой осведомленности о вас и лояльности вам среди вашего целевого сегмента гостей.

Главная проверка бренда – это сумма надбавки, которую гость готов заплатить за ваш бренд по сравнению с брендом вашего ближайшего конкурента.

Добавим еще вот что: способность создать впечатляющее и успешное присутствие бренда на рынке зачастую считается чем-то достижимым только престижными отелями с длинной историей приема постояльцев из числа кинозвезд и различных селебрити. Но реальность такова, что в сегодняшнем глобализированном цифровом мире каждый отель может создать свой собственный

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

Фокус – Москва и столичный регион

уникальный бренд и использовать его, чтобы выделиться и добиться более успешных результатов.

Ваш бренд — это гораздо больше, чем название и логотип. Он охватывает все: от индивидуальности и ценностей вашего отеля до восприятия отеля и опыта пребывания в нем ваших гостей. Он показывает, кто вы, во что вы верите, как вы хотите, чтобы ваша целевая аудитория воспринимала вас.

<https://hotelier.pro/marketing/item/sila-brenda-pochemu-gosti-dolzhen-vybrat-imenno-vash-otel/>

Интерьерная флористика в отелях: моменты, о которых нужно знать

Цветы — особый элемент интерьера. Они органично сочетаются с любыми дизайнерскими материалами и архитектурными решениями. Используются в первую очередь для создания более выразительного и привлекательного интерьера.

Заказать живые цветы для декорирования отеля или других целей можно на сайте rus-buket.ru. В каталоге вы найдете большой выбор: розы, лилии, хризантемы, каллы, орхидеи, гвоздики. Растения сделают обстановку для гостей комфортной, наполнят комнаты прекрасным ароматом свежести.

Как цветы влияют на атмосферу в номере

Живые растения в номере не только делают обстановку более комфортной и уютной. Они также способствуют:

- повышению работоспособности. Дело в том, что цветы выделяют аэроионы. Эти активные вещества способствуют поднятию жизненного тонауса человека. В номерах с цветами постояльцы будут чувствовать себя энергичными и полными сил;
- улучшают настроение. Красивые цветы могут порадовать даже самого хмурого гостя в отеле;
- делают обстановку уютной, домашней. Живые растения всегда ценятся и становятся центром внимания при оформлении интерьера. Их можно по достоинству считать символом домашней, теплой обстановки.

Особенности сочетания разных цветов и номеров

Растения для декорирования следует подбирать в зависимости от цветовой гаммы номера. Если комната оформлена в светлых оттенках, нужно выбирать соответствующий букет. Слишком темные композиции не подойдут — они будут смотреться отдельно от общего интерьера, привлекут к себе слишком много внимания.

При оформлении номеров лучше отдавать предпочтение растениям без ярких цветов. Броские оттенки нравятся далеко не всем. А вот легкие, воздушные цвета являются нейтральными. Плюс такие композиции сочетаются с большим количеством дизайнов интерьера.

Традиционные встречи почетных гостей цветами

Флористику в отеле можно использовать и для встречи почетных гостей. Такой комплимент от гостиницы обязательно будет оценен по достоинству. Вручать букет прямо в руки гостю необязательно. Можно поставить композицию в номер, например, вместе с открыткой с добрыми пожеланиями. Это поможет сформировать теплые воспоминания у клиента об отеле.

Чтобы не беспокоиться о поиске подходящих букетов, лучше сразу оформлять доставку. Это сэкономит время и силы, которые бы ушли на поиск подходящих композиций в обычных цветочных магазинах. Возможности такого формата обслуживания очень обширны: для заказа доступны даже международные доставки.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Если вас интересует услуга, то о ней подробнее можно узнать на сайте gusbuket.ru/international-flower-delivery. Каждый букет уникален и красив по-своему.

<https://hoteliernews.ru/intjernihaja-floristika-v-otjeljakh-momjenty-o-kotorykh-nuzhno-znat>