



## Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 0901-2023

С 01 по 10 сентября 2023 года

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

Вице-премьер обещает по 48 млрд. рублей ежегодной поддержки на развитие туризма в России.

Один регион – одна единственная субсидия на развитие туризма?

Государственные программы поддержки строительства гостиниц могут продлить

Предложено отлучить от классификаторов не классифицированные объекты

Корпорация МСП предлагает внедрить «зонтичные» поручительства для развития гостиничного бизнеса

Минэкономразвития предложило разрешить регистрацию в отелях удаленно и по загранпаспорту.

Еще одна инициатива Минэкономразвития: невозвратные тарифы в отелях

Отельеры: предложение Минэка предполагает существенное изменение законодательства

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

За первую половину 2023 года Москву посетили 10.3 миллиона туристов

В Московской области подвели итоги летнего сезона

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

**РФ**

Натужно или не очень? Но нужно! Развитие инфраструктуры туризма и гостеприимства в России.

Пружины и трамплины: какие механизмы нужны для развития туризма в России?

Инициатива РСТ не поддержана

Для курорта Белокуриха горная ищут инвесторов

Зоны для автотуристов с отелями

Специалисты Росаккредитации «узнали, какие удобства нужны туристам в номере отеля».

Треть стартапов – в сфере сегмента размещения

AZIMUT Hotels открывает первый отель в республике Марий Эл

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

Связанная с семьей экс-главы Минсельхоза компания представила новый отельный бренд

«Ателика» будет расширяться

Atlas: загородные отели в России отстали от общемировых тенденций на 5-10 лет

Псков добавил на орбиту COSMOS

Пятизвездочный бутик-отель откроется в центре Петербурга в декабре

#### **4. Гостиничный бизнес за рубежом**

Ассог расширяет присутствие в Грузии с открытием нового отеля в Тбилиси

#### **5. Полезное и интересное для отельера**

Тренды индустрии гостеприимства, которые нельзя игнорировать

Брать или не брать? Вся правда о санкуре от Amaks Hotels & Resorts

«Гости капсульных отелей – миллениалы, диджитал-номады и бэкпекары»

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**

### **Вице-премьер обещает по 48 млрд. рублей ежегодной поддержки на развитие туризма в России.**

«Мы обсудили ключевые решения, которые направлены на развитие сферы туризма в нашей стране. Они разрабатывались совместно со всей отраслью на основе обратной связи от наших граждан. В России туристическая сфера формирует 2,6% ВВП и благодаря тем решениям, которые сегодня были приняты, есть все шансы увеличить его вдвое – минимум до 5% вклад в ВВП», - сказал вице-премьер РФ Дмитрий Чернышенко по итогам Стратегической сессии по туризму в правительстве РФ 29 августа.

«На реализацию нашего нацпроекта "Туризм и индустрия гостеприимства" за два года направлено более 150 млрд. рублей из федерального бюджета и принято решение, что теперь ежегодно базовый бюджет туризма будет 48 млрд рублей», - добавил он.

В рамках Стратегической сессии определен перечень наиболее эффективных инструментов, которые будут продолжены для развития отрасли. Это, прежде всего, программа льготного кредитования туристической инфраструктуры, в рамках которой привлечено более 400 млрд рублей на 27 500 новых номеров. Популярная программа модульных быстровозводимых отелей. Правительство также займется развитием придорожного сервиса для автотуристов.

«Минэкономразвития совместно с Минпромторгом также подготовят дорожную карту обеспечения туристической сферы необходимым транспортом – круизными лайнерами, самолетами, поездами, автобусами и всем, что нужно для нашего туризма. Не останутся без внимания и вопросы въездного туризма. Это электронная виза, субсидирования авиасообщения и так далее», - также сообщил вице-премьер.

<https://hotelier.pro/news/item/pomogut-postoyannye-vnushitelnye-vlivaniya/>

### **Один регион – одна единственная субсидия на развитие туризма?**

Заместитель главы Минэкономразвития Дмитрий Вахруков сообщил на ПМЭФ, что сейчас обсуждается возможность со следующего года выделять регионам России единую субсидию на развитие туризма.

«Мы обсуждаем с коллегами, чтобы со следующего года переходить на единую региональную субсидию на развитие туризма, которую уже регионы будут по своему усмотрению, но имея жесткие ключевые показатели, расходовать на те или иные направления, которые для них являются приоритетными. Чтобы мы с федерального уровня не «переставляли ноги» – не определяли, куда региону нужно двигаться. Будут ключевые показатели, а направление регионы будут определять сами», – пояснил он.

Замминистра напомнил, что в России сейчас работают несколько программ поддержки развития туризма в регионах – это реализация туристического кода, строительство инфраструктуры для туристических маршрутов и пляжей, поддержка предпринимательских инициатив, программа социального заказа. Есть также общие меры поддержки развития инфраструктуры для туризма – субсидии на строительство модульных отелей и льготные кредиты на создание крупных гостинично-туристических комплексов.

<https://hotelier.pro/news/item/odin-region-odna-edinaya-subsidiya-na-razvitie-turizma/>

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

## **Государственные программы поддержки строительство гостиниц могут продлить**

С такой инициативой выступило Минэкономразвития России. Речь идет о продлении программ государственной поддержки строительство гостиниц после 2025-2026 годов. В ведомстве отмечают, что в настоящее время все отели в России могут принять 73 миллиона путешественников в год. Чтобы увеличить эту цифру в 2 раза требуется построить еще 238 000 номеров. Вот цитата из материалов к Стратегической сессии по туризму, которая состоялась в минувший вторник:

«Текущий номерной фонд принимает 73 млн туристов. Если его модернизировать с учетом новых точек притяжения и развития круглогодичной инфраструктуры, то к 2030 году гостиницы смогут принять дополнительно 21 млн туристов».

Специалисты Минэкономразвития приводят следующие расчеты. Порядка 100 000 номеров к 2030 году появится за счет роста гостиничного рынка. Программы льготного кредитования строительство больших гостиничных комплексов, поддержка строительства модульных отелей и участие в проектах Корпорации "Туризм.РФ" позволит построить порядка 42 000 номеров. За счет расширения действующих программ поддержки строительства модульных отелей и льготного кредитования крупных отелей удастся ввести в эксплуатацию еще порядка 30 000 номеров. Оставшиеся номера предлагается построить за счет продления программы поддержки после 2025-2026 годов.

<https://hotelier.pro/news/item/gosudarstvennye-programmy-podderzhki-stroitelstva-gostinits-mogut-prodlit/>

## **Предложено отлучить от классификаторов не классифицированные объекты**

Минэкономразвития рассмотрит вопрос о запрете для агрегаторов рекламы и продажи жилья для туристов, не прошедшего обязательную классификацию. Эта инициатива указана в числе мер по обелению рынка, предложенных на прошедшей 29 августа в координационном центре правительства Стратегической сессии по развитию туризма проведенной под председательством премьер-министр РФ Михаила Мишустина.

Предложение о запрете продавать и рекламировать неклассифицированные средства размещения на платформах по бронированию жилья для отдыхающих внесли отельеры (участвующие в сессии) и Российский союз туриндустрии (РСТ).

<https://hotelier.pro/news/item/predlozheno-otluchit-ot-agregatorov-ne-klassifitsirovannye-obekty/>

## **Корпорация МСП предлагает внедрить «зонтичные» поручительства для развития гостиничного бизнеса**

Предложение на стратегической сессии Правительства по туризму 29 августа озвучил генеральный директор Корпорации МСП Александр Исаевич.

«Корпорация МСП в рамках зонтичных поручительств уже поручается за бизнес перед банками, однако существующего уровня потерь недостаточно для поддержки именно инвестиционных гостиничных проектов. Решением может стать запуск специального зонтичного механизма с повышенным уровнем потерь для гостиничного бизнеса. Банки будут активнее кредитовать долгосрочные проекты на большие суммы, так как 50% риска возьмет на себя государство в лице Корпорации МСП», - сказал Александр Исаевич. Это позволит выдать компаниям из сектора МСП

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

еще 20 млрд. рублей на создание 8 тысяч новых гостиничных номеров и модернизацию 12 тысяч имеющихся.

В этом году средства уже получили 54 гостиничных проекта на 7,5 млрд. рублей. За счет этих средств будет создано и модернизировано более 3 тысячи номеров – добавил глава Корпорации МСП.

<https://hotelier.pro/news/item/korporatsiya-msp-predlagaet-vnedrit-zontichnye-poruchitelstva-dlya-razvitiya-gostinichnogo-biznesa/>

### **Минэкономразвития предложило разрешить регистрацию в отелях удаленно и по загранпаспорту.**

Об этом сообщил заместитель министра экономического развития Дмитрий Вахруков на пленарном заседании съезда лидеров «Опоры России». Однако сами отельеры не до конца понимают, что имеется в виду под «удаленной» регистрацией, а главное — как это коррелирует с законодательством. Об этом Profi.Travel рассказали в нескольких российских отелях 7 сентября.

«По сути, Минэкономразвития предлагает электронный check-in. Выглядеть это может так: гость бронирует на сайте отеля номер, сканирует свой паспорт, заполняет форму регистрации. В идеале после этого он может получить в ответ QR-код или NFC-метку для прохода в номер, минуя портье. Но для этого нужно менять законодательство о миграционном учете», — говорит вице-президент Российской гостиничной ассоциации, управляющий партнер сети отелей Cronwell Алексей Мусакин.

<https://profi.travel/pages/58035/details>

### **Еще одна инициатива Минэкономразвития: невозвратные тарифы в отелях**

С таким предложением выступил заместитель министра экономического развития Дмитрий Вахруков в ходе пленарного заседания съезда лидеров «Опоры России». Введение невозвратных тарифов позволит отельерам предложить гостям более выгодные цены на проживание.

В СМИ публиковалась информация, согласно которой представители бизнеса предлагали введение таких тарифов, что позволило бы снизить стоимость проживания на 20-30%.

Также в министерстве экономического развития предлагают ввести возможность регистрации гостей в отелях удаленно и по загранпаспорту. В настоящее время, в соответствии с действующим законодательством это сделать невозможно.

<https://hotelier.pro/news/item/v-gostinitsakh-rossii-mogut-vvesti-nevozvratnye-tarify/>

### **Отельеры: предложение Минэка предполагает существенное изменение законодательства**

Турбизнес обсуждает, как будет работать удаленная регистрация в гостиницах.

По словам руководителя комитета Российского союза туриндустрии по гостиничной деятельности Виктории Шамликашвили, одним только миграционным законодательством тут не обойтись — изменения придется вносить в большой свод законов. В связи с этим эксперт полагает, что в таком виде идея достаточно трудно реализуема. «Если мы говорим о сокращении затрат временных и финансовых ресурсов отельеров, то отрасль вполне может обойтись и без удаленной регистрации,

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

— говорит она. — Достаточно снять с отелей обязанность передачи данных гостей за собственные деньги и ответственность за нарушения, которая предусматривает огромные штрафы. Если это возьмет на себя МВД, оно же выделит особый канал связи для передачи данных, то и отельеры вздохнут свободно, и очереди у стойки исчезнут».

Эксперт добавила, что отельерам требуются пояснения Минэкономразвития относительно того, как именно регулятор видит реализацию системы удаленной регистрации. Поскольку в любом случае заселиться без предъявления портье хоть какого-то документа — российского или загранпаспорта — гость не может. Портал Profi.Travel направил запрос в Минэкономразвития.

Что касается загранпаспорта, по которому Минэкономразвития также предлагает регистрировать проживающих в отелях, эксперты выступают однозначно «за». «Мы неоднократно выходили с этой инициативой, — говорит вице-президент Федерации рестораторов и отельеров Вадим Прасов. — Безусловно, это позволит избежать множества проблем для тех, кто сталкивается с необходимостью заселиться в гостиницу в ожидании перенесенного рейса за границу, да и не только для них. У нас внутри страны по загранпаспорту регистрироваться на рейс разрешено, а заселяться в отель — нет. Рассчитываем, что эта коллизия будет устранена».

Как добавил владелец и генеральный менеджер отеля «Гельвеция» Юнис Теймурханлы, в России уже сейчас разрешено регистрировать по загранпаспорту тех граждан РФ, которые получили этот документ не на территории страны, а в российских консульствах за рубежом. И то, что теперь такая возможность появится у всех россиян, без исключения, не может не радовать.

[https://profi.travel/news/58035/details?utm\\_source=profi\\_travel&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=dailynewsletter\\_27857\\_080923](https://profi.travel/news/58035/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_27857_080923)

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

**За первую половину 2023 года Москву посетили 10.3 миллиона туристов**

Об этом сообщили сотрудники пресс-службы городского комитета по туризму. По сравнению с первым полугодием 2022 года туристический поток вырос на 22%.

Большую часть путешественников (около 9.4 миллиона человек) составили граждане России. Около миллиона гостей приехали из Китая, Индии, Турции, Ирана и других иностранных государств. Индустрия туризма Москвы за 6 месяцев пополнила городской бюджет на 68 миллиардов рублей.

Дополнительно сообщается, что в первой половине 2023 года чаще всего в столицу приезжали туристы из Петербурга, Краснодарского края, Владимирской, Ростовской и Тульской областей.

Средняя загрузка средства размещения составила 69%, что на 9% больше, чем за аналогичный период 2022 года. Наиболее востребованным оказались отели категории 3 и 4 звезды. Во время проведения мероприятий средняя загрузка средств размещения этих категорий превышала 80%. Отмечается активное развитие делового туризма.

<https://hotelier.pro/news/item/za-pervuyu-polovinu-2023-goda-moskvu-posetili-10-3-milliona-turistov/>

### **В Московской области подвели итоги летнего сезона**

За прошедшее лето Подмосковье посетило 7.9 миллиона человек, что на 300 000 больше, чем в сезон 2022 года. Об этом вчера сообщил губернатор области. Он отметил, что с каждым годом туристический поток увеличивается.

Летом в Московской области было организовано порядка 300 крупных мероприятий. Аудитория каждого из них превысила 2 000 человек. Посещаемость парков составила 21.8 миллиона человек, около 1 миллиона человек посещали музеи.

Ранее в СМИ публиковалась информация, согласно которой Московскую область за 6 месяцев 2023 года посетили 11.1 миллиона путешественников. По сравнению с аналогичным периодом 2022 года туристический поток увеличился на 10%.

<https://hotelier.pro/news/item/v-moskovskoy-oblasti-podveli-itogi-letnego-sezona/>

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

#### **Натужно или не очень? Но нужно! Развитие инфраструктуры туризма и гостеприимства в России.**

Очевидно, что без определенных стимулов, поддержки, мер - такое дело, как развитие гостеприимства в России движется гораздо более медленными темпами, чем могло бы.

Задача создания 238 000 новых номеров в гостиницах для обеспечения 140 млн поездок по России к 2030 году, о которой постоянно говорят власти, настолько амбициозна, что сопоставима с проведением нескольких сочинских олимпиад.

По мнению президента Российского союза предприятий туристской индустрии (РСТ) Ильи Уманского, для наращивания турпотока и увеличению номерного фонда в России важно принять ряд решений – таких, как:

- Расширить импортозамещение товаров, цифровых технологий, медицинского оборудования, используемых в отрасли
- Создать условия для обновления автобусного парка
- Создать равные конкурентные условия для работы гостиниц и гостевых домов
- Сформировать реестр средств размещения и ограничить возможность рекламы игроков, не входящих в него
- Распространить льготный НДС для предприятий общественного питания на рестораны, работающие внутри отелей.

«Особенно остро стоит вопрос с материалами для комплектования номерного фонда. Например, в России не производится ковролин для использования в гостиницах», - подчеркивает президент РСТ.

Главным препятствием для эффективного развития гостиничной отрасли в России является низкий уровень рентабельности.

«По данным Росстата, рентабельность активов в гостиничной отрасли в 2008 году составляла 15% и именно в эти годы у нас все развивалось. Но к 2019 году мы пришли с показателем ноль, а в 2022 году Росстат зафиксировал минус 0,2%. Это то состояние, в котором находятся инвесторы, а их призывают вкладываться в отрасль», - говорит Илья Уманский.

«Для повышения рентабельности необходимы отмена НДС на дополнительные услуги гостиниц и введение невозвратных тарифов, - считает глава РСТ. - Гостиницы получили нулевую ставку по НДС, но только на услуги размещения. Есть вторая часть – отмена НДС с дополнительных услуг, которые оказывают отели, в первую очередь, с услуг питания».

«Предприятия гостиничной индустрии платят за коммунальные услуги по той же ставке, что и промышленные предприятия, хотя оказывают услуги непосредственно людям, - добавляет соруководитель комитета РСТ по гостиничной деятельности, и инвестор отеля «Индиго» в Санкт-Петербурге Виктория Шамликашвили. - Разница тарифов для частных лиц и для отелей, находящихся на ОСНО, катастрофическая. Что касается зарплат: даже если предприятие является объектом МСП, входит в реестр МСП и имеет льготу, страховые взносы составляют 19-25%, но никак не 15% в связи с наличием нормы об оплате по полной ставке с суммы МРОТ. Дополнительно, естественно, оплачивается 13% НДФЛ».

«Туризму нужны такие меры поддержки как селу. От централизованных минимальных ставок земельного налога до условий кредитования – на постоянной основе, а не на пять лет», – считает почетный президент РСТ Сергей Шпилько.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*



Одна из ключевых задач при этом борьба с перегревом рынка в высокий сезон (что стимулирует рост цен и увеличивает дисбаланс в соотношении цены и качества). По мнению Сергея Шпилько, без кешбэка или его аналога тут не обойтись: «Чтобы снизить давление на рынок в высокий сезон, надо растягивать турпотоки во времени и пространстве, возвращая в том или ином виде кешбэк», - говорит он.

Также – словно подхватывая слова Виктории Шамликашвили - почетный президент РСТ заявляет о необходимости снижать отчисления в социальные фонды, потому что без этого чрезвычайно сложно существенно повысить заработную плату. А ее повышение необходимо для того, чтобы индустрия гостеприимства могла рассчитывать на квалифицированный линейный персонал, без которого невозможно повысить качество обслуживания.

Между тем, власти понимают, что сами по себе новые (и имеющиеся!) гостиничные номера могут повиснуть в воздухе, если локации не будут притягивать туристов. Например, РОССИИ НУЖНЫ АТТРАКЦИОНЫ (см. публикацию).

Нужны и зоны дорожного сервиса (см. публикацию «Зоны для автотуристов с отелями»).

Между тем, некоторые инвесторы замораживают и пересматривают даже существующие проекты, не говоря уже о начале новых. Банкиры отмечают высокие риски туристической индустрии. В результате, цели по номерному фонду возможно придется сократить почти вдвое, а вместо части гостиниц появятся кемпинги – сообщает «Ъ».

Президент Cosmos Hotel Group Александр Биба опасается смещения вектора господдержки в сторону других направлений и секвестирования бюджета, выделяемого на развитие туротрасли. Он предлагает в такой ситуации рассматривать отказ от части нереализованных проектов и как стратегический шаг в пользу покупки действующих объектов, что наиболее выгодно (отмечает «Ъ» в той же публикации).

Старший банкир банка ВЭБ.РФ Антон Перин говорит, что доходность в туристической индустрии «в принципе далека, например, от сегмента добычи и производства природных ресурсов». Банки смотрят на проекты «предельно консервативно», особенно на те, которые планируется реализовать вне сложившихся туркластеров. Тогда требуются увеличение собственного вклада инвесторов и стороннее поручительство.

Hotelier.pro регулярно обращается к вопросу, КАКИЕ МЕХАНИЗМЫ НУЖНЫ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РОССИИ? (см. публикацию «Пружины и трамплины: какие механизмы нужны для развития туризма в России?»).

Очевидно, что стимулы, меры поддержки, гранты, комплексные программы развития – это тот «экзоскелет», без которого бурное развитие инфраструктуры туризма и гостеприимства в России начнет буксовать.

Материал Павла Баскакова

<https://hotelier.pro/news/item/natuzhno-ili-ne-ochen-no-nuzhno-razvitie-infrastruktury-turizma-i-gostepriimstva-v-rossii/>

## **Пружины и трамплины: какие механизмы нужны для развития туризма в России?**

«Даже объектам уровня ЮНЕСКО нужна современная инфраструктура, без которой комфортные путешествия невозможны», - справедливо замечает Ксения Титова, руководитель Проектного офиса «ПроГород» (компания в контуре государственной корпорации развития ВЭБ.РФ, созданной для реализации комплексных проектов освоения территории).

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

Очевидно, что туристам требуются:

- разнообразные варианты размещения и питания (инфраструктура)
- удобное транспортное сообщение (логистика)
- обилие туристических услуг (матрица)
- чтобы их путешествие стало максимально ярким и незабываемым.

На ПМЭФ-2023 Дмитрий Вахруков, заместитель главы Минэкономразвития, напомнил, что в России сейчас работают несколько программ поддержки развития туризма в регионах. А именно:

- субсидии на строительство модульных отелей
- льготные кредиты на создание крупных гостинично-туристических комплексов
- реализация туристического кода
- строительство инфраструктуры для туристических маршрутов и пляжей
- поддержка предпринимательских инициатив, программа социального заказа

«По льготному кредитованию крупных отелей – рассчитываем провести отбор проектов в августе-сентябре текущего года. При этом предлагаем отдельными программами финансировать строительство номеров и тяжелой инфраструктуры. Обеспечим сопоставимость проектов и прозрачную конкуренцию между ними за господдержку», – сообщил Максим Решетников, министр экономического развития России, на закрытой встрече с отельерами и представителями турбизнеса на форуме «Путешествуй!» в Москве 10 июня.

В ходе пленарного заседания на ПМЭФ-2023 в Санкт-Петербурге Президент России Владимир Путин предложил выделить дополнительное финансирование на строительство модульных некапитальных отелей в регионах. Была названа сумма в 11 млрд. рублей (которая, по-видимому, добавится к тем 8 млрд., что выделены Правительством РФ на субсидирование создания модульных средств размещения в регионах в 2023-2024 годах).

Таким образом, все более мощное развитие инфраструктуры (как гостиничной, так и рекреационно-развлекательной) – необходимый трамплин для неизменно поступательного развития внутреннего туризма.

А пружины?

*Транспорт и логистика.*

«Здесь важно двигаться синхронно, не допускать локальных дефицитов: когда мы строим гостиницы, но транспортная емкость не позволяет их загрузить, или наоборот. То же самое касается пропускной способности точек притяжения», – заметил Максим Решетников на стратегической сессии по развитию туризма в Координационном центре правительства РФ 13 июня.

Заявлено, что транспортировка возросшего турпотока будет обеспечена за счет мероприятий по расшивке «узких мест» транспортной инфраструктуры топ-15 регионов России и сопутствующих им туристических кластеров. В их числе Москва и Золотое кольцо, Юг России – Краснодарский край, Крым, Ростовская область, Ставропольский край, Санкт-Петербург и Ленинградская область, Татарстан, Башкортостан, Нижегородская область, а также Приморский край и ряд регионов Сибири и Урала.

При этом Дмитрий Вахруков указал на сложность планирования автотуризма.

«Для развития в России автотуризма необходимо определить, кто является автотуристом, и синхронизировать развитие дорожной сети и

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

многофункциональных сервисных зон для автомобилистов с национальными туристическими маршрутами», – сказал он, выступая на сессии ПМЭФ-2023, посвященной автотуризму.

Сложность планирования автотуризма – в том, что автомобильный поток гораздо шире, чем туристический. Также важна увязка автомобильного туризма с новыми точками притяжения – круглогодичными парками развлечений, круглогодичными курортами, доступность которых с точки зрения автомобиля должна быть в приоритете (см. публикацию).

Параллельно Минэкономразвития купировало субсидии на организацию туристических чартеров по России:

«Министерство не планирует в 2023 году возобновлять программу по субсидированию туристических чартеров по России», - сообщил заместитель министра экономического развития Дмитрий Вахруков.

По его словам, программа работала в прошлом году, на нее было потрачено порядка 250 млн рублей. Воспользовались ей один или два туроператора, и лишь они заинтересованы в ее возобновлении.

После ковида нужно было стимулировать открытие новых направлений. Сегодня же приоритет на строительстве инфраструктуры, поэтому пока оснований для запуска субсидирования чартеров нет – пояснил чиновник. Логично. Инфраструктура, автотуризм – это для всех. Чартеры – это для пары туроператоров-заинтересованных и только некоторого количества туристов.

*Чартеры – это не та пружина, что нужны сейчас.*

«Наш анализ географии поездок показывает, что сейчас основной туристический поток по России распределен между 15 регионами. Они принимают 60% всех путешественников, - обрисовала картину Ксения Титова. - При этом мы видим, что нераскрытый потенциал остальных регионов огромен. Практически везде кроме существующих видов туризма есть возможность для развития еще двух и более направлений. И одна из задач туристических схем – определить уникальный профиль каждого региона, выявить точки роста, спрогнозировать изменения туристического потока и экономический эффект». Поэтому важна разработка четкой стратегии по развитию инфраструктуры: где, что и сколько строить, какие виды туризма развивать. На эти вопросы отвечают схемы туристического развития макротерриторий, которые уже второй год разрабатывает «ПроГород» в рамках нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства».

Например, на Кавказе – о котором особенно много говорят в последнее время! – «ПроГород» выделил 5 наиболее перспективных видов туризма, способных позволить Кавказу составить конкуренцию такому востребованному направлению, как Сочи (и фактически стать определенным противовесом Сочи).

- Природный

Такой, как трекинг по тропам Домбая и пляжный отдых на курортах Каспия.

- Горнолыжный

Возможен почти во всех регионах СКФО. Три наиболее известных курорта – «Архыз», «Эльбрус» и «Ведучи» - в 2022 году посетили более 1,3 млн человек.

- Лечебно-оздоровительный

Включает посещение минеральных вод на Ставрополье в Пятигорске, Ессентуках и др.

- Культурно-познавательный

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

Например, Дербент включен в список всемирного наследия ЮНЕСКО. Также интересной архитектурой могут похвастаться Нальчик, Махачкала, Пятигорск и другие города.

#### *\*Mise-туризм, или деловой туризм*

В регионе большой потенциал для развития этого направления. Здесь проводятся корпоративные выезды и тренинги. В 2022 году горный курорт «Ведучи», например, стал лауреатом премии Russian Business Travel & MICE Award. Со своей стороны, власти Дагестана сообщили, что новый всесезонный туристско-рекреационный комплекс «Каспийский прибрежный кластер» создадут до 2026 года в Дербентском районе Дагестана.

Концепция развития кластера предусматривает более 12 тысяч мест размещения. Это гостиницы от трех до пяти звезд, санатории, спортивно-развлекательные комплексы, культурно-познавательные объекты, набережная протяженностью шесть километров, 142 га зеленой зоны и 22 га пляжной.

Тем временем Кавказ.РФ и дочерняя компания «Национальные канатные дороги» по поручению Правительства России создали мастер-план «Солнечного пояса Алании». Он включает в себя видение развития туристских территорий в перспективе на 10-15 лет.

В частности, «Солнечный пояс Алании» предполагает реализацию 95 проектов на сумму более 2 млрд. рублей. Среди основных проектов:

- санаторно-курортный комплекс во Владикавказе
- придорожный сервис с интерактивным музеем в Даргавсе
- центр досуга с арт-пространством и отелем в Фаснале
- кемпинг вблизи Мидаграбинских водопадов

Между тем, на ПМЭФ Дмитрий Вахруков сообщил, что сейчас обсуждается возможность со следующего года выделять регионам России единую субсидию на развитие туризма (см. публикацию «Один регион – одна единственная субсидия на развитие туризма?» в разделе «Государственное регулирование туристско-гостиничной отрасли и вопросы классификации гостиниц»).

«Мы обсуждаем с коллегами, чтобы со следующего года переходить на единую региональную субсидию на развитие туризма, которую уже регионы будут по своему усмотрению, но имея жесткие ключевые показатели, расходовать на те или иные направления, которые для них являются приоритетными. Чтобы мы с федерального уровня не «переставляли ноги» – не определяли, куда региону нужно двигаться. Будут ключевые показатели, а направление регионы будут определять сами», – пояснил замминистра.

Таким образом, инициативы и меры идут лавиной. Отелюрам и УК при этом нужно смотреть, как те или иные «пакеты» мер влияют на конкурентную ситуацию в их ареале. Какие свои пружины и трамплины они могут задействовать как в текущем времени, так и в перспективе.

Материал Павла Баскакова.

<https://hotelier.pro/news/item/pruzhiny-i-trampliny-kakie-mekhanizmy-nuzhny-dlya-razvitiya-turizma-v-rossii/>

#### **Инициатива РСТ не поддержана**

В Госдуме резко раскритиковали инициативу Российского союза туриндустрии, по запрету размещения на агрегаторах туристического жилья, не прошедшего классификацию

Депутат госдумы Сергей Миронов считает что таким образом крупный бизнес пытается перекрыть малому доступ к туристическому рынку. При этом сама идея имеет благовидный предлог – обеление представителей туротрасли и вывод их из тени. На деле же это приведет к разорению или закрытию предприятий малого и среднего предпринимательства и повышению цен на проживание в номерах для туристов.

<https://t.me/wrkhotel/3854>

### **Для курорта Белокуриха горная ищут инвесторов**

Власти Алтайского края рассчитывают найти инвесторов для развития всех 6 зон, на которые разделен курорт Белокуриха Горная. Всего для реализации проекта необходимо порядка 17.6 миллиарда рублей. Об этом в минувший четверг сообщил губернатор края в своем телеграм-канале. Вот цитата из этого из сообщения:

«Речь идет о строительстве трех- и четырехзвездочных гостиниц, аквадермального комплекса, об обустройстве общественных пространств, например, для проведения фестивалей. Планируется сделать экотропу, которая пройдет через всю туристическую территорию. Уже есть договоренности с несколькими инвесторами, и продолжается работа по привлечению к работе предпринимателей на земельные участки, где в этом есть потребность».

Дополнительно сообщается, что в ближайшие 5 лет совместно с корпорацией "Туризм.РФ", а также при помощи федерального бюджета будут запущены лечебно-оздоровительные и гостиничные комплексы. В настоящее время завершаются работ над мастер-планом будущего курорта.

Напомним, что новая курортная зона расположена в непосредственной близости от города-курорта Белокуриха.

<https://hotelier.pro/news/item/dlya-kurorta-belokurikha-gornaya-ishchut-investorov/>

### **Зоны для автотуристов с отелями**

«Автодор» планирует создать для автотуристов многофункциональные зоны дорожного сервиса (МФЗ). Из них 88 территорий уже сформированы – прозвучало во время посещения премьер-министром Михаилом Мишустиным курорта Манжерок в Горном Алтае.

МФЗ дорожного сервиса, реализуемые ГК «Автодор» – это зоны комплексного обслуживания автомобилистов, где можно получить самые разные услуги для комфортного продвижения по дорогам и путешествий по стране. В том числе, разместиться в отеле, заправить или починить транспортное средство, зайти в магазин, воспользоваться зоной отдыха, кемпингом и всем, чем необходимо.

На каждой из МФЗ будет организовано строительство заправок станций, сервисных зданий (для торговли, питания), рекреационных зон на открытом воздухе, отелей, мотелей и кемпингов, моек, территорий хранения и обработки грузов. Всего запланировано создать 196 таких МФЗ, начать планируется с 88 стоянок. Инвестиции в проект составят более 70 млрд. рублей.

Больше всего МФЗ будет создано на Юго-Западной хорде, которая соединит Юг России с Уралом (62).

На втором месте – трасса «Меридиан» (34).

На третьем – М-12 Москва - Казань (32).

На трассе М-11 Москва - Санкт-Петербург будут построены 26 МФЗ.

В отелях в составе МФЗ к 2025 году появится 600 номеров.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

В «Автодор» считают, что меры позволят увеличить число туристических поездок на автомобилях на 12 млн в год.

<https://hotelier.pro/news/item/zony-dlya-avtoturistov-s-otelyami/>

### **Специалисты Росаккредитации «узнали, какие удобства нужны туристам в номере отеля».**

В пресс-службе ведомства опубликовали результаты опроса путешественников. Целью исследования было понять, наличие каких удобств в номере важно для гостей. В опросе приняли участие **300 человек**. Вот цитата из сообщения ведомства:

«В опросе приняли участие 300 человек, он проводился в социальных сетях Росаккредитации, Минэкономразвития и Роскачества. Самым востребованным удобством в номере стал доступ в интернет, его упомянули 93% опрошенных. Более 90% голосов получила качественная мебель, кондиционер и натуральное постельное белье. За телевизор в номере проголосовал 71% опрошенных, за сейф – 59%, за телефон – только 35%».

В результате опроса выяснилось, что для туристов важно наличие в номере чая, кофе, воды. Это отметили 92% опрошенных. 88% участников опроса считают необходимым наличие холодильника. Кухонное оборудование и услуги рум-сервиса оказались значительно менее востребованными. Их отметили 47% и 35% респондентов.

Среди требований непосредственно к гостинице 95% туристов отметили наличие благоустроенной прилегающей территории. 70% гостей хотят видеть художественно оформленные холлы.

Напомним, что в августе 2023 года к Росаккредитации перешли полномочия по классификации гостиниц, пляже, горнолыжных трасс. Также в ведение ведомства перешло ведение реестров классифицированных объектов.

<https://hotelier.pro/news/item/spetsialisty-rosakkreditatsii-uznali-kakie-udobstva-nuzhny-turistam-v-nomere-otelya/>

### **Треть стартапов – в сфере сегмента размещения**

Каждый третий туристический стартап в России, запущенный менее пяти лет назад, работает в сегменте размещений. Примерно 20% стартапов из этой категории открывают онлайн агентства бронирования отелей, сообщил руководитель комиссии по стартапам РСТ

<https://t.me/wrkhotel/3853>

### **AZIMUT Hotels открывает первый отель в республике Марий Эл**

Крупнейшая российская гостиничная сеть AZIMUT Hotels расширяет свою географию присутствия в Поволжье и открывает первый отель в столице республики Марий Эл – Йошкар-Оле.

Открытие гостиницы AZIMUT Отель Йошкар-Ола 4\* запланировано на середину 2024 года. На сегодняшний день идет проектирование номерного фонда и общественных зон. Номерной фонд отеля составит 47 комфортабельных номеров различных категорий, включая премиальные номера категории люкс. В гостинице планируется необходимая для гостей инфраструктура: лобби-бар, ресторан, конференц-зал, тренажерный зал, а также парковка на 30 машино-мест.

«Йошкар-Ола – это город с огромной исторической и культурной ценностью не только для республики Марий Эл, но и для всей России, настоящий клад для

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

любителей познавательного туризма. Помимо этого, Йошкар-Ола является быстроразвивающимся городом с высокой деловой активностью, особенно в части современных IT технологий. Мы будем рады открыть двери нового отеля AZIMUT Hotels и предоставить всем путешественникам комфортное проживание в сочетании с высокими стандартами сети», — говорит генеральный директор AZIMUT Hotels Максим Бродовский.

AZIMUT Hotels — крупнейшая российская гостиничная сеть, созданная в 2006 году. На сегодняшний день в AZIMUT Hotels входят более 60 отелей и санаториев больше чем в 40 городах с общим российским фондом более 10 тыс. номеров. AZIMUT Hotels объединяет отели, находящиеся в собственности, на основании контрактов на управление и франшизу, а также на правах долгосрочной аренды. Председатель Совета директоров AZIMUT Hotels – Александр Клячин.

AZIMUT Hotels в России (Астрахань, Владивосток, Воронеж, Екатеринбург, Кострома, Кемерово, Каспийск, Мирный, Москва, Мурманск, Нальчик, Нижний Новгород, Новосибирск, Пенза, Переславль, Роза Хутор, Ростов, Самара, Санкт-Петербург, Туапсе, Тобольск, Тула, Углич, Ульяновск, Уфа, Якутск).

Санатории AZIMUT Здоровье (Анапа, Сочи, Туапсе, Ессентуки, Светлогорск, Кисловодск, Геленджик).

<https://hotelier.pro/news/item/azimut-hotels-otkryvaet-pervyy-setevoy-4-otel-v-respublike-mariy-el/>

### **Связанная с семьей экс-главы Минсельхоза компания представила новый отельный бренд**

Группа компаний «Мантера», которую связывают с семьей бывшего губернатора Краснодарского края Александра Ткачева, вложит 25 млрд рублей в строительство отеля на федеральной территории «Сириус». Гостиницу планируется построить в первой половине 2024 года, сообщает «РБК».

«План развития нового гостиничного бренда предусматривает создание различных проектов в течение 5 лет на туристических территориях присутствия. Первый отель под брендом Mantera появится в первой половине 2024 года на федеральной территории «Сириус». Общий объем инвестиций оценивается в 25 млрд руб.», — цитирует источник сообщение пресс-службы компании.

Площадь Mantera Supreme 5\* будет составлять 51 тыс. кв. м., для проживания будут доступны 400 номеров и 319 резиденций. На территории отеля расположится 11 бассейнов с морской водой и 13 точек питания, пишет РБК.

<https://welcometimes.ru/news/svyazannaya-s-semey-eks-glavy-minselhoza-kompaniya-predstavila-novyy-otelnyy-brend>

### **«Ателика» будет расширяться**

Российские гостиничные компании сейчас находятся в активном развитии. Hotelier.pro с большим интересом следит за их динамикой. И, конечно, на наших радарх УК «Ателика».

Постоянный автор Hotelier.pro Павел Баскаков связался с Алексеем Высокановым, генеральным директором УК «Ателика», и вот какой разговор получился.

*Павел Баскаков: Алексей, каковы ваши планы по сегменту 5\*? Если открывать люксовые отели на курортах, то с all inclusive или нет?*

*Алексей Высоканов: На данный момент нами переговоры с отелями категории 5\* не ведутся. Если появится предложение такого уровня, мы с удовольствием его рассмотрим. Что касается концепции «all inclusive» - ее применение полностью*

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

зависит от отеля, его расположения, количества номеров, возможностей инфраструктуры.

*Павел Баскаков: Сейчас отели под управлением «Ателики» под брендами «Ателика», «Дивный Мир» и «Санвиль» работают в Краснодарском крае, Крыму, Тверской и Брянской областях. Имеется ли у вас интерес к Подмосковию, Ленобласти, Карелии ... другим регионам России?*

*Алексей Высоканов: Мы рассматриваем любые регионы России для развития. Все зависит от размера объекта и от того, насколько он нам интересен экономически.*

*Павел Баскаков: Для полноты картины – сколько сейчас отелей у «Ателики» в управлении, с каким общим номерным фондом? К каким показателям вы стремитесь через 3-5 лет? Будут ли новинки в 2024 году или уже в этом?*

*Алексей Высоканов: На данный момент в сеть входит 20 отелей с общим номерным фондом более 2000 номеров. Мы планируем дополнять свою отельную базу ежегодно на 3-5 отелей. Переговоры с новыми объектами ведутся постоянно, так что, возможно, уже в этом году в нашей сети появятся новинки. Мы активно работаем в этом направлении.*

*Павел Баскаков: Какие особенности текущего летнего сезона вы заметили на Юге России? В чем отличия от года предыдущего?*

*Алексей Высоканов: Самая главная тенденция этого сезона – поздние продажи. Если раньше отдых бронировали за месяцы, а за неделю до заезда уже не было бронирований и продаж, то сейчас большое количество номеров бронируется всего за 2-3 дня до заезда. Т.е. гости принимают решение о поездке гораздо позже. Также уменьшилась продолжительность отдыха – если раньше люди ехали отдыхать в среднем на 10 дней, то в этом сезоне преобладают поездки продолжительностью 5-7 дней. Это напрямую связано с транспортным вопросом, так как самолеты летают только в Сочи, а до Анапы из центральной России нужно добираться, как минимум, сутки.*

*Павел Баскаков: С какими ключевыми вызовами сейчас сталкиваются гостиничные УК в России, по вашей оценке?*

*Алексей Высоканов: Самая большая проблема – это собрать команду сотрудников в отеле. Работа любого отеля и сервис напрямую зависят от качества работы персонала. У нас данная проблема возникает из-за того, что сеть постоянно расширяется и под новые отели необходимо набирать новых сотрудников и создавать новую слаженную команду. С отелями, которые давно работают, такой проблемы нет, так как там уже собраны команды и они хорошо работают.*

*Павел Баскаков: В какой мере отели «Ателики» задействованы под событийный или спортивный туризм?*

*Алексей Высоканов: Наши отели рассчитаны больше на семейный отдых. Тем не менее, в наших загородных отелях «Ателика Гранд Ольгино», «Дивный Мир Империял», «Дивный Мир Хижина» и санатории «Ателика Снежка» мы организуем активные анимационные программы, приуроченные к государственным праздникам – Новый год, Майские праздники, День России и так далее. Разрабатываем программы согласно тематике праздника, приглашаем артистов, устраиваем гастрономические шоу и, вообще, стараемся максимально развлекать наших гостей.*



На базе отеля «Ателика Гранд Ольгино» проводим тематические фестивали выходного дня. Например, у нас большой популярностью пользуются фестивали Самогонщиков, Воздушных шаров и Мороженого.

*Павел Баскаков: Самогонщиков! А как отели «Ателики» реагируют на тренд bleisure -создаются ли условия для работы в дополнение к отдыху? Есть ли предложения / программы длительного пребывания?*

*Алексей Высоканов:* Во всех наших отелях работает Wi-Fi, поэтому гости могут спокойно удаленно работать, что многие и делают. Под бокал шампанского у бассейна или в лобби баре.

Программы длительного проживания есть в наших загородных отелях, там расчет стоимости проживания ведется по цене будних дней при заезде от 5 суток, а в остальных отелях есть специальные тарифы на длительное проживание.

*Павел Баскаков: Скажите, какой удельный вес в бронированиях приходится на туроператоров, МІСЕ- и ивент-агентства, на прямые бронирования гостей?*

*Алексей Высоканов:* В сегментах загородных и курортных отелей вес бронирований распределяется по-разному. В загородных отелях большинство бронирований идет от прямых гостей.

Например, в Тверской области в загородном отеле «Ателика Гранд Ольгино» бронирования распределяются следующим образом: 70% - прямые гости, 10% - МІСЕ и 20% - ТО и ТА.

В курортных отелях примерно 60% бронирований приходится на ТО и ТА и 40% на прямых гостей.

*Павел Баскаков: Какой smart-изации (цифровизации) хотят от вас гости? Что вы внедрили / внедряете в этом направлении или собираетесь внедрять?*

*Алексей Высоканов:* У нас очень много новшеств в этом направлении.

Мы разработали и внедрили цифровую папку гостя, что позволило нам полностью уйти от бумажных носителей. Во многих отелях у нас внедрен электронный room-сервис и гости могут сделать онлайн заказ из номера или любой локации в отеле.

Создали Телеграм каналы для гостей по каждому из отелей, чтобы гости могли узнавать о мероприятиях от команды анимации в режиме реального времени, получать актуальную информацию о дополнительных услугах. Также там открыты комментарии - гости могут делиться своими впечатлениями, фото и видео.

Мы полностью переделали и внедрили обновленный дизайн модуля бронирования и подключили новый способ оплаты для гостей – СБП.

<https://hotelier.pro/interviews/item/atelika-budet-rasshiryatsya/>

## **Atlas: загородные отели в России отстали от общемировых тенденций на 5-10 лет**

57% пятизвездочных загородных отелей в России концептуально устарели и отстали от трендов международной туристической отрасли на 5-10 лет. К таким выводам пришли аналитики консалтингового бюро Atlas, которые провели исследование среди 70 отечественных и иностранных загородных отелей в люксовой категории. Выявленные мировые тенденции эксперты сопоставили с тем, как позиционируют себя действующие объекты Московской, Ярославской, Владимирской и Тверской областях.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

"Российские гостиничные комплексы по-прежнему делают ставку на близость к природе и роскошный сервис. В то время как у наших соотечественников формируется новая потребность на концептуальные объекты, обещающие не столько развлечение, сколько новые впечатления и погружение в особую атмосферу", – считает основатель и генеральный директор консалтингового бюро Atlas Александра Сытникова.

Эксперты Atlas выделяют 6 ключевых потребностей современного туриста: технологичность, аутентичный опыт, связанный с погружением в местный колорит, ретрит с духовными практиками, а также экологичность, уникальный дизайн и архитектура, персонализированный сервис. 43% проанализированных загородных отелей в высоком ценовом сегменте удовлетворяют 1-2 из перечисленных выше потребностей, чаще всего это экологичность, уникальный дизайн и архитектура, персонализированный сервис.

На российском рынке сегодня отсутствуют загородные отели, концепция которых опирается на такие тренды, как технологичность и аутентичный опыт.

В мировой практике технологичность в гостиничной отрасли предполагает, например, VR-экскурсии по гостиничному комплексу и окрестностям или интеллектуальные системы управления номером, которые позволяют гостям с помощью смартфона контролировать условия пребывания – от освещения до температуры. Для российских путешественников эти возможности пока недоступны.

Отели, концепции которых связаны с аутентичным опытом и впечатлениями от контакта с местной культурой, также не представлены в исследуемых регионах.

Зарубежные отели премиум-класса часто сотрудничают с местными ремесленниками и фермерами, предоставляют гостям возможность попробовать редкие блюда локальной кухни с использованием сезонных продуктов. В России огромный потенциал для индустрии: уникальные традиции, местные промыслы, многонациональная культура. Но эти источники впечатлений сегодня недоступны в сегменте загородных отелей класса люкс.

По оценкам консультантов Commonwealth Partnership (CMWP), открытие загородного отеля категории 4-5\* на 150 номеров требует огромных инвестиций, примерно в размере 2,5 млрд рублей. Ожидаемая годовая выручка может варьироваться от 7 млн до 1 млрд рублей, если учесть развитую дополнительную инфраструктуру. Окупаемость проекта растягивается на 10-15 лет и более.

"В последние годы на рынке Московской области и ряда сопредельных областей появляются качественные загородные продукты – "Изумрудный лес", "Завидово" с гостиницей Рэдиссон, гольфом и мариной, проекты в Конаково, гостиница "Ривьера" в Белгородской области, "Усадьба" в Калининградской области, "Ярополе" в Тульской области и т.д. Но новых «открытий» мало, в основном, дефицит предложения заполняется малыми отелями и коттеджами в аренду, которые заполняют свою нишу, но не могут удовлетворить все группы спроса", – отмечает партнер и руководитель департамента гостиничного бизнеса и туризма CMWP Марина Смирнова.

При этом, сегодняшняя ситуация на гостиничном рынке России обеспечивает отельерам стабильную заполняемость. По оценке АТОР, в 2022 г. внутренний турпоток вырос по сравнению с предыдущим годом на 10%, а в 2023 году прирост составит 30%. В некоторых регионах зафиксированы рекордные показатели загрузки отелей. Например, по подсчетам CMWP, рынок Подмосковья в 2023 году в июне показывал рекордную загрузку в 72% при ценах 11,6 тыс рублей. За первые полгода рынок Московской области вырос в цене на 31% и на 6% по загрузке.

"Несмотря на высокий спрос, отельерам высокобюджетного сегмента необходимо быть визионерами, способными предсказать меняющиеся

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

предпочтения, и запланировать инвестиции в развитие новых направлений. Чтобы минимизировать риски стать невостребованными в будущем, необходимо определиться со стратегией, решить, на какую категорию отдыхающих рассчитан отель, какой из общемировых трендов станет ведущим в концепции и какой исключительный опыт – гастрономический, спортивный, эстетический – получат гости”, – подчеркнула Александра Сытникова.

<https://dzen.ru/a/ZO8B6MbJOkHrCxii>

### **Псков добавил на орбиту COSMOS**

ООО «Космос отель групп» в конце августа 2023 года стало владельцем 100% долей в ООО «Ибис Псков». В Cosmos Hotel Group говорят, что планируют построить первый в городе сетевой отель уровня три звезды на 120 номеров.

Президент гостиничной сети Cosmos Hotel Group Александр Биба пояснил, что дата начала строительства будет определена позднее, назвав новый отель в Пскове важным стратегическим проектом для группы.

Тем временем по данным Росстата, в гостиницах региона в январе—июле 2023 года остановились 273,5 тыс. человек, что на 1% меньше, чем в тот же период год назад. Гендиректор туроператора «Дельфин» Сергей Ромашкин называет интерес классических экскурсионных туристов к Пскову сдержанным.

<https://hotelier.pro/news/item/pskov-dobavilsya-na-orbitu-cosmos/>

### **Пятизвездочный бутик-отель откроется в центре Петербурга в декабре**

Открытие бутик-отеля 5\* под брендом Cosmos Selection и управлением Cosmos Hotel Group в центре Санкт-Петербурга на Итальянской улице, 8 запланировано на декабрь 2023 года.

Отель расположен в историческом здании XIX века. Общая площадь нового объекта составляет 2,7 тыс. кв. м и включает 24 номера различной категории.

Как отметил президент компании Cosmos Hotel Group Александр Биба, загрузка гостиниц сети в Петербурге превзошла прошлогодние показатели.

«Мы с большим пиететом относимся к подобным объектам культурного наследия, поэтому постарались максимально сохранить неповторимый облик здания и его интерьеры. Также мы отмечаем рост загрузки по своим отелям всех категорий в Санкт-Петербурге по сравнению с прошлым годом в целом на 10% и, скорее всего, в дальнейшем он продолжится на фоне высокого интереса как со стороны российских, так и иностранных туристов», — заключил он.

<https://hoteliernews.ru/pyatizvezdochnyy-butik-otel-otkroetsya-v-tsentre-peterburga-v-dekabre>

#### **4. Гостиничный рынок за рубежом**

##### **Ассор расширяет присутствие в Грузии с открытием нового отеля в Тбилиси**

Ассор, ведущая мировая гостиничная группа, объявляет об открытии Tbilisi Philharmonic Hotel by Mercure. Расположенный в историческом здании на проспекте Петра Меликишвили, стильный отель соответствует философии бренда “Locally Inspired”, органично вписываясь в окружающий ландшафт и предлагая гостям идеальный баланс разумной цены и высокого уровня сервиса в любое время года, а также доступ к глобальной программе лояльности ALL – Assor Live Limitless.

Позднее в этом году в Тбилиси откроется второй отель под брендом “by Mercure” – Tbilisi Saburtalo Hotel by Mercure.

Отели под флагом "by Mercure" могут использовать свое собственное название наряду с брендом в течение пяти лет, постепенно полностью интегрируясь в бренд Mercure. Вы Mercure гарантирует гостям те же общепризнанные международные стандарты комфорта, площадь номеров, удобства и качество обслуживания, что и в отелях Mercure. Отели "by Mercure" также внедряют стандарт ALLSAFE от Assor – знак аккредитации, свидетельствующий о том, что отель соответствует проверенным стандартам здоровья и безопасности Assor.

«Мы рады укрепить свое присутствие в Грузии с открытием нового отеля в столице. Уверен, что его уникальное расположение в сочетании с высочайшими стандартами обслуживания и узнаваемостью бренда станут конкурентными преимуществами для Tbilisi Philharmonic Hotel by Mercure. Я благодарен нашим партнерам за доверие и возможность реализовать очередной успешный проект и с нетерпением ожидаю открытия Tbilisi Saburtalo Hotel by Mercure позднее в этом году», – комментирует Алексис Деларофф, Генеральный директор Assor New East Europe.

Расположившись на проспекте Петра Меликишвили в непосредственной близости от основных туристических достопримечательностей, Tbilisi Philharmonic Hotel by Mercure занимает здание бывшего Института истории и этнографии, построенного в 1929-1930 годах и впитавшего разнообразие стилистических особенностей последующих эпох, гармонично переплетая их друг с другом. Архитектура истинного образца «грузинского стиля» органично сочетает в себе простоту и функциональность, олицетворяющие конструктивистское движение, с характерными элементами исторического наследия Грузии. Тбилисский концертный зал (Филармония) находится напротив отеля, а главная улица города, проспект Шота Руставели, с очаровательными кафе, ресторанами и эклектичными магазинчиками – всего в нескольких шагах. Благодаря его удобному расположению гости отеля смогут добраться до Старого Тбилиси за 10 минут на автомобиле. Поездка от отеля до Международного аэропорта составит 30 минут на такси, а дорога до Центрального железнодорожного вокзала – всего 15 минут на машине или метро.

Для размещения гостей доступно 120 стильных и просторных номеров различных категорий с видами на город и гору Мтацминда. Номера отличаются уютным и функциональным дизайном и оснащены всем необходимым для комфортной работы и отдыха, включая систему климат-контроля, рабочую зону, кофейные станции и высокоскоростной интернет.

Ресторан MUSE, вдохновением которому послужила тема музыки благодаря расположению отеля рядом с Филармонией, рад предложить посетителям блюда международной и грузинской кухни. В уютном лобби-баре гостей ждет богатая коллекция вин местных производителей, а также импортных напитков и коктейлей.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

Путешественникам предложат насладиться вечерним аперитивом или дигестивом, а также заказать кофе или перекус с собой в часы работы бара с 7 утра до 11 вечера.

Гости отеля могут поддерживать физическую форму и оставаться активными в течение дня, даже находясь вдали от дома, благодаря тренировкам в фитнес-зале. Для организации деловых мероприятий в отеле оборудовано 3 современных конференц-зала с панорамными окнами на 6 и 7 этажах, а также представлена открытая терраса вместимостью до 200 человек. Она прекрасно подойдет для проведения кофе-брейков, коктейльных вечеринок и официальных приемов на свежем воздухе.

Генеральным менеджером двух отелей, Tbilisi Philharmonic Hotel by Mercure и Tbilisi Saburtalo Hotel by Mercure, был назначен Хольгер Бухвальд, за плечами которого более 20 лет опыта работы в индустрии гостеприимства. Ранее Хольгер занимал управляющие позиции в различных отелях по всему миру, в том числе под брендами ibis, Novotel и Mövenpick.

«Я очень рад возможности возглавить новые амбициозные проекты в Грузии. Для любого генерального менеджера каждый отель как ребенок – они все разные, и все мне очень дороги. Основные задачи, которые я ставлю перед собой – обеспечение успешной работы двух отелей, а также обучение и мотивация молодых специалистов гостиничной отрасли, которые смогут развить в себе новые таланты и получить высокие компетенции, востребованные по всему миру», – отмечает Хольгер Бухвальд.

Tbilisi Saburtalo Hotel by Mercure расположится на проспекте Александра Казбеги в центре Тбилиси и предложит гостям 152 уютных номера различных категорий. В инфраструктуру будущего отеля войдет гастрономический ресторан и бар. Благодаря центральному расположению гости смогут легко добраться до ключевых туристических достопримечательностей грузинской столицы, торгового центра City Mall, Красного парка, Дворца спорта и парка Ваке.

Международная группа Ассог активно поддерживает развитие туризма в Грузии и укрепляет свои позиции в стране. В прошлом году Ассог открыла два новых отеля в Тбилиси и планирует представить еще несколько проектов в столице в этом году. Tbilisi Philharmonic Hotel by Mercure стал шестым отелем группы Ассог в Грузии. Группа продолжит расширять свое портфолио в стране.

<https://welcometimes.ru/news/accor-rasshiryayet-prisutstvie-v-gruzii-s-otkrytiem-novogo-otelya-v-tbilisi>

## **5. Интересное и полезное для отельера**

### **Тренды индустрии гостеприимства, которые нельзя игнорировать**

Спрос на поездки по России в 2023-м вырос на 30% по сравнению с прошлым сезоном. При этом сохраняется риск дефицита качественных предложений. Александр Шиянов, заместитель руководителя отраслевых интеграций Okdesk разбирает, какие еще тенденции сформировались в этом году и с какими вызовами столкнулась сфера туризма.

#### *Внутренний туристический поток*

На фоне сокращения выездного туризма отечественные операторы расширяют предложения на поездки внутри страны. Это одна из причин роста интереса к внутреннему туризму, который становится не только быстрорастущей, но и перспективной отраслью экономики: сегодня его выбирают 88% россиян.

Кроме того, в 2023 году на 130% увеличился турпоток в Россию из-за рубежа. Только в первые шесть месяцев зарубежные гости совершили 7,2 млн поездок в нашу страну с самыми разными целями — туризм, работа, деловые встречи, личные визиты, что на 1,6 млн больше, чем в первом полугодии прошлого года.

Все это вызвало рост цен: по последним данным, стоимость отдыха на отечественных курортах увеличилась в среднем на 29–33%, в то время как уровень сервиса по-прежнему вызывает недовольство. На это пожаловались 40% туристов, при этом более 50% потенциальных гостей отметили, что для них важно качественное обслуживание.

На дефицит качества предложений и квалифицированных кадров, а также необходимость решить эту проблему в кратчайшие сроки указали и участники профильной пресс-конференции «Индустрия гостеприимства. Летний сезон 2023».

#### *Цифровизация*

Развитие цифровых технологий в туристической индустрии — еще один тренд последних лет. Сегодня цифровизация — не дань моде, а действенный способ решить образовавшиеся в отрасли проблемы.

Согласно данным, 97% отелей сталкиваются с дефицитом рабочей силы, что также негативно сказывается на уровне обслуживания гостей. Со своей стороны эксперты отмечают: сфера гостеприимства в нашей стране — одна из самых слабооцифрованных. О том же говорят и представители индустрии.

Но именно благодаря цифровым решениям отели могут оптимизировать загрузку собственного персонала и эффективнее взаимодействовать с обслуживающими их инфраструктуру сервисными компаниями, а клиенты — с отелем: например, отсканировав QR при помощи мобильного телефона, отправлять запросы на уборку номера или сообщать о неисправности кондиционера.

В этом помогает автоматизация процессов с помощью систем класса help desk: она позволяет буквально в два клика создать необходимую задачу, автоматически назначить ее на нужного сотрудника и отслеживать ход ее выполнения, а встроенные чек-листы дают возможность контролировать качество проводимых работ. Такие системы позволяют отелям оптимизировать расходы и эффективно выстраивать процессы, а значит, оказывать более качественные услуги гостям.

#### *Увеличение числа рабочих зон*

Согласно проведенному исследованию, в 2023-м вдвое вырос спрос на деловые поездки: более 70% респондентов ответили, что планируют от 1 до 10 командировок по стране, а около 20% сообщили, что собираются выезжать по работе не менее 11–

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

20 раз. О том, что будут работать удаленно, сообщили 15% сотрудников, а 25% руководителей подтвердили готовность к выездным мероприятиям.

В целом, по мнению экспертов, складывается тенденция к увеличению числа тех, кто работает дистанционно. Это ведет к росту объема мобильной рабочей силы в мире, которая в ближайшие пять лет может составить около 2 млрд человек.

Чтобы привлечь цифровых кочевников, отельному бизнесу необходимо увеличить количество временных рабочих мест с большим выбором вариантов компоновки. Для этого стоит оборудовать пространство номеров и общественных помещений отеля так, чтобы обустроить рабочее место можно было как внутри зданий, так и на территории гостиничных комплексов.

### *Велнес*

Загрузка отечественных санаториев в этом году выросла на 13%, около 35% потенциальных гостей отметили, что предпочитают оздоровление и санаторно-курортный отдых в России, а 49% назвали лечебно-оздоровительный отдых желаемым видом туризма.

Но и здесь, как отмечают эксперты, существует проблема — необходимость модернизации средств размещения и повышения уровня сервиса.

Кроме того, чтобы соответствовать ожиданиям клиентов, в гостиничных комплексах должна быть соответствующая инфраструктура: функциональные фитнес-зоны, в которые входят тренажерные залы, спа-центры, зоны для релакса, мобильные тренажеры в номерах.

### *Персонализация*

По данным исследования, 24% путешественников готовы платить больше за персонализированный подход.

Растущие ожидания туристов стимулируют индустрию гостеприимства становиться более клиентоориентированной. Учитывать предпочтения гостей, чтобы создать персонализированный опыт для каждого, отелям позволяют новые технологии. Информация о клиенте может быть получена из интернета и храниться в его профиле, что даст возможность предлагать услуги, соответствующие потребностям и привычкам гостя. Это увеличивает удовлетворенность посетителей и стимулирует повторные визиты.

В новой реальности основными тенденциями в сфере гостеприимства стали повышенный спрос на внутренний туризм, цифровизация, увеличение числа рабочих зон в связи с ростом количества цифровых кочевников, интерес к велнесу и потребность в персонализации. Реализация этих запросов в туристическом бизнесе сделает обслуживание более качественным, что улучшит опыт пребывания гостей и повысит их лояльность.

<https://hotelier.pro/management/item/trendy-industrii-gostepriimstva-kotorye-nelzya-ignorirovat/>

### **Брать или не брать? Вся правда о санкуре от Amaks Hotels & Resorts**

Санаторный сегмент сейчас явно на подъеме: пандемия и закрытие границ сделали свое дело. Только вот мнения об этом сегменте у бизнеса разделились: одни думают, что заниматься санаториями невыгодно (сезонность, сложные бизнес-процессы и управление, низкая маржинальность), другие с удовольствием идут в эту сферу и планируют в ней расти.

Посмотрим на санкур глазами управляющей компании, в чьем портфеле целых 7 известных в стране санаторных объектов. Редакция Noreca.Estate

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

пообщалась с Оганесом Ханамиряном, директором по развитию управляющей компании сети отелей и курортов Amaks Hotels & Resorts.

*Оганес, многие эксперты рынка считают, что санаториями управлять очень сложно, поэтому компании просто не идут в этот сегмент. А вы в этом сегменте явно лидируете и преуспеваете. В чем тут секрет?*

Amaks Hotels & Resorts без малого 20 лет назад начала профессионально заниматься управлением санаториями. Цель – реформирование санаториев, чтобы они стали современными здравницами и оказывали услуги на совершенно ином, современном и качественном уровне. В этом мы были, я думаю, первыми в стране.

В середине 2000-х мы приобрели в собственность наш первый курортный объект – санаторий «Шахтер» в Ессентуках.

Тогда к нам пришла простая идея: мы взяли за основу сервис уровня 3-4 звезды (к тому времени мы уже управляли несколькими гостиницами такого уровня) и «наложили» его на его на курортный объект.

Чтобы запустить процесс оперативно, мы не вводили много изменений в организацию медицинских услуг, но улучшили действующие бизнес-процессы. Например, в санатории (и в этом он был не единственным в стране) были очереди на процедуры. Мы все это автоматизировали и получили объект с историческими плюсами (медицина, оздоровление) и при этом с качественным уровнем сервиса. Тогда это стало нашим ноу-хау.

Что касается сложности управления, то все зависит от объекта и локации. И санатории, и отели бывают разные, так что здесь нет единого стандарта. Конечно, есть разница между бизнес-процессами, заложенными в отеле и в санатории. Но с точки зрения менеджмента санаторно-курортные услуги – это всего лишь расширенный список дополнительных услуг, которые оказывает гостям отель.

Не соглашусь и насчет заведомо низкой (по сравнению с отелями) маржинальности. Наоборот, в санаториях (при грамотном управлении) она бывает и больше. К примеру, средняя продолжительность пребывания гостя в городском отеле – 1,5 дня, в курортном отеле – минимум 3 дня, а в санаторий по путевке гости едут на 1-3 недели.

Плюс к гостиничному пребыванию добавляется сумма, связанная с оказанием санаторно-курортных лечебных услуг. Разумеется, очень многое будет зависеть от того, с какой целевой аудиторией работает преимущественно санаторий. Если в основном это гости по социальным путевкам, то тогда, конечно, о высокой маржинальности говорить не приходится. Именно поэтому очень важен в санатории менеджмент и правильная маркетинговая стратегия. Если у санатория налажены все операционные процессы, высокий уровень сервиса и медуслуг, то в 9 случаев из 10 это будет успешный объект, который зарабатывает хорошие деньги.

*С какого года можно считать, что Amaks Hotels & Resorts стала специализироваться на санаториях?*

С нашего первого приобретенного объекта, о котором я говорил. Именно с этого времени началось развитие компании в двух направлениях: гостиничном и санаторном. Собственники компании стали рассматривать возможность приобретения санаторно-курортных объектов. В дальнейшем наша сеть пополнилась такими известными объектами как «Старая Русса» (Новгородская обл.), «Усть-Качка» (Пермский край), «Красная Пахра» (Подмосковье), и т.д. Всего сейчас под управлением компании находится 7 санаториев и 23 отеля.

Санаторное направление имеет большие перспективы по двум причинам:

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

*Фокус – Москва и столичный регион*



Ниша относительно свободна, несмотря на то, что многие компании пытаются заниматься санаториями. Действительно, очень немного объектов работают эффективно, при этом в России есть большое количество санаториев, доставшихся нам «по наследству» от СССР. Вообще санкур – это явление уникальное, наше советское изобретение. Насколько я знаю, в медицинских вузах раньше даже была такая специальность – «Курортология», по ней активно готовили врачей.

В моде стало ведение здорового образа жизни. Люди стараются больше заниматься здоровьем, отдыхать.

Так что санаторное направление сейчас очень перспективно, и в ближайшие годы мы планируем здесь активно развиваться. Сейчас все санатории, которые есть в портфеле Amaks Hotels & Resorts, находятся в собственности компании. Также мы рассматриваем варианты для управления.

*Есть ли кардинальное отличие между управлением санаторием и отелем? Какие бизнес-процессы требуют дополнительной организации и внимания?*

В санаториях иные, чем в отелях, стратегия, структура и логика продаж. Это зависит от цели поездки. Если цель поездки в отель – это командировка или непродолжительный отдых, то цель поездки в санаторий – это оздоровление.

Следовательно, основное отличие санаториев от отелей – в организации питания и медицинских услуг. Организацию процедур необходимо упорядочивать: гость не должен стоять в очереди на процедуру, а все медицинские услуги должны оказываться в заранее определенное время. Также важно организовать правильное диетическое питание. Это особенно актуально для санаториев с лечением желудочно-кишечного тракта (ЖКТ). Там десяток видов диет с определенным набором продуктов, и под каждый вид диеты необходимо выделить отдельный диетический стол (группу столов).

Плюс необходимо организовать еще и досуг отдыхающих: только моря, хорошего пляжа и зоны для прогулок может быть недостаточно. Иными словами, все, что делают отельеры для отличного гостиничного сервиса, актуально и для санаториев, с учетом особенностей этого сегмента.

*Как у вас в компании организовано управление и работа с санаториями? Санаториями и отелями занимаются разные отделы?*

Жесткого различия у нас нет.

Хороший маркетолог или продажник может развиваться в обоих направлениях, быстро переориентироваться с тематики отеля на тематику санатория, и наоборот. При этом, разумеется, продажники и маркетологи, которые работают с санаторным сегментом, должны прекрасно ориентироваться в различных видах санаторно-курортного лечения.

Ведь гости, перед тем как забронировать санаторий, иногда задают очень детализированные вопросы, в том числе о том, как проходит та или иная процедура. Так что наши сотрудники должны в жизни санатория разбираться детально и уметь профессионально и доступно ответить на вопросы клиентов.

Разумеется, если от клиента поступает какой-то специфический вопрос медицинского характера, то он может задать его врачам санатория напрямую. Для этого мы запустили специальное мобильное приложение. Перед тем, как выбрать санаторий, человек может ознакомиться со спецификой каждого объекта и понять, какой санаторий ему больше подойдет. Уже после заезда в его приложении появится расписание процедур и вся дополнительная информация по организации отдыха.

Раньше гостю выдавали Лист назначений процедур («бегунок»). В случае потери бумажного листа гостю приходилось идти в медицинскую регистратуру для

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

его восстановления. Теперь все расписание находится в телефоне гостя, что очень удобно.

*По какому принципу вы выбираете санатории, которые войдут в ваш портфель?*

Первый фактор – это локация, второй – наличие природных лечебных источников (лечебные грязи, источники минеральной воды и т.д.). Иными словами, нам важно то, что исторически имело ценность для гостей курорта. Следовательно, гости будут ехать в конкретное место, но уже с более качественным сервисом.

Все остальные факторы, которые могут быть важны для отелей, для нас уже вторичны. Тем более, что гости приезжают в санаторий поправить свое здоровье, а не развлекаться и ходить по достопримечательностям.

Соответственно, вам интересны только санатории «с историей» или можете рассмотреть относительно новые объекты?

Сейчас в нашей собственности находятся только такие объекты, которые были знаковыми в советское время. К примеру, санаторий «Старая Русса» на 600 номеров – один из древнейших курортов в стране: ему более 300 лет. Краеведы утверждают, что туда приезжали даже особы царской семьи и лечились старорусскими целебными грязями.

Санаторий «Шахтер» строился в советское время для сотрудников Министерства угольной промышленности. Санаторий «Усть-Качка» – один из крупнейших бальнеологических центров средней полосы России, он славится своей медициной и природными источниками.

*Есть такое мнение, что под управление идут санатории, которые испытывают финансовые трудности. Условно говоря, они хотят, чтобы из проблемы решила управляющая компания. Вы брали санатории в каком состоянии?*

Да. В основном мы приобретали наши объекты в достаточно сложном состоянии, требующем значительных финансовых и организационных инвестиций. Мы вкладывали не только деньги, но и обучали персонал, настраивали и автоматизировали бизнес-процессы, обновляли маркетинговую стратегию и т.д.

Мы старались за очень короткое время довести приобретенные объекты хотя бы до уровня 3\* и запустить их в эксплуатацию. У нас получалось даже перевыполнить план. Пример – подмосковный санаторий «Новая Истра», который после реновации классифицирован на 4\*.

*Сколько времени проходит в среднем от приобретения санатория до его запуска?*

Очень многое зависит от локации, концепции объекта, размера номерного фонда и т.д. Но мы стараемся не закрываться на период реновации, не блокировать объект для доступа гостей. Как я уже говорил ранее, все наши объекты знаковые и имеют историю. Люди привыкли туда приезжать и им в принципе без разницы, кто теперь владеет этим объектом. Гости просто хотят качественно отдохнуть и оздоровиться. А мы делаем так, чтобы они не заметили, что санаторий находится в процессе реновации: например, пока один корпус закрыт на реновацию, другие работают.

В среднем реновация объекта занимает несколько лет. Если это крупный объект на 200-300 номеров с большой парковой территорией, то реновация может занять 3-4 года.

При этом важно понимать, что санаторий – это живой организм, здесь постоянно происходит обновление (ставится новое оборудование, добавляются и совершенствуются медицинские процедуры и тд.)

Также отмечу, что для перезапуска объекта очень важен профессиональный менеджмент. Я знаю много ситуаций по рынку, когда покупался объект, в его реновацию вкладывались большие деньги, а через 3-5 лет он опять приходил в непонятное состояние. Чтобы этого избежать, инфраструктуру объекта надо постоянно поддерживать на достойном рабочем уровне.

*У вас на сайте обозначены две модели работы с объектами: операционное управление и франчайзинг. Какую модель вы предлагаете санаториям, которые не находятся в вашей собственности?*

С санаториями мы идем по модели операционного управления. Фишка в том, что мы уже научились управлять собственными санаторно-курортными объектами: у нас есть высокая среднегодовая загрузка, прибыль, поток гостей постоянно растет.

Так что мы умеем управлять санаториями профессионально. И сейчас взятие объекта в управление без приобретения в собственность – это важный приоритет компании с точки зрения дальнейшего развития.

Выкупить все вряд ли получится, но можно работать с большим количеством объектов и зарабатывать на наших компетенциях с точки зрения управления.

Сейчас много форсмажорных обстоятельств, которые сложно предугадать заранее. Собственников санаториев устраивает тот факт, что управляющая компания в этом случае не несет ответственности за срыв сезона?

Здесь критерий очень простой: вероятность того, сезон «провалится», с профессионалами сводится к минимуму. Она гораздо ниже, чем при самостоятельной работе. Особенно если собственник ранее не занимался санаториями и не знает, как собрать хорошую команду.

У нас налажены все бизнес-процессы и стандарты – от закупок до продаж, ничего не надо придумывать.

Также не надо забывать про «фактор сетки» с точки зрения расходов и закупок: для объекта сети эти расходы будут меньше, чем для независимого объекта. Есть проверенные поставщики, заключены федеральные контракты. Работает система карьерного и профессионального роста, причем сотрудники могут перемещаться и работать в разных регионах, где есть наши санаторные и гостиничные объекты.

Это значит, что в сетевых объектах не стоит так остро вопрос с кадрами, как в независимых гостиницах или санаториях.

Другой плюс сети – это программа лояльности. Если гости отдохнули в одном объекте, они могут забронировать другой внутри сети, но уже со скидками или с бонусами. Программа лояльности работает на все объекты сети, гостиничные и санаторные. Для собственника санатория это означает, что, присоединившись к Amaks Hotels & Resorts, он сразу получает всю клиентскую базу сети, и гости могут выбрать его санаторий для проживания. Разумеется, для этого санаторий должен соответствовать всем нашим стандартам по уровню сервиса.

*Вы сказали, что гости могут воспользоваться программой лояльности. Но ведь у каждого санатория своя специализация. Насколько гостю будет актуальна «не его» специализация санатория?*

Конечно, у каждого санатория есть своя специфика, которой он отличается преимущественно от других санаториев. Но в целом мы организуем процесс так, чтобы санатории были широкого профиля. К примеру, у нас есть Старорусские

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

грязи. Они уникальны, им фактически нет лечебных аналогов. Мы делаем так, чтобы эти грязи были не только в санатории «Старая Русса», но и в других санаториях нашей сети. Для этого мы организуем процесс доставки грязей. После того как грязи использовались в процедурах, мы их собираем и возвращаем обратно в грязевой бассейн для регенерации.

Если наш санаторий славится минеральной водой, то мы организуем доставку этой воды в другие санатории сети. Таким образом гости получают максимальный спектр санаторно-курортных услуг.

*Изменилась ли маркетинговая стратегия по вашим отелям и санаториям за последние годы?*

В обоих сегментах сейчас снизилась глубина бронирования. Если раньше санатории бронировали за 3-4 месяца, то теперь за 2-3 недели. Отели раньше бронировали в среднем за неделю, сейчас за 1-2 дня.

Следовательно, сейчас мы можем гораздо позже сделать аналитику, какая будет загрузка на те или иные даты.

Отдельно хочу отметить ситуацию с продажами санкура. Если мы говорим про онлайн-продажи, то, к сожалению, сейчас в России нет компаний, похожих по своему масштабу на Букинг. Конечно, российских ОТА сейчас достаточно много, но среди них нет таких, кто умел бы продавать санкур. Правда, даже у Букинга это не получилось, хотя агрегатор очень хотел освоить это направление.

Но могу точно сказать, что необходимость в такой системе бронирования есть, и если ее получится создать, она точно будет востребована.

*Ваши продажники работают в основном на входящих звонках или занимаются также активными продажами?*

Мы работаем с разными схемами продаж, поскольку не ограничиваем себя каким-то одним сегментом гостей. Наша политика строится на соблюдении бизнес-микса: у нас есть и госконтракты, и корпоративные частные клиенты, и индивидуальные гости, и спортсмены. Также работаем с социальными путевками.

Очень многое зависит от конкретной ситуации на рынке. Например, сейчас, когда активный сезон подходит к концу, мы начинаем активничать в сторону крупных корпораций. Например, работаем с предприятиями горнодобывающей промышленности: скорее всего, их заинтересуют наши программы по лечению опорно-двигательной или дыхательной систем.

*Вы меняете персонал, когда приобретаете санатории в собственность?*

Медицинский персонал в большинстве случаев остается, потому что в санаториях работают очень грамотные специалисты, которые знают досконально специфику профиля санатория. Также обычно не меняется линейный персонал, поскольку в этом нет большого смысла.

Что касается топ-менеджмента, то все решается в каждом конкретном случае. Если директор санатория или руководитель департамента работает профессионально, готов принять нашу логику развития и соответствовать нашим стандартам, то смысла в замене я не вижу. Понятно, что старт объекта после реновации состоится быстрее, если соблюдаются все правила и стандарты.

*Можно озвучить планы компании: на какие регионы собираетесь выходить и сколько санаториев взять в управление в ближайшие годы?*

Как ни банально это звучит, но нам интересно Черноморское побережье: Сочи, Анапа, Геленджик... Понятно, что на объектах, кроме моря, должны быть природные лечебные источники.

Разумеется, интересно Подмосковье, поскольку здесь очень много объектов имеют источники целебной минеральной воды. По аналогичным причинам нам интересен Алтай.

Но я не могу сказать, что в какой-то регион мы точно не пойдём. Если в том или ином регионе будет интересный объект, мы его рассмотрим.

Что касается количества объектов, то мы рассчитываем «прирастать» ежегодно двумя-тремя санаториями. Однако наша модель (берём мы в собственность или в управление) будет зависеть от самого объекта.

Да, у нас сейчас достаточно резервов, чтобы приобретать одновременно несколько объектов в собственность и инвестировать в них наши деньги, технологии и оргресурсы. Эти объекты могут находиться в сложном финансовом состоянии, но мы можем одновременно вести несколько таких объектов.

Если же говорить об управлении, то здесь ограничений никаких нет, мы готовы рассмотреть практически любой объект и в любом месте. И это не потому, что мы «всеядны», причина в том, что мы умеем работать с санаторным сегментом.

Вообще, наша миссия – поднять санаторно-курортное направления до такого уровня, чтобы гости для выбора места лечения предпочитали отдыхать и лечиться в России, используя наши ресурсы и нашу инфраструктуру. А для этого нужен правильно поставленный менеджмент и профессиональный подход.

[https://horeca.estate/interview/74-gostinichnyj-biznes/1814-brat-ili-ne-brat-vsya-pravda-o-sankure-ot-amaks-hotels-resorts?utm\\_medium=digest4-09&utm\\_source=horeca&utm\\_campaign=303157150&utm\\_content=](https://horeca.estate/interview/74-gostinichnyj-biznes/1814-brat-ili-ne-brat-vsya-pravda-o-sankure-ot-amaks-hotels-resorts?utm_medium=digest4-09&utm_source=horeca&utm_campaign=303157150&utm_content=)

### **«Гости капсульных отелей – миллениалы, диджитал-номады и бэкпекеры»**

Отельер Дарья Чернобровкина открыла сеть капсульных отелей Cube в Москве, а сейчас работает над проектом в Париже. Наша героиня увидела в капсульных отелях идею доступного проживания – на смену хостелам. Гости ее проектов – миллениалы, цифровые путешественники и бэкпекеры, которые предпочитают путешествовать самостоятельно. Сейчас Дарья открывает подобный проект в Париже и в ее амбициозных планах – покорить Милан.

В 2019 году на акселераторе Департамента Инноваций Москвы наша героиня представила формат гибридных отелей – в новых проектах есть и капсулы, и минималистичные номера. Плюс Дарья внедрила в своих отелях интерактивный холодильник и умное питание по QR, открыла пространство отеля для проведения мероприятий. По итогам акселератора, ее проекты вошли в ТОП 3.

Идея отеля пришла из Японии

*- Дарья, как вы пришли в сферу гостеприимства?*

- Я – предприниматель и отельер, у меня свои отели. Также консультирую и создаю гостиничные проекты на заказ. У меня сеть капсульных отелей Cube в Москве. Сейчас я управляю отелями, занимаюсь консалтингом и работаю над проектом капсульных отелей в Париже. В гостеприимстве я уже 8 лет - пришла в эту сферу из маркетинга, потом добирала опыт на практике и на профильной бизнес-программе «Менеджмент в гостеприимстве».

*- Расскажите про свой профессиональный путь – как вы развивали сеть капсульных отелей?*

- Бизнес в сфере капсульных отелей я открыла в 2016. До этого у меня был опыт управления хостелом, но я чувствовала, что хочу открыть что-то более модное – рынок хостелов тогда был в кризисе, и больше ассоциировался с проблемным сегментом. Я занялась поиском концепции - хотела иметь классный отель для молодых путешественников. Так пришла идея спальных капсул, как в Японии. Первоначально идея капсульных отелей зародилась в густонаселенных городах Азии. Такие отели были местом отдыха для сотрудников, которые работали допоздна. Сон в капсуле рядом с работой был решением, чтобы отдохнуть и не тратить время на дорогу.

В 2016 году эта концепция стала очень современным решением для гостиничной индустрии в России. Я увидела в капсульных отелях идею доступного проживания – на смену хостелам. Мы были одними из первых, кто открывал такой отель в Москве. Первый отель Cube заработал на Новом Арбате – в историческом и деловом центре столицы. Отель быстро стал популярным у гостей и на рынке, и мы начали развивать сеть.

*Отель – это лицо города*

- Какими темами стала расти сеть?- Следующим важным этапом развития нашего проекта стал ЧМ-2018 в Москве. Отель – это лицо города, одно из первых мест, где иностранные гости встречаются с местными и знакомятся с культурой страны. Наши отели приняли более 2000 туристов из 48 стран. Среди них были футбольные фанаты, друзья сборных и даже иностранные дипломаты. Это был ценнейший опыт и возможность познакомить гостей со всего мира с Москвой и Россией. Многие влюбились в страну и культуру: Чемпионат дал развитие туризму, многие гости стали по сарафанному радио делиться с друзьями и рассказывать, как у нас здорово.

В целом, гостиничная индустрия – очень вдохновляющий бизнес. Это как способ путешествовать, оставаясь в своем городе – люди привозят свои истории и культуру со всех уголков мира. Капсульные отели – один из моих любимых проектов. Для меня это про доступность путешествий и новые технологичные решения в туризме. Главная идея нашего проекта – создавать гостям возможность путешествовать чаще и больше, жить в центре города в эргономичном пространстве и платить разумные деньги.

*Капсулы напоминают космический корабль*

*- Дарья, многие не представляют, что такое капсульный отель.*

- Спальная капсула - это индивидуальное пространство, оснащенное всем необходимым: зоной сна, системой кондиционирования и освещением, полочками и розетками, зоной хранения. В некоторых моделях есть телевизоры или даже мини-холодильники. Главное преимущество для гостя – приватность и доступная стоимость проживания. Капсулы выглядят довольно урбанистично: гости часто проводят аналогии с космическим кораблем и фильмом Пятый элемент.

С 2017 года мы дважды меняли и дорабатывали проект капсул. Капсулы могут быть очень модными внешне, но все же главная потребность гостя – это комфорт, отдых, и сон. Поэтому очень важно при проектировании проработать хорошую звукоизоляцию, вентиляцию и температурный режим.

Мы производим капсулы по своему проекту, но на рынке есть и готовые варианты. Самые известные – спальные капсулы китайского производства, которые можно видеть в аэропортах.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

По российским законам, спальные капсулы - это мебель или оборудование. Поэтому для капсульного отеля действуют такие же регуляторные нормы, как для всех остальных гостиничных объектов. Обычно капсульные отели классифицируются как отели без звезд или 1-2 звезды.

Наши гости - молодые соло путешественники

*- Кто ваши гости?*

Гости, кто приезжают в капсульные отели – очень интересная публика. В основном, молодые соло путешественники. Для них очень важно местоположение: либо центр города, либо эпицентры деловой и студенческой жизни. Например, один из наших отелей находится около Гитиса и Московской консерватории – там всегда много студентов и абитуриентов. Основная концепция капсульных отелей – это рынки с дорогой стоимостью проживания. Гости ищут проживание с комфортом, в хорошей локации, но за разумное соотношение цены и качества.

*Мы выделяем несколько архетипов гостей:*

Молодые путешественники, кто приезжают в город на 2-3 дня посмотреть город как туристы

Бизнес-туристы и событийный туризм – гости 22-27 лет, которые приезжают на семинары, выставки и мероприятия

Middle-stay аудитория – гости, кто хочет переехать в Москву и ищет проживание на первое время. Еще в эту категорию попадают цифровые кочевники и удаленщики – гости, кто приезжают в новый город на срок от месяца, пожить и поработать

Иностранцы туристы. До пандемии среди наших гостей было 30% иностранцев. Большинство – очень опытные туристы и бэкпекеры, кто объездил массу стран. Такие гости зачастую начинали с Москвы большое путешествие по России: ехали на Транссибирском экспрессе или на крайний север.

*- Есть ли у гостей ваших отелей возможность пообщаться между собой?*

- В наших отелях мы всегда создаем общественные пространства – зоны, где гости могут поработать, перекусить и пообщаться вне капсул. Обычно это общая лаундж-зона, кухня, зона с рабочими местами. Это создает зону комфортного комьюнити – гость может быть один в капсуле или познакомиться с новыми людьми в общественных пространствах. Гости, которые живут в капсулах, обычно довольно открыты к новым знакомствам. В нашем отеле так познакомились и начали общаться огромное количество людей со всего мира, и даже образовались пары.

*Я разработала формат гибридных отелей (!)*

- Дарья, как вы собираетесь развивать проект в дальнейшем?

- В 2019 году наш проект участвовал в акселераторе Департамента Инноваций Москвы. В программе акселератора мы изучали продакт-менеджмент и внедрили в отеле новые интересные направления. Я разработала формат гибридных отелей – в новых проектах есть и капсулы, и минималистичные номера. Еще мы внедрили интерактивный холодильник и умное питание по QR, и открыли пространство отеля для проведения мероприятий. Мы приглашали в отель йога-классы, тренинги, творческие мастер-классы. Для отеля это возможность увеличить выручку за счет субаренды, а для гостей – развлечения, не покидая из отеля по хорошей цене. По итогам Акселератора наш проект вошел в Топ-3.

*- В чем особенности этого бизнеса?*

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

- Главное преимущество концепции капсульного отеля – мы эффективно используем площадь собственного или арендуемого места. Капсулы стоят очень эргономично, но при этом мы сохраняем комфорт гостя. Благодаря концепции, цена за ночь в капсульном отеле выше, чем в хостелах, а средняя загрузка составляет 75-85%.

В нашей категории рынок не перенасыщен – похожих отелей в Москве не более 30. Я убеждена, что гостиничные объекты друг для друга – это поддержка, а не конкуренты. Если отель имеет уникальность и четкую узнаваемую концепцию – он займет свою нишу. А с отелями-соседями мы в контакте и даже обмениваемся гостями.

*- Вы общаетесь с коллегами?*

- Профессиональное комьюнити отелей – это источник опыта и опора. Ковид и карантинные меры в этом плане положительно повлияли на отельеров: сообщество сплотилось, чтобы выступать единым голосом в диалоге с государством. Также в сообществе мы обменивались опытом антикризисных решений. В 2020-2021 году туризм встал на паузу, и главная цель была – сохранить бизнес. Мы оптимизировали процессы, максимально сократили расходы, перешли на работу с другой целевой аудиторией – middle and long-stay размещение. Это было удачное решение, которое позволило сохранить все объекты. Со стороны государства были небольшие выплаты и налоговые отсрочки.

Сейчас внутренний туризм растет. На сегодня главный запрос от гостиничного бизнеса государству – упрощение регулирования. Год назад прошла так называемая «регуляторная гильотина», я принимала участие в рабочей группы как представитель МСП. Но все равно остается множество неактуальных нормативов и завышенных штрафов. Например, если просрочить регистрацию иностранца даже на день, штраф может составить 400 тысяч рублей – для малого бизнеса это очень большая сумма. Бизнесу было бы полезно работать в сотрудничестве с гос. аппаратом и иметь дело не со штрафами, а с превентивными мерами – разъяснениями, оптимизацией и автоматизацией.

*Планирую покорить Милан и Париж!*

- Дарья, по вашим словам, капсульные отели – интересный, выгодный и перспективный бизнес! Как бы советы вы дали коллегам, которые захотят открыть подобный проект?

- Коллегам, кто задумывается о проекте капсульного отеля, могу посоветовать несколько шагов:

Хорошо изучить рынок своего города. Если рынок насыщен доступными отелями 1-2 звезды – продавать капсульные номера будет сложнее

Закладывать в финансовую модель стоимость за номер между хостелом и ценой отеля без звезд

Разработать четкую концепцию и сразу работать на бренд. Сегодняшний гость – искушенный путешественник. Если просто поставить капсулы в безликом помещении, это не привлечет гостей. Вы должны четко понимать, кто ваша будущая аудитория, и что вы будете ей предлагать.

Относиться к поиску помещения бескомпромиссно. Даже если место очень нравится, но имеет несоответствия нормативам – в будущем это может привести к проверкам, штрафам и даже закрытию.

Обращаться за консультациями к другим отельерам, юристам, дизайнерам, посещать профессиональные события – это поможет собрать знания и сразу сделать все хорошо.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*



Разработать стратегию продаж. Раньше многие отели продавались только через Booking.com. Сейчас, по статистике, прямые продажи составляют до 50%. Для этого нужен сайт, узнаваемый фирменный стиль, четкая концепция и хороший визуал.

- Дарья, вы решили пойти покорять Европу. Поделитесь своими амбициозными планами!

- На сегодняшний день я работаю в двух направлениях. Первый проект – это капсульный отель в Европе. Вижу в этом большие перспективы – в Европе много городов, которые становятся овертуристическими, и это делает их недоступными для молодых путешественников. Хочу опробовать на таком активном рынке бизнес-модель капсульных отелей. В планах Париж и Милан.

Второе направление роста – это совершенствование модели капсул для новых проектов. Я постоянно езжу по миру и изучаю тренды – была в капсульных отелях в Амстердаме и Милане, недавно в Братиславе для обмена опытом. Как зону роста я вижу использование экологичных материалов, новой эргономики в архитектуре и инновационных технологий.

<https://hotelier.pro/interviews/item/oteler-i-osnovatel-seti-kapsulnykh-oteley-cube-darya-chernobrovkina-gosti-nashikh-kapsulnykh-oteley-millenialy-didzhital-nomady-i-bekpekery/>