



## Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 0903-1001-2021

С 25 сентября по 08 октября 2021 года

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

Ростуризм и ФАС будут вместе работать над регулированием цен в отелях

У туризма появится свой комитет в Госдуме

Ростуризм разработал требования к сельским гостиницам

Ростуризм получил 50 инвестпроектов на строительство отелей в рамках льготного кредитования

### **2. Анализ и события московского туристско-гостиничного рынка**

Сергей Собянин встретился с представителями гостиничной отрасли Москвы

Сергей Собянин: В Москве в проектировании находятся около 20 гостиниц

Cushman & Wakefield: Загрузка отелей Москвы за полгода возросла до 58,2%

Отель на 250 номеров откроют на Новом Арбате

В Москве началось строительство отеля со СПА-центром

В Московской области классифицировали свыше 700 гостиниц

Подмосковный Arthurs SPA Hotel присоединился к группе Assor

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

РФ

#### ***Реанимация туризма.***

Загрузка гостиниц в России в первом полугодии выросла на 90%

Туристический кешбэк в 2021 году хлопнул дверью – резко и внезапно.

Интервью с Алексеем Кареловым, Генеральным директором АО «Гостиничная компания»

### **4. Юридический практикум и происшествия, связанные с безопасностью гостиниц**

ФСБ России подготовила для отелей изменения в требования к антитеррористической защищенности

Форум «Безопасность индустрии гостеприимства» состоялся!

Порядок организации передачи тревожных сообщений в органы полиции из мест размещения должен быть изменен, а нагрузка на владельцев гостиниц снижена

Ассоциация «Безопасность туризма» предлагает снизить нагрузку на владельцев объектов туристкой инфраструктуры

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

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

Скорость и гибкость становятся новой валютой бизнеса

Управление доходом как основа успеха отеля.

Как работать с недовольством гостя в отеле?

Карьерный рост персонала в отеле

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**

### **Ростуризм и ФАС будут вместе работать над регулированием цен в отелях**

Об этом вчера сообщили представители пресс-службы антимонопольного ведомства. Напомним, что инициатива ФАС по регулированию стоимости проживания в гостиницах во время проведения крупных международных мероприятий, которая была анонсирована в августе, вызвала резко отрицательную реакцию бизнес-сообщества. За последние несколько недель в правительство было направлено ряд обращений с просьбой не поддерживать эту инициативу. Видимо, эти просьбы были услышаны. Теперь ФАС и Ростуризм совместно попытаются выработать некий сбалансированный механизм.

Пресс-служба антимонопольного ведомства приводит следующие слова Зарины Догузовой:

«Мы по поручению правительства вместе с ФАС России прорабатываем максимально сбалансированный механизм, чтобы, с одной стороны, избежать спекуляций на рынке в дни проведения форумов, и в то же время - позволить бизнесу работать на рыночных условиях».

В ФАС считают, что предложенные меры не нанесут ущерба отрасли. Они носят краткосрочный характер (только во время проведения крупных международных мероприятий) и затронут только отели, расположенные в Санкт-Петербурге, Сочи и Владивостоке. Тем не менее, бизнес-сообщества имеет на этот счет противоположное мнение.

Теперь рассмотрим позицию Ростуризма по этому вопросу. В ведомстве поддерживают идею рыночного ценообразования на гостиничном рынке. Зарина Догузова указывает на острую нехватку туристической инфраструктуры, что при максимальном спросе приводит к увеличению стоимости номера. Обычно, участники крупных деловых мероприятий останавливаются в отелях категории «5 звезд». Ранее сообщалось, что в Санкт-Петербурге работает 24 гостиницы этой категории, в Сочи — 6, а во Владивостоке только одна. Руководитель Ростуризма указывает, что национальный проект в сфере туризма позволит решить вопрос увеличения качественной туристической инфраструктуры в течении 3 — 5 лет.

<https://hotelier.pro/news/item/rosturizm-i-fas-budut-sovmestno-rabotat-nad-regulirovaniem-tsen-v-otelyakh/>

### **У туризма появится свой комитет в Госдуме**

Как это повлияет на отрасль?

В Госдуме планируют увеличить число комитетов с 26 до 32. Об этом 5 октября сообщает пресс-служба парламента. Как пояснил глава временной депутатской рабочей группы Александр Жуков, в новом созыве Госдумы структура комитетов будет максимально приближена к структуре федеральных органов исполнительной власти.

Так, комитет Комитет по физической культуре, спорту, туризму и делам молодежи будет разделен на три: по физической культуре и спорту, по молодежной политике и по туризму и развитию туристической инфраструктуры.

В отрасли отмечают — выделение для туризма отдельного комитета закономерно на фоне последних изменений и лишней раз подчеркивает, что он стал одной из ключевых сфер экономики. Этому направлению в последние годы уделяется большое внимание, на него выделяются большие бюджеты. Напомним, в

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

этом году будет завершена работа над нацпроектом «Туризм и индустрия гостеприимства», появилась новая госкорпорация «Туризм.РФ», готовятся масштабные изменения в законодательство.

По словам главы ЮА «Персона Грата» Георгия Мохова, свой комитет у сферы туризма появился впервые. При этом его значение для отрасли будет зависеть от множества факторов. В первую очередь от состава и партийной принадлежности входящих в него депутатов, которые определяют возможности лоббирования и степень влияния новой единицы.

«Сейчас прогнозировать какие-то изменения преждевременно. Сначала должен быть сформирован состав комитета и выбран его руководитель, определены его задачи и план законопроектной деятельности. Возможно, новому составу комитета придется вникать в тонкости работы сферы туризма, а многие вопросы — решать заново. Мы надеемся, что он окажется достаточно подкованным и активным. В любом случае разделение благотворно скажется на повестке комитета, которая в этот раз будет посвящена только туризму», — считает эксперт.

[https://profi.travel/news/52801/details?utm\\_source=profi\\_travel&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=dailynewsletter\\_18414\\_061021](https://profi.travel/news/52801/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_18414_061021)

### **Ростуризм разработал требования к сельским гостиницам**

Федеральное агентство по туризму разработало требования к гостиницам в сфере сельского туризма. Соответствующее постановление правительства опубликовано в среду на федеральном портале проектов нормативных правовых актов.

Проект Постановления Правительства Российской Федерации «Об утверждении требований к средствам размещения, используемым для осуществления деятельности по оказанию услуг в сфере сельского туризма в сельской местности»

2 июля президент Владимир Путин подписал закон о развитии сельского туризма в стране. Таким видом туризма будут считать поездки, предусматривающие посещение сельской местности, малых городов с численностью населения до 30 тыс. человек. Целью путешествия при этом должен быть отдых, приобщение к традиционному укладу жизни, ознакомление с деятельностью сельскохозяйственных товаропроизводителей или участие в сельскохозяйственных работах без извлечения материальной выгоды. По закону, туристу могут предоставлять услуги по временному размещению, организации досуга, экскурсиям.

Ростуризм предложил отнести к сельским средствам размещения гостевые дома, фермерские дома, хижины, избы, юрты, шале, бунгало, дома рыбака и коттеджи. В соответствии с документом, они будут принимать гостей круглосуточно, осуществлять ежедневную уборку номеров.

Сельские гостиницы будут оснащены водоснабжением или минимальным запасом воды не менее чем на сутки, системами отопления (за исключением сезонных гостиниц на юге страны) и вентиляции.

Площадь одноместного номера составит не менее девяти квадратных метров; двухместного — двенадцати квадратных метров. В номере на трех и более человек придется по 4-6 квадратных метров на каждого проживающего.

На территории сельских гостиниц будет располагаться общепит или место для самостоятельного приготовления еды.

Требования должны вступить в силу с начала марта 2022 года и действовать до конца февраля 2028 года.

29 сентября Министерство сельского хозяйства также разработало требования к деятельности сельскохозяйственных товаропроизводителей по оказанию услуг в сфере сельского туризма.

<https://hoteliernews.ru/rosturizm-razrabotal-trebovaniya-k-selskim-gostinitsam>

### **Ростуризм получил 50 инвестпроектов на строительство отелей в рамках льготного кредитования**

Ростуризм завершил прием заявок от банков на строительство гостиничных комплексов в России в рамках программы льготного кредитования, число заявленных проектов превысило 50, сообщила во вторник замглавы ведомства Елена Лысенкова.

«Ростуризм запускает различные новые меры поддержки, одной из наиболее ожидаемых является поддержка инвесторов в строительстве крупных гостиничных проектов. Это мера льготного кредитования для создания гостиничных объектов от 120 номеров по всей территории России. Это и новые отели, и реновация старых, и санаториев в том числе. 30 сентября закончилась подача заявок, и на текущий момент подано более 50 заявок», - рассказала она на выставке индустрии гостеприимства PIR EXPO.

Как отметила Лысенкова, ещё как минимум 50 инвестпроектов находятся на рассмотрении у банков. Победители станут известны до конца октября. До конца года будет объявлено следующее окно. Кроме того, сейчас идёт проверка документов, и в конце следующей недели станет понятно, на какую сумму были поданы инвестпроекты», — пояснила она.

Также замглавы Ростуризма добавила, что получателем субсидий является финансовая организация, для этого аккредитованы 20 банков. По словам Лысенковой, это сделано для того, чтобы облегчить инвесторам взаимодействие с отчетностью.

Как сообщалось, льготные кредиты будут предоставляться инвесторам на срок до 15 лет на строительство и реконструкцию отелей, а также multifunctional комплексов, в составе которых есть гостиничные номера. Ростуризм будет субсидировать банкам сумму в размере ставки рефинансирования.

На программу льготного кредитования до 2024 года в рамках национального проекта по туризму выделено почти 19 млрд рублей. Объем выдачи кредитов за этот период, по оценкам Ростуризма, может составить 200 млрд рублей.

<https://hoteliernews.ru/rosturizm-poluchil-50-investproektov-na-stroitelstvo-otelay-v-ramkah-lgotnogo-kreditovaniya>

## **2. Анализ и события туристско-гостиничного рынка московского региона**

### **Сергей Собянин встретился с представителями гостиничной отрасли Москвы**

28 сентября в бутик-отеле В.60 Hotel представители гостиничной отрасли столицы обсудили текущее положение индустрии гостеприимства, вопросы ее поддержки и развития. Во встрече принял участие Мэр Москвы Сергей Собянин.

«В прошлом году тяжелая была ситуация, в пандемию у нас часть гостиниц закрылась, и вообще заполняемость упала где-то до 40 процентов — меньше, чем в Европе, но все равно упала. В этом году, я смотрю, уже и заполняемость повыше, и туристический поток — в основном за счет внутреннего туризма — вырос. Я надеюсь, что отрасль выстоит», — отметил Мэр Москвы.

Сергей Собянин поблагодарил представителей гостиничной отрасли за то, что во время пандемии они помогали медицинскому персоналу. «Во многих гостиницах жили медицинские сестры, врачи — они не уезжали домой, этого требовала ситуация. И сегодня около 500 врачей находятся в гостиницах», — сказал Мэр Москвы. По его словам, с одной стороны, это помощь бизнесу, поскольку город берет на себя большую часть расходов, с другой стороны, есть отели, которые размещают врачей бесплатно.

Город продолжит оказывать содействие в развитии гостиничной отрасли и туристических сервисов. В этом году в столице введут 13 гостиниц — все со своими категориями звездности. «Каждая третья гостиница, которая сегодня принимает туристов, звездная, построена за последние годы. И в ближайшие годы несколько десятков будет построено. То есть гостиничный качественный фонд удвоится в Москве», — отметил Сергей Собянин.

Москва вместе с туристическим бизнесом ждет, пока откроются все границы и поток гостей восстановится. «Все сложности заканчиваются. Гостиничный бизнес останется, он выжил даже в этих нелегких условиях, а дальше подъем пойдет», — заявил Мэр Москвы. Среднегодовая загрузка гостиниц сократилась с 77 до 38–44 процентов. Для сравнения: среднегодовой уровень загрузки отелей в Париже составил 30 процентов, Мадриде — 32 процента, Риме — 12 процентов.

Правительство Москвы оперативно приняло меры финансовой поддержки гостиничной отрасли, которые помогли предпринимателям сохранить бизнес, а городу — туристическую инфраструктуру.

#### *Меры поддержки включали:*

- гранты для уплаты налога на имущество (110 миллионов рублей);
- субсидии на возмещение затрат на приобретение оборудования, лизинг, компенсацию процентов по кредитам на поддержку и развитие, а также возмещение до 70 процентов затрат по оплате коммунальных услуг (130 миллионов рублей).

Наиболее важной в материальном плане стала программа размещения в гостиницах медиков, работающих в коронавирусных стационарах, на реализацию которой было выделено 2,2 миллиарда рублей. Медицинским работникам предоставили бесплатное проживание в гостиницах с двухразовым питанием, услугами прачечной и парковкой для автомобилей. В 2020 году в программе участвовала 41 гостиница, в 2021-м — 10. Всего было размещено 12 950 врачей и медсестер, сейчас в гостиницах живут 449 медиков.

#### *Действующие и новые гостиницы*

В городе зарегистрировано более 1,9 тысячи коллективных средств размещения (гостиницы, хостелы, апартаменты, общежития), из них фактически

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

функционирует более 1,7 тысячи (89 процентов). Объем номерного фонда составляет 90 тысяч номеров (300 тысяч мест), из них 58 процентов — гостиницы в категории «без звезд» и 35 процентов — гостиницы в категории от двух до четырех звезд (наиболее востребованные среди туристов), в том числе «две звезды» — четыре процента, «три звезды» — 14 процентов и «четыре звезды» — 17 процентов.

С 2011 года в столице построили 63 гостиницы на 11,3 тысячи номеров. За девять месяцев этого года введено в эксплуатацию шесть объектов на 547 номеров.

До конца этого года планируется ввести еще семь гостиниц ориентировочно на 1110 номеров. Планы на 2022–2024 годы — строительство 15 гостиниц на 2367 номеров.

Таким образом, до 2024 года (начиная с 2011-го) построят 85 гостиниц на 14,8 тысячи номеров.

<https://hoteliernews.ru/sergey-sobyenin-vstretilsya-s-predstaviteleyami-gostinichnoy-otrasli-moskvy>

## Cushman & Wakefield: Загрузка отелей Москвы за полгода возросла до 58,2%

\*) Исследователи John Lang LaSalle Cushman & Wakefield, CBRE базируются на заключениях об «отелях Москвы» на анализе т.н. «качественного» гостиничного фонда, относящегося к управлению международными сетевыми операторами и части современных отелей национальных сетей. Для значительного числа гостиниц Москвы, не относящихся к этой категории, анализ представляется исключительно в порядке информации — их операционные показатели здесь не представлены и не проанализированы.

Загрузка столичных отелей увеличилась в январе — августе 2021 года на 22,2 процентных пункта, до 58,2%, в сравнении аналогичным периодом прошлого года. Такие данные содержатся в аналитическом отчете MarketBeat Lite, подготовленном консалтинговой компанией Cushman & Wakefield.

Гостиничная недвижимость

#MARKETBEAT

### МОСКОВСКИМ ОТЕЛЬЕРАМ УЖЕ ХОЧЕТСЯ НАДЕЯТЬСЯ НА ЛУЧШЕЕ

Хотя прогнозируемость продаж остается низкой, отели считают, что «свет в конце тоннеля» различим.

**58,2%**

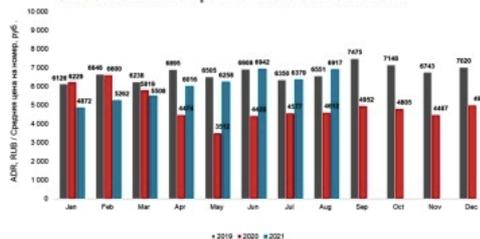
Загрузка за 8 мес. 2021 г.  
Рынок качественных отелей

**6 068 руб.**

Средняя цена на номер за 8 мес. 2021 г.  
Рынок качественных отелей

Источник: данные Cushman & Wakefield

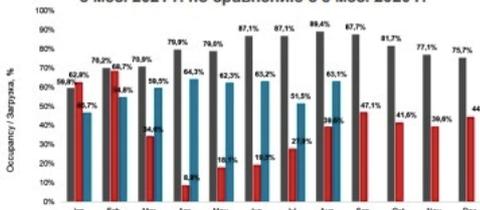
Средняя цена на номер для рынка современного качества:  
8 мес. 2021 г. по сравнению с 8 мес. 2020 г.



Несмотря на периодические «сбои» в объемах спроса (который по-прежнему практически полностью обеспечивается внутренними потребностями рынка) из-за продолжающихся в 2021 г. всплеск заболеваний COVID-19, московский гостиничный рынок, похоже, нашел точку равновесия в среднемесячной Загрузке, которая к середине года стабилизировалась в пределах 60-65%.

Данная ситуация пока не способствует активному росту показателя Средней цены на номер для рынка в целом, который хоть и вырос за 8 мес. 2021 г. до 6068 руб. (прирост относительно аналогичного периода в 2020 г. - 10,9%), однако произошло это за счет 25-процентного увеличения данного показателя в сегменте отелей Лихту, тогда как у отелей остальных ценовых категорий прирост показателя Средней цены на номер остался отрицательным и составил -1,5%.

Загрузка для рынка современного качества:  
8 мес. 2021 г. по сравнению с 8 мес. 2020 г.



Первые результаты все еще незавершенного сентября дают основание отельерам осторожно надеяться на успешное завершение года, однако отсутствие значимых изменений на макро-уровне (остающийся близким к нулевому зарубежный турпоток, в том числе, по причине низкого уровня массовой вакцинации в России, а также отсутствия согласований с крупнейшими западными странами по вопросам взаимного признания вакцин) не позволяют рассчитывать на активный рост тарифов на гостиничные услуги в обозримой перспективе.

32 | #MARKETBEAT Q3-2021

«По результатам восьми месяцев 2021 года московским отелям удалось достичь загрузки в 58,2% (+22,2 п. п. в сравнении с аналогичным периодом 2020 г.) при средней цене на номер в 6 068 руб. (+10,9%)», — приводятся в материалах слова партнера, руководителя департамента гостиничного бизнеса и туризма Cushman & Wakefield Марины Смирновой.

Отмечается, что в условиях пандемии спрос по-прежнему практически полностью обеспечивается внутренним туризмом, однако «первые результаты сентября дают основание отельерам осторожно надеяться на успешное завершение года».

Согласно отчету за первые восемь месяцев 2021 года, рынок столичных отелей пополнился 229 гостиничными номерами в двух новых гостиницах. Еще 546 номеров в трех проектах ожидают ввода до конца 2021 года.

<https://hoteliernews.ru/zagruzka-oteley-moskvy-za-polgodu-vozrosla-do-58-2>

### **Сергей Собянин: В Москве в проектировании находятся около 20 гостиниц**

Порядка 20 гостиниц в Москве находятся в проектировании, заявил мэр Москвы Сергей Собянин в эфире телеканала «Россия 1» в воскресенье.

«Пандемия проходит, а жизнь продолжается. Если мы сейчас замрем, ничего делать не будем, то у нас и перспективы никакой не будет. За эти годы мы по сути дела на треть обновили звездный гостиничный фонд, на треть за всю историю Москвы, что было построено. Еще порядка 20 гостиниц находится сейчас в проектировании», — рассказал Сергей Собянин.

Ранее мэр столицы на встрече с представителями гостиничной отрасли Москвы сообщил, что в 2021 году в Москве введут в эксплуатацию 13 гостиниц. Загрузка столичных отелей увеличилась в январе — августе 2021 года на 22,2 процентных пункта, до 58,2%, в сравнении аналогичным периодом прошлого года. Такие данные содержатся в аналитическом отчете MarketBeat Lite, подготовленном консалтинговой компанией Cushman & Wakefield

<https://hoteliernews.ru/sergey-sobyanin-v-moskve-v-proektirovanii-nahodyatsya-okolo-20-gostinits>

### **Отель на 250 номеров откроют на Новом Арбате**

Москомархитектура согласовала проект реконструкции Дома связи на Новом Арбате. После проведения работ там появится гостиница на 250 номеров, сообщается на официальном сайте мэра Москвы. Во время реконструкции остекленные фасады Дома связи покроют каркасом из алюминиевых конструкций, которые создадут диагональный геометрический рисунок, напоминающий экзоскелет. Эти работы также одобрил Департамент культурного наследия Москвы.

После их завершения в здании откроют гостиницу, в которой с третьего по девятый этаж разместят порядка 250 номеров. Общая площадь комплекса составит около 13 тысяч квадратных метров. На первом этаже организуют общественные пространства коммерческие объекты, на втором — конференц-залы на 290 мест. На самом верху здания откроют ресторан с панорамными видами на Кремль и Новый Арбат, а на подземном уровне для постояльцев будет работать парковка.

Входы в здание расположат со стороны Нового Арбата, Никитского бульвара и Мерзляковского переулка. Для последнего здесь сохранят арочное пространство.

<https://hoteliernews.ru/otel-na-250-nomerov-otkroyut-na-novom-arbate>

## **В Москве началось строительство отеля со СПА-центром**

Гостиничный комплекс начали строить на севере столицы, сообщила председатель Москомстройинвеста Анастасия Пятова.

Инвестор ООО «Солард» подал извещение о начале строительного-монтажных работ на ул. 4-я Магистральная, вл. 4, стр. 11, вл. 4/1 в районе Хорошёвский.

Разрешение на строительство гостиницы застройщику было выдано в июле этого года. В ближайшее время планируется приступить к выполнению подготовительных и основных работ.

Площадь 15-этажного здания составит 18,5 тыс. кв. метров. В новой гостинице предусмотрено 270 номеров. Здесь также появятся СПА-центр, кафе и ресторан, конференц-зал на 330 человек, офисы с переговорными. Подземный паркинг рассчитан на 61 машину.

Прилегающая территория будет благоустроена и озеленена.

<https://hoteliernews.ru/v-moskve-nachalos-stroitelstvo-otelya-so-spa-tsentr>

## **В Московской области классифицировали свыше 700 гостиниц**

Свыше 700 гостиниц, работающих на территории Московской области, получили классификацию с 2016 года, сообщает пресс-служба регионального Комитета по туризму.

«В Подмосковье к категории «пять звезд» относятся 16 гостиниц, «четыре звезды» — 105, «три звезды» — 195, «две звезды» — 49, «одна звезда» — 19, без звезд — 318», — говорится в сообщении.

Пятизвездочные гостиницы расположены в городских округах Химки, Солнечногорск, Жуковский, Балашиха и Истра.

Гостиницы классифицируются по системе, предусматривающей шесть категорий: «пять звезд», «четыре звезды», «три звезды», «две звезды», «одна звезда», «без звезд». Самые большие по площади номера и высокий стандарт сервиса — у пятизвездочных гостиниц. К отелям, не имеющим категорию «звездности», предъявляются минимальные требования.

Процедура классификации гостиниц помогает упорядочить ведение этого вида бизнеса и обеспечить надлежащий уровень сервиса. Согласно постановлению правительства РФ «Об утверждении Положения о классификации гостиниц», с 2019 года эта процедура является обязательной.

Прохождение классификации способствует формированию конкурентной среды среди гостиниц, что служит стимулирующим фактором для развития как внутреннего, так и въездного туризма.

В настоящее время процедура классификации требуется гостиницам с фондом выше 15 номеров, а с 1 января 2022 года она станет обязательной для всех.

В Московской области в настоящее время находится 900 коллективных средств размещения.

<https://hoteliernews.ru/v-moskovskoy-oblasti-klassifitsirovali-svyshe-700-gostinits>

## **Подмосковный Arthurs SPA Hotel присоединился к группе Accor**

Семейный отель Arthurs SPA Hotel, расположенный в 20 км от Москвы, в экологически чистом районе Северного Подмосковья, с октября начнет принимать гостей под новым названием Arthurs SPA Hotel By Mercure. Отель продолжит работать в своем привычном ценовом сегменте, при этом предложив гостям плавный переход на международные стандарты сервиса и качества обслуживания бренда Mercure.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

Отели под флагом «By Mercure» могут использовать свое собственное название наряду с брендом в течение пяти лет, постепенно полностью интегрируясь в бренд Mercure. By Mercure гарантирует гостям те же общепризнанные международные стандарты комфорта, площадь номеров, удобство и качество обслуживания, что и в отелях Mercure. Отели By Mercure также внедряют стандарт ALLSAFE от Ассог — знак аккредитации, свидетельствующий о том, что отель соответствует проверенным стандартам здоровья и безопасности Ассог. «Мы рады приветствовать Arthurs SPA в портфолио российских отелей группы Ассог и укрепить свои позиции в Подмосковье. Отель уже много лет предлагает гостям безукоризненное обслуживание и полный спектр развлечений для всей семьи. Уверен, неоспоримые преимущества отеля вкупе с узнаваемым брендом и растущей популярностью коротких поездок на выходные позволят Arthurs SPA Hotel By Mercure укрепить лидирующие позиции на рынке подмосковных отелей», — отмечает Алексис Деларофф, генеральный директор Ассог по региону Россия, Украина, Грузия и СНГ.

Arthurs SPA Hotel By Mercure, открывшийся в 2006 году, предлагает развитую инфраструктуру для всех категорий путешественников — от семей с детьми до корпоративных клиентов. В распоряжении гостей 231 номер, включая как стандартные номера, так и комнаты категорий «люкс» и «сьют», оборудованные всем необходимым для комфортного отдыха.

Arthurs SPA Hotel By Mercure предлагает гостям широкие возможности для занятий спортом и активным отдыхом. К услугам гостей предоставлены: бассейн, современный тренажёрный зал, теннисный корт, площадки для игры в футбол, баскетбол, волейбол, прокат спортивного инвентаря, комплекс «Русские бани», боулинг, бильярд, караоке, дискотека, детские клубы и анимация для детей и взрослых.

Особенностью отеля является SPA и Wellness комплекс, работающий на современном оборудовании класса «люкс». SPA-центр занимает значительную часть территории отеля и предлагает разнообразие оздоровительных и косметических процедур. Он разделен на две зоны — SPA и Wellness. Зона Wellness располагается на верхнем уровне и предлагает различные варианты досуга для семейного отдыха (бассейн, аквагорка, водные аттракционы, термальный комплекс — арома-травяная сауна, римская, финская и турецкая парные, 4 душа впечатлений, дорожка Кнейпа и ледяной фонтан). Зона SPA — на нижнем уровне, в ней гостям предложены: аюрведическая практика, традиционный тайский массаж, классический массаж, аппаратный массаж LPG, талассотерапия, хаммам, косметология. Кроме того, гости отеля смогут посетить кабинеты специалистов по уходу за лицом и телом, парикмахерскую студию, кабинет маникюра/педикюра и солярий.

Arthurs SPA Hotel by Mercure является обладателем множества наград. Так, в 2015 г. и 2019 г. отель был признан «Лучшим загородным отелем», в 2016 г. и 2020 г. — «Лучшим SPA-отелем», в 2018 г. — «Лучшим Бизнес-отелем года», а в 2017 г. получил Гран-при как «Лучший отель Подмосковья». Отель будет работать с учетом нового стандарта безопасности ALLSAFE, разработанного Ассог в сотрудничестве с Bureau Veritas. ALLSAFE предусматривает повышенные требования санитарной безопасности и охраны здоровья, в том числе протоколы санитарной обработки и дезинфекции номеров, общественных зон, отслеживание состояния здоровья гостей и персонала, обеспечение гостей средствами дезинфекции, новый регламент обслуживания в номерах и работы ресторанов. Стандарты ALLSAFE разработаны для того, чтобы обеспечить гостям безопасный и спокойный отдых без потерь в качестве обслуживания.

<https://hoteliernews.ru/podmoskovnyy-arthurs-spa-hotel-prisoedinilsya-k-gruppe-accor>

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

#### ***Реанимация туризма.***

#### **Загрузка гостиниц в России в первом полугодии выросла на 90%**

В гостиницах России в первом полугодии остановились более 25 млн туристов, это на 90% больше, чем годом ранее, сообщил в понедельник вице-премьер правительства РФ Дмитрий Чернышенко.

«Мы видим позитивную динамику в первом полугодии. По данным регулятора, в отелях за этот период остановилось более 25 млн человек, это на 90% выше значения 2020 года. И всего на 3% отставание от уровня докризисного, 2019 года», — сказал он на совещании с премьер-министром Михаилом Мишустиним.

Как отметил Чернышенко, для развития туризма в стране в мае был запущен новый национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», в котором до 2030 года предусмотрено финансирование в объеме 529 млрд рублей, а с учетом внебюджетных средств – более 2 трлн рублей.

«В рамках нацпроекта мы осуществляем оркестровку других госпрограмм с участием более 17 различных федеральных органов исполнительной власти, и представители отрасли и регионов уже положительно оценивают его результаты в текущем году», — сказал Дмитрий Чернышенко.

<https://hoteliernews.ru/zagruzka-gostinits-v-rossii-v-pervom-polugodii-vyros-la-na-90>

#### **Туристический кешбэк в 2021 году хлопнул дверью – резко и внезапно.**

Турфирмы получили уведомление от Ростуризма около 21.00 (мск) о том, что через четыре часа – с 01.00 10 сентября – туристический кешбэк все, конец, сворачивается.

«Ситуация сложилась идиотская, конечно», - прокомментировал Кирилл Соколов, коммерческий директор туроператора «Невские сезоны».

Четвертое «окно» продаж туров по России с кешбэком дважды продлевалось - сначала до 31 августа, затем – до 14 сентября из-за плохих продаж. И в итоге – раз и захлопнулось.

«Не столько встал вопрос с аннуляциями предварительно сделанных заявок, сколько с волной негатива в отношении резкого завершения программы, - сказала Татьяна Бисерова, директор по внутреннему туризму туроператора «Премьера». – Часть заявок слетит. Хотя, возможно, кто-то из людей решит перебронировать поездки, оставшиеся без кешбэчной компенсации, на какие-то другие».

«Жалко клиентов, которые планировали отпуск с учетом снижения цены и оплаты в последние дни», - заметила Мария Ушакова, генеральный директор петербургского туроператора «Арт-Тур».

«У нас немало туристов хотело оформиться в туры с кэшбэком. Теперь смотрим, много ли будет аннуляций неоплаченных заявок», - сообщила Анна Твердохлебова, генеральный директор туроператора «ПМП- Петербургский Магазин Путешествий».

Программа частичного возврата денег при покупке туров по России стартовала в 2020 году. Премьер-министр РФ Михаил Мишустин подписал распоряжение о выделении 15 млрд. рублей на возврат туристам части средств за

туры по России - соответствующий документ был опубликован на сайте правительства РФ 22 июля 2020 (см. <http://government.ru/news/40076/> )

По итогам первых двух этапов («окон») акции было продано туров на 6,5 млрд. рублей. Оставшиеся средства перенесли на 2021 год. С начала 2021 года россияне купили путешествий по своей стране на 34 млрд. рублей и получили возвратов на 6,7 млрд. рублей – сообщил Ростуризм по закрытии акции.

Интересно, что из приводимых Ростуризмом цифр 15 млрд. рублей никак не складывается. Должны были еще оставаться средства, чтобы, по крайней мере, не так внезапно захлопывать четвёртое «окно». Впрочем, возможно, у ведомства свои схемы сведения «дебета с кредитом» по кэшбеговой программе. И с деньгами действительно оказалось что-то не так.

Четвертое «окно» туристического кешбэка за поездки по России оказалось самым неудачным. «Туристический кешбэк перестал быть стимулирующим фактором из-за своей «размытости» и непонятного формата, - констатировал Михаил Корнышев, генеральный директор туроператора «Ника» из С-Петербурга. - Весенний этап был удачным, потом его решили продлить, но тут начались жесткие ограничения в регионах, подтопления на курортах, одновременно появился кешбэк для детей. Всей этой информации было уже слишком много для туристов. Они просто запутались».

Программа «кешбэкизации» должна быть не растянутой, а четкой акцией - с точными сроками продаж, чтобы мобилизовать людей на приобретение туров, а не создавать у них ощущение «бесконечного кешбэка». «И определенно не стоит предлагать людям в июле покупать тур на декабрь – в нынешних сложных условиях это не работает», – добавил Михаил Корнышев.

Таким образом, проблемы с «четвертым кешбэком» подчеркнули слабые стороны всей программы. Наиболее успешным был третий этап, пришедшийся на летний сезон 2021. Можно точно сказать, что и без кешбэка спрос в это время был бы хорошим. При этом неблагоприятная конъюнктура («открытие» Турции – требование повальной вакцинации от туристов в Краснодарском крае – неопределенность с эпидемиологическими ограничениями властей на перспективу) сильно «хоронила» спрос в конце лета – начале осени. И тут даже кэшбэк не мог бы выступить мощной поддержкой. Т.е. был бы кешбэк или не было бы кешбэка для положения дел на рынке это имело значение бы постольку-поскольку.

Впрочем, туристический кешбэк оказался привлекательным для крупного бизнеса.

«В период действия программы на Курорте Красная Поляна был зафиксирован рост популярности развлекательных сервисов - посещение парка аттракционов и горных бань, хаски-центра, полёты на воздушном шаре, походы с гидами по экотропам, - отметила Ольга Филипенкова, директор по стратегическому развитию Курорта Красная Поляна. - Это вполне может быть связано с тем, что сумму возврата по кешбэку гости потратили на развлечения для всей семьи, т.е. сэкономленные деньги всё равно остались в туристической отрасли».

«Потерь от резкого завершения четвертого кешбэка у нас не много, - рассказала Марина Левченко, генеральный директор туроператора «Тари тур». - Никто особо не покупал туры в глубину на октябрь и далее. Вот окончание третьего кешбэка в июне сразу резко снизило продажи».

Из-за «абортного» завершения четвертого кешбэка не заметили практически никаких потерь и в TravelLine - сообщил Александр Галочкин, генеральный директор компании.

Проблема, между тем, существует более широкая, чем те или иные слабые стороны туристического кешбэка и просчеты с его сроками.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

«Пандемия деформировала рынок внутреннего туризма в России, его ждет серьезный спад сразу после открытия границ, - дал свою оценку Сергей Ромашкин, генеральный директор туроператора «Дельфин». - На разного рода форумах и обсуждениях говорят, что кризис – это время возможностей. Но я разочарован этим кризисом: мы не обнаружили для себя никаких новых возможностей. Есть известное выражение: всё, что нас не убивает, делает сильнее. Думаю, в нашем случае уместнее сказать: всё, что нас не убивает, делает инвалидами. Туристический рынок серьезно деформировался. Это касается и выездного туризма, и въездного, которого сейчас нет, и внутреннего тоже».

Изменения спроса, связанные с коронавирусными ограничениями в регионах, деформировали структуру работы туроператора. Требование тестов и прививок при заселении в отели Краснодарского края очень быстро привело к массовым аннуляциям туров.

«У нас полкомпании работали с туристами, которые были настроены очень негативно, мы испортили отношения со множеством клиентов и не по своей вине. Мы честно пытались делать свою работу, от нас эти ограничения не зависели. Было особенно грустно, когда губернаторы принимали решение вечером в пятницу и ограничения вступали в силу, когда туристы находились уже в дороге и не могли в поезде сдать ПЦР-тест. Огромная волатильность, волны спроса и аннуляций нас сильно измотали. В середине июня, когда Краснодарский край ввел ограничительные меры на июль и август, одновременно случились наводнения в Крыму и Анапе плюс открытие Турции, спрос у нас упал за неделю в три раза», – признался Сергей Ромашкин.

Также сильно деформировался ассортимент туров. До пандемии, в 2018-2019 годах, у «Дельфина» пляжные туры составляли лишь 50% продаж. Остальные приходились на экскурсионные поездки, лечебные туры, медицинский туризм.

«В отдельные месяцы этого года пляжный туризм составлял до 80% всех проданных туров. Туристы хотели либо пляж, либо ничего. Причина понятна – спрос получил мощную подпитку со стороны «зарубежных» туристов, которые готовы были поменять пляжи Коста-Бравы на Имеретинку и Адлер. А люди, которые хотели в Париж, не стали менять его ни на Нижний Новгород, ни даже на Москву или Санкт-Петербург. Париж невозможно заменить. Соответственно, экскурсионный туризм не получил ничего от закрытых границ», – с сожалением констатировал топ-менеджер.

«У нас нет иллюзий по поводу того, что нынешний взрыв спроса вызван внезапным интересом наших туристов к России: это вынужденный перенос поездок. Мы это уже наблюдали в 2016 году: когда на рынке не было Турции, а потом она открылась, от нашего прироста ничего не осталось, спад внутреннего туризма составил около 25%. Соответственно, мы имеем дело не с естественным органическим ростом, а с деформированным», – подытожил Сергей Ромашкин.

И кешбэк структуру спроса не изменит, да и самому спросу штаны не поддержит.

«Планирование работы компании стало очень затруднительным даже на короткие периоды, не говоря уже о том, чтобы развивать проекты на год-два. В компаниях приостановлены разработки турпродуктов, основательно сокращен маркетинг, потому что его возможности стали несопоставимы с колебаниями спроса. Сейчас никакой маркетинг не удержит падение спроса в два-три раза», - добавил туроператор.

«В 2022 году туристический кешбэк не будет работать как антикризисная мера, - заявила недавно глава Ростуризма Зарина Догузова. - Программа кешбэка на

туры по России с 2022 года будет работать только в низкий туристический сезон, в высокий сезон она не нужна».

Таким образом характер программы туристического кешбэка ждет отладка. Но угонятся ли корректировки за положением дел на рынке?

Как бы то ни было, Зарина Догузова говорит о выделении пяти миллиардов рублей на выплаты кешбэков за туры по России в 2022 году. При ставке кешбэка в 20%, речь идет о субсидировании спроса примерно на 25 млрд. рублей.

Более того, глава Ростуризма сообщила о том, что на реализацию данной программы будет выделяться по 5 миллиардов рублей в год до 2024 года (см. <http://www.worldtravelbiz.ru/News/Туристический-кешбэк-проспонсируют-до-следующих-выборов-Президента> ).

Тем временем Президент России Владимир Путин предложил увеличить туристический кешбэк для путешествий по регионам Дальнего Востока с 20% до 40%. Все-таки – что ни говори – а россияне готовы бредить летом не только Черным морем, но и Сибирью, Камчаткой и другими регионами страны (см. <https://hotelier.pro/news/item/rossiyane-gotovy-bredit-letom-ne-tolko-chernym-morem-po-/> ). Ну, и Парижем, конечно, тоже! Кешбэк кешбэком, но вырваться в мир за кордон – заветная мечта многих туристов.

В 2022 году туристический кешбэк, видимо, будет уже более прирученной лошадкой и покатает тех, кто захочет и успеет им воспользоваться. На всех «стимула», конечно, все равно не хватит, но кому-то будет в тему. Главное, чтобы Ростуризм максимально минимизировал энтропию по кешбэку.

<https://hotelier.pro/news/item/etot-svoenravnyy-keshbek/>

### **Интервью с Алексеем Кареловым, Генеральным директором АО «Гостиничная компания»**

В 2021 году «Гостиничная компания» отмечает 12 лет на рынке профессиональных услуг управления отелями и апартаментами. За этот период «Гостиничная компания» активно развивалась, были проведены серьезные преобразования, которые привели к тому, что сегодня это одна из крупнейших российских компаний, управляющих гостиничными объектами.

Мы пришли в гости к Алексею Борисовичу Карелову, Генеральному директору АО «Гостиничная компания», чтобы поговорить с ним о том, чем сейчас живет компания, какие задачи стоят перед командой и каких успехов добилась «Гостиничная компания» в непростое для отелей время. В том числе в интервью мы затронули темы:

- насколько сложно развивать проект с нуля;
- что выгоднее: работать «под брендом» или быть независимым отелем?
- как грамотно выстроить работу с крупнейшими мировыми гостиничными операторами;
- смогут ли выжить независимые отели под давлением брендов?
- на что смотреть инвесторам при постройке новых объектов размещения.

Посмотрите интервью по ссылке:

<https://www.youtube.com/watch?v=Q1NgdTZ8tdg>

#### **4. Юридический практикум и происшествия, связанные с безопасностью гостиниц**

##### **ФСБ России подготовила для отелей изменения в требования к антитеррористической защищенности**

Проект изменений опубликован на портале обсуждения проектов нормативных правовых актов. Как отмечают разработчики документа сегодня при реализации требований к антитеррористической защищенности (АТЗ) объектов, относящихся одновременно к сферам деятельности нескольких федеральных органов исполнительной власти, применяются различные подходы. В этой связи поправки, включенные в проект должны позволить снизить административную и организационную нагрузку на владельцев объектов.

Законопроект предлагает внести изменения в 9 постановлений Правительства Российской Федерации об антитеррористической защищенности. Среди них и Постановление Правительства №447 от 14 апреля 2017 года.

*Ключевые изменения новой редакции.*

Предлагается определить в качестве основного прогнозного показателя - количество людей, которые могут пострадать, поскольку действия террористов в отношении данных объектов (территорий) направлены на создание опасности гибели людей.

Устранена грубая техническая ошибка - вносится поправка в пункт 6 Формы паспорта безопасности гостиниц. Теперь слово «спорта» из действующей редакции исключат.

##### **Текст изменений**

8. В требованиях к антитеррористической защищенности гостиниц и иных средств размещения, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 14 апреля 2017 г. № 447 «Об утверждении требований к антитеррористической защищенности гостиниц и иных средств размещения и формы паспорта безопасности этих объектов» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2017, № 17, ст. 2570):

а) пункт 6 изложить в следующей редакции:

«6. Категорирование гостиниц осуществляется с учетом возможных последствий совершения террористических актов.»;

б) пункт 7 изложить в следующей редакции:

«7. Возможные последствия совершения террористического акта на территории гостиницы определяются на основании прогнозных показателей о количестве людей, которые могут погибнуть или получить вред здоровью.

Прогнозный показатель численности людей, которые могут погибнуть или получить вред здоровью в результате совершения террористического акта на территории гостиницы, принимается равным уровню максимальной единовременной заполняемости гостиницы.»;

в) в пункте 10 подпункт «г» изложить в следующей редакции:

«г) определяет возможные последствия совершения террористического акта;»;

г) пункт 12 изложить в следующей редакции:

«12. Устанавливаются следующие категории опасности гостиниц:

- а) гостиницы первой категории опасности – гостиницы, в результате совершения террористического акта на территории которых прогнозируемое количество пострадавших составит более 1 тыс. человек;
  - б) гостиницы второй категории опасности – гостиницы, в результате совершения террористического акта на территории которых прогнозируемое количество пострадавших составит от 200 до 1 тыс. человек;
  - в) гостиницы третьей категории опасности – гостиницы, в результате совершения террористического акта на территории которых прогнозируемое количество пострадавших составит от 50 до 200 человек;
  - г) гостиницы четвертой категории опасности – гостиницы, в результате совершения террористического акта на территории которых прогнозируемое количество пострадавших составит менее 50 человек.»;
  - д) пункт 13 признать утратившим силу;
  - е) пункт 40 после слов «территориального органа безопасности» дополнить словами «(или уполномоченным им лицом)».
9. В форме паспорта безопасности гостиниц или иных средств размещения, утвержденной указанным постановлением:
- а) после слов «руководитель территориального органа безопасности» дополнить словами «или уполномоченное им лицо»;
  - б) в пункте 6 слово «спорта» исключить;

Проект Постановления доступен на сайте: <https://regulation.gov.ru/>

Вместе с тем, эксперты Ассоциации «Безопасность туризма» отмечают, что данный проект учитывает далеко не все предложения отраслевого сообщества. Ассоциация неоднократно направляла консолидированные предложения, в том числе в Аппарат Правительства Российской Федерации для устранения ряда недостатков, которые, с одной стороны, становятся обременением для гостиничного бизнеса, а с другой - не решают задач по антитеррористической защищенности объектов. Однако, учтена лишь часть предложений.

*Справочно: ключевые вопросы, которые требуют корректировки, уточнения и гармонизации в сфере антитеррористической защищенности гостиниц и иных средств размещения.*

- Согласно Требованиям к АТЗ (п.18 д), все гостиницы, независимо от звёздности, вместимости и номерного фонда должны быть оборудованы средствами тревожной сигнализации (кнопкой экстренного вызова наряда полиции). В нормативных правовых актах понятие такой «кнопки» отсутствует. На практике данная формулировка толкуется преимущественно в пользу того, чтобы гостиницы и иные средства размещения в обязательном порядке на основе возмездного договора были подключены к пульту централизованной охраны ФГУП «Охрана» Росгвардии или подразделений вневедомственной охраны. По инициативе Росгвардии и органов прокуратуры в ряде регионов состоялись судебные прецеденты не в пользу владельцев гостиниц.

По мнению экспертов Ассоциации, во многих случаях такое требование представляется недостаточно корректным, малообоснованным, избыточным и весьма затратным (стоимость подключения колеблется от 15-25 тысяч рублей плюс ежемесячное абонентское обслуживание, меняющееся от региона к региону).

В настоящее время Ростуризм, со своей стороны, возобновил работу по подготовке поправок в Постановление Правительства №447, где будут рассматриваться и подготовленные ранее Росгвардией предложения (по внесению изменений в пункт 18 д) Требований.

- Пунктом 18 з Требований к АТЗ предусмотрено оснащение гостиниц системой пожарной безопасности.

Вместе с тем, данное понятие законодательством не регламентировано, вопросы пожарной безопасности не являются предметом регулирования, рассматриваемого нормативного правового акта и не входят в систему мер, регламентируемых ФЗ-35 «О противодействии терроризму».

- Требования к АТЗ не приведены в соответствии с постановлением Правительства России от 15 мая 2019 года №594 и «Правилами разработки требований к антитеррористической защищенности объектов (территорий) и паспорта безопасности объектов (территорий)», утвержденных постановлением Правительства России от 25 декабря 2013 года №1244 (пункт 4 е) в части обязательности выявления и предотвращения несанкционированного проноса (проезда) и применения токсичных химикатов, отравляющих веществ и патогенных биологических агентов. Это положение в Требованиях к АТЗ отсутствует, хотя угрозы и потребность в этом подтвердились пандемией Covid-19!

*Уважаемые отельеры!*

После опубликования рассматриваемого проекта постановления, очередная задача - проанализировать подготовленные изменения и оперативно подготовить поправки уже в данный проект. Поправки принимаются разработчиками до 08.10.21 г.!

В этой связи, с целью подготовки консолидированной позиции и предложений 5 октября 2021 года на 11-00 в формате ZOOM Ассоциацией «Безопасность туризма» запланировано рабочее совещание.

К обсуждению и участию в совещании приглашаются, как члены Ассоциации, Комитета по безопасности гостиниц, санаториев и иных средств размещения Ассоциации, так и представители гостиничного бизнеса, которые подготовят по установленной форме конкретные предложения по внесению изменений и дополнений (с возможным комментарием своих предложений по ZOOM). Форму для предложений можно скачать по ссылке:

Предложения принимаются до 15.00 04.10.21 г. на почту: [apparat@tourismsafety.ru](mailto:apparat@tourismsafety.ru)

[https://www.tourismsafety.ru/news\\_one\\_5771.html](https://www.tourismsafety.ru/news_one_5771.html)

### **Форум «Безопасность индустрии гостеприимства» состоялся!**

Форум состоялся уже в четвертый раз. Это единственное в России профессиональное мероприятие, на котором представители органов власти, профессионального сообщества и бизнеса обсудили ключевые вопросы обеспечения безопасности объектов индустрии гостеприимства.

Мероприятие поддержали: Ростуризм, комиссия Государственного Совета Российской Федерации по направлению «Туризм, физическая культура и спорт», Правительственная комиссия по развитию туризма в РФ, АО «Корпорация Туризм.РФ».

На мероприятие зарегистрировалось свыше 500 представителей отрасли, как в очной форме, так и онлайн.

В этот день для участников гостеприимно распахнул свои двери Дом Правительства Москвы, в их числе: вице-губернаторы, руководители и заместители руководителей органов управления туризмом субъектов РФ, крупнейшие владельцы гостиничных активов, сетевые операторы, девелоперы, банки, санаторно-курортные

организации, страховщики, эксперты в сфере безопасности, аккредитованные организации и др.

Модератором Форума выступил Сергей Груздь, член Правительственной комиссии по развитию туризма в Российской Федерации, член комиссии Государственного Совета РФ по направлению «Туризм, физическая культура и спорт», председатель Правления Ассоциации «Безопасность туризма».

Стратегическим партнером Форума выступила Федеральная технологическая компания.

Партнерами деловой программы: ООО "Панасоник Рус" и ГК "Пожтехника".  
Специальными партнерами: ООО «Зелинский групп» и ООО «ВЛИБОР Системс».

Своих представителей также направили заинтересованные федеральные органы исполнительной власти, в том числе: МЧС России, МВД России, Росгвардии, Минстроя России, Роскомнадзора, Минприроды России, ФАУ Главгосэкспертизы и др.

Прибывающие на площадку проведения получали комплект раздаточных материалов, среди которых участникам предлагалась программа мероприятия в виде своеобразного Гида Форума. Данный подход организаторов мероприятия к информированию участников, уже традиционно вызвал высокий интерес у делегатов, которые внимательно знакомились со спикерами и темами их выступлений, а также изучали разработки и инновации от компаний - лидеров отрасли обеспечения безопасности гостиничной инфраструктуры.

*Мероприятие состояло из трех ключевых частей:*

Пленарное заседание высокого уровня. Государственное регулирование отрасли, реализация нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства», льготное кредитование строительства и реконструкции туристской инфраструктуры, инвестиции на эти цели и другие вопросы в сфере гостиничного бизнеса и его безопасности.

Ключевыми выступлениями в этой части были доклады заместителя генерального директора по экономике и инвестициям АО «Корпорация Туризм.РФ», ответственного секретаря Подкомиссии по вопросам предоставления субсидий из федерального бюджета в сфере туризма М.Н. Кулабухова и Мейтеса Е.Е., руководителя Проектного офиса по туризму Аналитического центра при Правительстве Российской Федерации.

В рамках следующей части мероприятия - Семинара – практикума, выступили представители органов управления туризмом субъектов Российской Федерации, в том числе Реут Кирилл Владимирович, министр туризма и оздоровительных курортов Ставропольского края, а также руководители служб безопасности гостиничных сетей, отелей, курортов, руководители и специалисты в сфере охраны и безопасности.

Среди них Сончик А.В., член правления, вице-президент по безопасности Cosmos Hotel Group, Кузнецов Ю.Ю., директор по безопасности НАО «Красная Поляна» и др.

Были представлены передовые практики обеспечения безопасности (в том числе пожарной), антитеррористической защищенности гостиниц и иных средств размещения, территорий, их защиты от внешних и внутренних негативных факторов. Профессиональный комментарий участникам по вопросам пожарной безопасности, новых требований в сфере надзорной деятельности участникам дал Бобров А.Б., заместитель начальника Управления надзорной деятельности и профилактической работы ГУ МЧС России по г. Москве.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

В рамках специальной сессии «Миграционный и регистрационный учет, хранение и защита персональных данных» были рассмотрены отраслевые проблемные вопросы, нововведения, перспективы внедрения апробированных механизмов данного вида учета для минимизации издержек отельеров, а также рассмотрен практический опыт владельце гостиничного бизнеса. В этой части Форума в активный диалог с участниками вступили представители ГУВМ МВД России и ГУВМ МВД России по Московской области.

Отельеры задавали множество волнующих их вопросов, касающихся перспектив использования ЕПГУ, порядка действий при предоставлении гостями просроченных миграционных карт, возможности попасть в пилотный проект по совершенствованию миграционного и регистрационного учета в своем регионе и многое другое. Ключевым экспертом по этим вопросам выступил Илинич М.М., заместитель начальника отдела управления разрешительно-визовой работы Главного управления по вопросам миграции МВД России.

Практическую значимость Форума обеспечила расширенная экспозиция новейших технологий, решений и систем охраны, противокриминальной, антитеррористической защищенности и пожарной безопасности туристской инфраструктуры, в том числе гостиниц и иных средств размещения. Присутствующие могли также стать участником практического тренинга «Остаться в живых».

Свои разработки в рамках экспозиции представили: Федеральная технологическая компания, ООО «Зелинский групп», АО «СНТ», ООО «НЕКСТ», KeyGuard.

Видеотрансляция мероприятия осуществлялась на все 85 субъектов Российской Федерации. Форум смотрели свыше 250 участников.

По итогам Форума будут сформированы предложения для рассмотрения в рамках работы Правительственной Комиссии по развитию туризма в Российской Федерации (Д.Н. Чернышенко) и комиссии Государственного Совета Российской Федерации по направлению «Туризм, физическая культура и спорт» (О.Н. Кожемяко).

Подробные обзоры каждой из частей Международного Форума «Безопасность индустрии гостеприимства» будут размещаться на сайте Ассоциации «Безопасность туризма», как в новостной ленте, так и в специальном разделе портала.

Для тех, кто не смог принять участие есть возможность получить материалы на особых условиях. Заявку можно оставить по ссылке [https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScjRhVGJoa8coEvv4loIA499IBB2kbTyIP\\_oAcXdaGYGVK6UA/viewform](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScjRhVGJoa8coEvv4loIA499IBB2kbTyIP_oAcXdaGYGVK6UA/viewform)

### **Порядок организации передачи тревожных сообщений в органы полиции из мест размещения должен быть изменен, а нагрузка на владельцев гостиниц снижена**

В ФСБ России направлены дополнительные предложения с целью внесения изменений в требования к антитеррористической защищенности гостиниц и иных средств размещения

Порядок организации передачи тревожных сообщений в органы полиции из мест размещения должен быть изменен, а нагрузка на владельцев гостиниц снижена

ФСБ России подготовлен проект постановления Правительства РФ, который, как утверждают разработчики, был подготовлен с целью установления единых подходов при реализации требований к антитеррористической защищенности объектов (территорий). В большей степени нововведения касаются внедрения единого прогнозного показателя для категорирования объектов (территорий) -

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

количество людей, которые могут пострадать. Показатель же возможного экономического ущерба предлагается исключить. Законопроект предлагает внести изменения и в Постановление Правительства №447 от 14 апреля 2017 года.

Вместе с тем, эксперты Ассоциации «Безопасность туризма» отмечают, что данный проект учитывает далеко не все предложения, ранее направляемые как разработчикам, так и госрегулятору отрасли.

Так, одно из предложений касается обеспечения строгого соблюдения законодательства о защите конкуренции и выполнения требований ст. 421 Гражданского кодекса РФ, в части исключения понуждения владельцев гостиничной инфраструктуры к заключению договора с подразделениями войск национальной гвардии Российской Федерации и подразделениями вневедомственной охраны войск национальной гвардии Российской Федерации на оказание услуг по установке кнопки экстренного вызова наряда полиции.

Во многих случаях такое требование представляется недостаточно корректным, малообоснованным, избыточным и весьма затратным (стоимость подключения колеблется от 15-25 тысяч рублей плюс ежемесячное абонентское обслуживание, меняющееся от региона к региону).

С этой целью предлагается иная формулировка для включения в Постановление Правительства 447, которая звучит так:

«Гостиницы и иные средства размещения независимо от установленной категории опасности оборудуются системами передачи тревожных сообщений в органы полиции или в систему обеспечения вызова экстренных оперативных служб по единому номеру "112"»

*Что это означает для владельцев гостиничного бизнеса?*

Формулировка полностью соответствует законодательству о защите конкуренции и существенно поспособствует сокращению издержек отельеров, дав им возможность заключать договоры с любым юридическим лицом.

Однако, учитывая, что данную формулировку целесообразно вводить совместно с внесением изменений, в части касающейся некатегорируемых объектов (подробнее >) предлагается дополнительно внести предложение, что в некатегорируемых гостиницах и иных средствах размещения решение об оборудовании передачи тревожных сообщений в органы полиции или в систему обеспечения вызова экстренных оперативных служб по единому номеру "112" должен будет принимать ответственное лицо в зависимости от степени потенциальной опасности и угрозы совершения террористических актов на объекте (территории).

Предложение направлено в ФСБ России для учета при доработке проекта Постановления Правительства Российской Федерации «О внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации в сфере обеспечения антитеррористической защищенности объектов (территорий)» в части установления единых подходов при реализации требований к антитеррористической защищенности объектов (территорий) и их оптимизации.

[https://www.tourismsafety.ru/news\\_one\\_5786.html](https://www.tourismsafety.ru/news_one_5786.html)

### **Ассоциация «Безопасность туризма» предлагает снизить нагрузку на владельцев объектов туристкой инфраструктуры**

ФСБ России подготовлен проект постановления Правительства РФ, который, как утверждают разработчики, был разработан с целью установления единых подходов при реализации требований к антитеррористической защищенности объектов (территорий). В большей степени нововведения касаются внедрения

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

единого прогнозного показателя для категорирования объектов (территорий) - количество людей, которые могут пострадать при теракте. Показатель же возможного экономического ущерба предлагается исключить.

Вместе с тем, эксперты Ассоциации «Безопасность туризма» отмечают, что данный проект учитывает далеко не всё. Отрасль по – прежнему остро нуждается в изменениях, направленных на корректировку требований, которые, с одной стороны, становятся обременением для бизнеса, а с другой - не решают задач по антитеррористической защищенности объектов.

Всецело поддерживая идею единого подхода в сфере антитеррористической защищенности объектов (территорий) Ассоциацией «Безопасность туризма» подготовлены предложения, реализация которых будет способствовать как внедрению единых подходов, унификации и оптимизации требований, так и снижению нагрузки на владельцев объектов туристкой инфраструктуры.

Так, одно из предложений касается оптимизации нагрузки на владельцев объектов (территорий) туристкой инфраструктуры, через введение практики некатегорируемых объектов (территорий), на которых при определенных условиях может одновременно находиться менее пятидесяти человек. И это не новация - данная практика давно используется на объектах транспортной инфраструктуры.

#### *Что это означает для владельцев туристской инфраструктуры?*

То, что будут исключены издержки на выполнение обязательных требований в сфере антитеррористической защищенности объектов (территорий) для владельцев объектов (территорий), на которых при определенных условиях может одновременно находиться менее пятидесяти человек.

Перечень таких объектов в нашей стране внушителен, но вероятность совершения терактов на них весьма незначительна. Затраты на установку оборудования и технических средств защиты несоизмеримы с доходами этих организаций. Эксперты полагают, что такой подход снизит нагрузку не только на владельцев объектов (территорий), но и на контрольно-надзорные органы.

При определении таких объектов предлагается руководствоваться п.6 ст.3 Федерального закона от 06.03.2006 № 35-ФЗ "О противодействии терроризму", которым установлено, что объекты (территории), на которых при определенных условиях может одновременно находиться менее пятидесяти человек не относятся к месту массового пребывания людей!

Предложения направлены для учета при доработке проекта Постановления Правительства Российской Федерации «О внесении изменений в некоторые акты Правительства Российской Федерации в сфере обеспечения антитеррористической защищенности объектов (территорий)» в части установления единых подходов при реализации требований к антитеррористической защищенности объектов (территорий) и их оптимизации.

[https://www.tourismsafety.ru/news\\_one\\_5785.html](https://www.tourismsafety.ru/news_one_5785.html)

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

### **Скорость и гибкость становятся новой валютой бизнеса**

Как отелю заработать в эпоху Covid-19? Это центральный вопрос на повестке любой гостиницы. Многие едва ли могут вспомнить те времена, когда стратегии по управлению доходами формировались с учетом заполняемости номерного фонда менее 50%. Эксперты считают, что вызванная пандемией «встряска» может стать для гостиниц глотком свежего воздуха, а именно подтолкнет их пересмотреть позиционирование, продуктовую стратегию и подход к дистрибуции.

Прогрессивный взгляд на бизнес и умение действовать гибко – это те качества, которые будут способствовать более быстрому восстановлению индустрии гостеприимства. Что на самом деле означает «быть гибким» применительно к отелю и сегодняшнему дню?

По сути, нужно быть готовым экспериментировать и начать мыслить, как новый отель перед открытием. В первую очередь, речь идет о культуре быстрого обучения с опорой на метод проб и ошибок, которая побуждает команду находить и испытывать новые возможности. Этот подход базируется на внутреннем настрое сотрудников, готовых проявлять инициативу и брать на себя ответственность, а также применении технологий и инструментов для оптимизации доходов.

Используя современную концепцию гибкого управления (agile), игроки сферы гостеприимства смогут легче вписаться в новые рыночные реалии: простые, устойчивые и низкозатратные модели дистрибуции, продаж и внутреннего управления позволят быстрее реагировать на происходящие события и добиваться прибыли.

#### *Используйте новые метрики эффективности*

В условиях высокой неопределенности интуиция может завести в тупик, поэтому любые решения важно принимать на основе данных. Для того, чтобы измерять успех новых гипотез и действий, следует установить постоянно отслеживаемые KPI и расширенные метрики оценки финансовой эффективности.

В первую очередь, вместо показателя RevPAR (доход на номер) стоит ориентироваться на Net RevPAR (чистая прибыль на номер) и GOPPAR (валовая операционная прибыль на номер), которые позволяют учесть все сопутствующие расходы, в том числе стоимость привлечения одного клиента и затраты на маркетинг.

Благодаря этому менеджмент и команда смогут видеть перед собой более четкие цели и располагать надежными данными для оценки успешности проделанной работы и принятия дальнейших решений.

#### *Придайте импульс прямому каналу*

Не секрет, что прямые бронирования во многих случаях наиболее прибыльны для гостиницы. Тем не менее увеличение доли прямых продаж – сложная задача даже для крупных брендов. Она требует усилий и ресурсов, которых у многих отелей бывает недостаточно.

Работая в этом направлении, стоит прежде всего опираться на анализ совокупной стоимости прямого бронирования, включая расходы на поддержку вебсайта, программы лояльности, маркетинговые кампании и колл-центр. Понимание реальной стоимости прямого канала позволит грамотнее подойти к разработке новой стратегии дистрибуции и планированию бюджета.

Упростить и повысить эффективность работы отеля в онлайне призваны технологии. Преимущество дают платформенные решения, которые позволяют

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

интегрировать рабочие процессы и наращивать возможности с помощью подключаемых модулей. Они помогают гостинице оптимизировать вебсайт, повысить уровень персонализации предложений, выстроить бесшовный процесс бронирования на любом типе устройства, автоматизировать работу колл-центра и клиентской службы. Подобный портфель высокотехнологичных инструментов доступен у Sabre в рамках ее платформы для гостиничного бизнеса SynXis Platform.

### *Развивайте присутствие в GDS*

Технологии позволяют отелю эффективно управлять продажами во всех каналах, включая глобальные дистрибутивные системы (GDS) и онлайн-агентства (OTA), и иметь обновляемую в реальном времени информацию о совершенных бронированиях и профилях гостей.

Присутствие в GDS позволяет значительно расширить охват отеля за пределами домашнего рынка и привлечь более высокодоходных гостей, включая деловых путешественников. Кроме того, в GDS меньше мошеннических бронирований и ниже процент отмен по сравнению с B2C-платформами.

Инструменты мерчандайзинга, предлагаемые поставщиками GDS, позволяют донести необходимую информацию агентам при поиске предложений и представить их в выгодном свете в момент принятия решения.

Для того чтобы не прямой канал работал эффективно, эту информацию важно своевременно обновлять. К примеру, еще в начале пандемии в Sabre появился индикатор Safe Stay, который подтверждает применение гостиницей повышенных санитарных норм. Эта информация дает путешественникам дополнительную уверенность в безопасности отеля, что в результате положительно отражается на объеме бронирований.

### *Кто, где, когда – и почему?*

Отели прекрасно понимают, кто, где и когда бронирует их предложения. Тем не менее, чтобы по-настоящему оптимизировать продажи, нужно понимать почему люди выбирают те или иные продукты и предпочитают тот или иной канал.

Ответ на вопрос «Почему?» дает представление о моделях поведения гостей, точках принятия решения о бронировании и показателях конверсии. Это поможет грамотно сегментировать потребителей и расставить приоритеты по каналам продаж, которые приводят гостей с более высоким чеком.

Скорость и гибкость становятся новой валютой бизнеса. В условиях высокой неопределенности именно они позволяют быть более адаптивными, креативными и жизнеспособными. Это говорит о том, что те отели, которые по-новому подойдут к управлению дистрибуцией и станут более подвижными в принятии решений, имеют все шансы заработать при восстановлении рынка.

<https://hotelier.pro/news/item/gibkost-novaya-valyuta-gostinichnogo-biznesa/>

### **Управление доходом как основа успеха отеля.**

Что включает сегодня ревеню менеджмент в отеле?

- стратегия дистрибуции;
- размещение групп;
- соотношение сегментов.

Сегодня нет единой системы, которая бы предложила решение этих вопросов, и отелям приходится расставлять приоритеты.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

Основной принцип управления доходом звучит так: продать оптимальный номер по оптимальной цене оптимальному гостю. Это значит, что для получения максимальной прибыли необходимо определить ту максимальную цену, по которой гость может себе позволить забронировать данный отель в настоящий момент времени.

Система управления доходом — комплексная величина, и рассматривать только один аспект, ценообразование, недальновидно.

В курсе по управлению доходом университета Cornell, revenue management поэтично сравнили с проблемой выбора парковочного места. Представьте, что вы едете в торговый центр и, проезжая мимо парковки, видите свободное место. Проблема в том, что эта парковка довольно далеко расположена от вашего места назначения и возвращаться с покупками будет неудобным.

Вам нужно принять решение, оставлять ли машину прямо здесь, или проехать чуть дальше. Остановившись здесь, вы гарантированно получаете место на парковке, однако будете испытывать некоторые трудности после шопинга. Проехав ближе к центру, вы рискуете не найти там свободного места. Однако, если вы его найдёте, ваше положение будет гораздо более выигрышным.

Управление доходом в отеле — это всегда поиск решения, которое принесет максимальную выгоду.

Ксения Безбородова

Эксперт по управлению доходом

Ревенью менеджер должен постоянно принимать решения.

Брать ли гарантированную группу на лето сейчас или оставить номера для более дорогих прямых бронирований?

А точно ли будет спрос позже?

Не получится ли так, что мы откажем группе, но не сумеем продать номера позже?

Точно сказать не может никто. Но специалисты по управлению доходом могут, по крайней мере, предположить вероятность того или иного исхода, умея собирать и анализировать данные.

Есть ли что-то хуже, чем забронировать туристическую группу по низким тарифам на период Экономического форума в Петербурге, когда спрос таков, что гости бронируют номера по ценам в два, а иногда в три раза выше обычных?

Хуже может быть только отказать этой же группе в размещении в ноябре, когда загрузка значительно падает и отель может остаться без гостей вообще. Понимание сезонности, умение прогнозировать спрос и оценивать возможное поведение клиентов — основные качества хорошего менеджера по управлению доходом.

### *Управление отелем*

Важно понимать, что управление доходом очень гибкая система, меняющаяся со временем.

Каждый кризис, который приходит в гостиничную сферу, отражается и на подходе отельеров к задаче оптимизации дохода. Меняются сегменты и поведение гостей, корпоративные гости уходят в онлайн системы бронирования, снижается окно бронирования, гости предпочитают бронировать все больше за пару дней до заезда. Следуя за этими изменениями, меняется и стратегия ценообразования. Уходят в прошлое фиксированные тарифы для туроператоров, растут бронирования

по открытым тарифам, отели переходят на динамическое ценообразование – все эти особенности обязательно должны учитываться отельерами.

Последнее время отели начинают больше фокусироваться на точке безубыточности, чем на максимальном увеличении дохода. Стало больше внимания уделяться не только доходной, но и расходной части, что заметно оздоровило отрасль. Отели постепенно приходят к пониманию, что департаменты, так или иначе задействованные в получении дохода, должны работать сообща и объединить усилия для получения максимальной прибыли.

Какой основной показатель для управления доходом?

Основным показателем для управления доходом является **RevPar** или **Revenue per Available room**.

*RevPar — стоимость за каждый свободный номер.*

*Рассчитывается этот показатель с помощью формулы:*

*Доход на номерной фонд за период / Общее количество номеров в отеле за период*

То есть, если нам необходимо найти RevPar отеля в 30 номеров на сегодня, необходимо доход от продажи номеров за сегодня разделить на общее количество номеров (30). Так мы найдем доход на каждый номер в отеле. Если необходимо посчитать RevPar за март, нам нужно будет мартовский доход разделить на 930 номеров (31 день в марте умножаем на 30 номеров в отеле).

Из формулы ясно, что увеличить RevPar мы можем только увеличивая доход номерного фонда, ведь количество номеров в отеле мы уменьшить не можем.

В свою очередь, доход номерного фонда формируется из количества проданных номеров, помноженного на средний тариф продажи (ADR).

**ADR** — средняя цена за номер за вычетом скидок, налогов и стоимости питания и услуг.

То есть, для увеличения дохода номерного фонда мы можем либо увеличить количество проданных номеров (другими словами, загрузку), либо продавать те же номера, но дороже, наращивая средний тариф. Или делать и то, и другое, продавать больше и дороже.

Исходя из этих данных, отельер и формирует свою стратегию продаж. Одни отели сознательно работают на увеличение загрузки за счет работы с оптовыми покупателями (например, группами или туроператорами с большими объемами), проседая зачастую в цене. Другие сознательно отказываются от работы «на загрузку», выбирая каналы продаж с высокими тарифами, например, онлайн системы, такие как Booking.com, Expedia Group, Островок и другими, или прямые бронирования.

В реальном мире отелям приходится миксовать стратегии в зависимости от сезона.

Например, в Петербурге с его выраженной сезонностью многие отели выбирают стратегию наращивания среднего тарифа в сезон Белых ночей, когда спрос на гостиницы велик, и стратегию работы на загрузку в несезон. Когда спрос невысок, многие применяют довольно агрессивную политику промо акций, привлекая гостей скидками и специальными предложениями.

Пока **RevPar** продолжает оставаться единственным значимым показателем в гостиничной среде, хотя по сути, отражает только доходы номерного фонда. Тем не менее, некоторые специалисты начинают смотреть на процесс несколько шире. Одни эксперты предлагают опираться на Net RevPar.

**Net RevPar** — доход на каждый номер за минусом комиссий и расходов.

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

Если рассматривать результаты отеля с этой точки зрения, можно определить, какие каналы для отеля наиболее значимы и прибыльны. Иногда для отеля выгоднее принять бронирование с низким тарифом из прямых каналов, чем резервацию по высокой цене, подлежащей комиссионному вознаграждению.

Однако, Net RevPar еще фокусируется только на продажах номерного фонда, но не учитывает остальные департаменты, способных также генерировать доход: рестораны, конференц-залы, СПА. Концепция общего управления доходом предполагает широкий взгляд на проблему, и учитывает доходы всех департаментов отеля. Значимым показателем может считаться GopPar.

**GopPar** — валовый доход на каждый номер в отеле за минусом расходов, которые привели к продаже номера.

В этом показателе учитываются не только затраты на тот или иной канал бронирования, но также выручка отеля, в том числе доходы ресторана, и других департаментов.

Может случиться так, что бронирования из «дешевых» каналов, например, из онлайн ресурсов с комиссиями, в результате окажутся выгоднее отелю, чем «дорогие» индивидуальные бронирования. Гости из онлайн могут проживать в отеле дольше, следовательно, тратить в ресторане отеля гораздо больше. Затраты же на уборку занятого на неделю одним гостем номера будут меньше, чем на постоянную подготовку к заезду номеров после одно-двухдневных ночевки «дорогих» гостей с сайта.

В случае, если отель при расчетах опирается на GopPar, он получает полную картину происходящего и может верно распределить сегменты. Поэтому я рекомендую при оценке каналов спроса обязательно использовать два показателя – не только привычный всем RevPar, но и GopPar, который покажет вам наиболее перспективный канал продаж с точки зрения увеличения прибыли всего отеля.

Материал от Ксении Безбородовой

[https://bnovo.ru/blog/revenue-management-as-the-basis-of-the-commercial-success-of-the-hotel/?utm\\_source=email\\_rassilka&utm\\_campaign=article&utm\\_source=sendpulse&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=nedovolni-gost-cto-delat-kak-](https://bnovo.ru/blog/revenue-management-as-the-basis-of-the-commercial-success-of-the-hotel/?utm_source=email_rassilka&utm_campaign=article&utm_source=sendpulse&utm_medium=email&utm_campaign=nedovolni-gost-cto-delat-kak-)

## **Как работать с недовольством гостя в отеле?**

Своевременно и грамотно исправленная ситуация не только порадует гостя, но и сделает его более лояльным к компании.

Гость будет уверен – чтобы не произошло, здесь решат проблему быстро и комфортно.

Проведя огромное количество аудитов в санаториях и отелях, с которыми я сотрудничаю в части стандартизации сервисных и бизнес-процессов, с уверенностью могу сказать, что одной из причин недовольства уровнем сервиса является отсутствие у персонала четкого алгоритма решения проблем гостя во время обслуживания.

### *1. Кто должен разбираться с жалобами гостей в средстве размещения?*

При ограниченном количестве штатных единиц в компании можно обойтись без специального отдела по работе с жалобами или выделения отдельного менеджера. Необходимо обучить всех сотрудников, работающих в постоянном взаимодействии с гостями основам конфликтологии и психологии обслуживания и предоставить полномочия для решения проблем возникающих у гостей.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

В свою очередь любые другие сотрудники, не контактирующие с гостями на постоянной основе, должны быть подготовлены в базовом формате и вместо того, чтобы в сложной ситуации сказать: «Это не ко мне, я не знаю», ответить гостю: «Мне жаль, что у вас возникла данная проблема», — и затем немедленно проводить гостя к тому сотруднику, кто может эту проблему решить.

Хорошим вариантом идеального обслуживания клиентов будет, к примеру, разработанное «Меню комплиментов» \*, согласно которому каждый сотрудник имеет право потратить на решение проблем одного гостя до двух бонусных подарков. Это позволит сотруднику действовать оперативно и уверенно.

### *Как работать с недовольством гостя в отеле*

\* В «меню комплиментов» закреплён перечень распространенных жалоб и проблем, которые могут возникнуть у гостей, а также перечень компенсаций и бонусов, которые могут быть предоставлены гостю при решении возникшей проблемы.

Чтобы гости были полностью довольны, ваши сотрудники должны иметь возможность реагировать оперативно и эффективно на их жалобы, не дожидаясь отмашки от вышестоящего руководства. С одной стороны, это возможность предоставления высокого уровня сервиса для гостей, с другой стороны, предоставленная свобода действий даст возможность повысить ответственность сотрудников.

### *2. Как работать с отзывами в сети?*

Нередко бывает так, что гость не жалуется на качество обслуживания во время проживания, но после выезда из санатория/отеля мы получаем не всегда высокие оценки и не лестные отзывы в интернете.

На этот случай должен быть разработан и утвержден «Стандарт работы с отзывами гостей», его основная цель — установить единые стандарты сервиса при публикации ответов на отзывы гостей на электронных ресурсах.

#### *Описание стандарта:*

Ответы на отзывы, публикуемые от лица руководства Санатория/Отеля, находятся в открытом доступе, носят репутационный характер и выступают инструментом продвижения услуг Санатория/Отеля. Стиль написания ответов должен соответствовать действующей в Санатории/Отеле политике обслуживания Гостей.

#### *Стандарт:*

При составлении ответа необходимо помнить, что его увидит не только автор отзыва, но и потенциальные гости. Ответы должны быть позитивными и конструктивными. Недопустимо использование стандартных фраз и одинаковых ответов. Недопустима публикация переписки с Гостями, разглашение конфиденциальной информации и персональных данных

#### *Подготовка ответа на положительный отзыв:*

- Начать письмо с обращения к автору отзыва. Пример: «Уважаемый Сергей Иванович», «Дорогой Гость».
- Поблагодарить автора отзыва за то, что он нашел время поделиться своими впечатлениями.
- Акцентировать внимание на важности данного отзыва для сотрудников и руководства Санатория/Отеля.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

- Прочитать небольшой отрывок из отзыва, содержащий положительные комментарии. Это придаст письму персонифицированности, а также послужит привлечению внимания потенциальных клиентов к положительным сторонам работы Санатория/Отеля.
- Местоимения «Вы», «Вас», «Ваш» и пр. необходимо писать с большой буквы.
- При возможности рассказать о дополнительных услугах и актуальных предложениях.
- Выразить надежду на скорый приезд Гостя.
- Завершить отзыв одной из фраз: «С наилучшими пожеланиями», «Всего наилучшего», «С уважением», «Хорошего дня!».
- Подпись должна содержать фамилию и имя сотрудника, должность, контактные данные сотрудника, название Санатория/Отеля.

#### *Подготовка ответа на негативный отзыв:*

- Начать письмо с обращения к автору отзыва. Пример: «Уважаемый Олег Иванович», «Дорогой Гость».
- Поблагодарить автора отзыва за то, что он нашел время поделиться своими впечатлениями.
- Поблагодарить за критику.
- Пособчувствовать о произошедшей ситуации.
- Признать факты, извиниться или вежливо защищать свой Санаторий/Отель, сервис, сотрудников – в зависимости от обоснованности жалобы.
- Если отзыв содержит конкретную жалобу, рассказать о том, что было сделано для решения проблемы.
- Сообщить о важности замечаний автора отзыва для сотрудников и руководства.
- Высказать о готовности исправить сложившееся впечатление и пригласить приехать к нам снова.
- Завершить отзыв одной из фраз: «С наилучшими пожеланиями», «Всего наилучшего», «С уважением», «Хорошего дня!».
- Подпись должна содержать фамилию и имя сотрудника, должность, контактные данные сотрудника, название Санатория/Отеля.

#### *3. Кому доверить обучение персонала?*

Обучение лучше поручить директору по сервису или профессиональному консультанту, специализирующемуся на клиентском сервисе.

#### *4. Сроки реализации обучения персонала.*

1-2 недели на проведение обучения сотрудников основам конфликтологии и психологии обслуживания,

1 неделя на разработку и внедрение «Меню комплиментов»,

1-2 дня на доработку стандарта,

1 месяц на внедрение системы работы с обратной связью гостей и внесение позитивных изменений

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

Обучив персонал, вы усовершенствуете бизнес-процесс работы с обратной связью, увеличите лояльность и возвратность гостей, а вместе с этим и финансовый результат, доработаете стандарты оказания услуг и повысите уровень удовлетворенности, оказывая всем клиентам сервис одинаково высокого качества.

Материал от Юлии Ивановой, бизнес-тренера, специалиста-практика по клиентскому сервису

[https://bnovo.ru/blog/how-to-deal-with-the-guests-dissatisfaction-in-the-hotel/?utm\\_source=email\\_rassilka&utm\\_campaign=article&utm\\_source=sendpulse&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=nedovolni-gost-cto-delat-kak-](https://bnovo.ru/blog/how-to-deal-with-the-guests-dissatisfaction-in-the-hotel/?utm_source=email_rassilka&utm_campaign=article&utm_source=sendpulse&utm_medium=email&utm_campaign=nedovolni-gost-cto-delat-kak-)

## **Карьерный рост персонала в отеле**

12 советов для руководителей

*1. Донесите до персонала, что старт с начальных, линейных позиций – это опыт, который будет только на пользу при построении карьеры в будущем.*

Большинство успешных руководителей начинали свой карьерный путь с самых первых ступеней в структуре отеля.

### *2. Поощряйте инициативу!*

Сотрудники не должны бояться выдвигать свои идеи и предложения, например, относительно улучшения сервиса или эффективности работы своей службы. Создайте для этого располагающую среду, где полученные идеи не теряются, а рассматриваются и реализуются! В моей практике были яркие примеры таких инициативных сотрудников, которые в дальнейшем являлись для нас первоочередными кандидатами на новые проекты и вакансии.

*3. Предоставляйте возможность инициативным линейным сотрудникам изучать специфику работы других служб.*

Так у них будет понимание, какие виды деятельности отеля им интересны, в каком направлении им хотелось бы развиваться. Пусть у них будет возможность принимать участие в жизни отеля и проектах.

*4. Организуйте программы ознакомительных стажировок персонала в других отделах.*

Это полезно не только для развития сотрудников, но и для отеля, чем лучше службы знакомы с бизнес-процессами других служб – тем меньше будет возникать между их сотрудников недопонимания и конфликтов

### *5. Поощряйте наставничество со стороны менеджмента.*

Они смогут вдохновлять и поддерживать сотрудников, начинающих свой карьерный путь. Вы, в свою очередь, таким образом организуете сохранение знаний и навыков внутри отеля. Менеджеры, готовые делиться своим опытом – делают инвестиции в виде знаний в ваших будущих руководителей! Всегда помните об этом.

### *6. Присматривайтесь к личным качествам сотрудника.*

Хотел бы он занимать руководящую должность, управлять людьми и нести за них ответственность, или ему ближе работа в персональных проектах, где он будет нести ответственность только за себя. Кроме того, обратите внимание при перемещении сотрудника в должности, какой тип работы ему интереснее и ближе? Общение с гостями или же бэк-офис (административная деятельность отеля). Нередко в гостеприимство приходят люди, которые испытывают настоящее удовольствие от общения с гостями, и не мыслят свою карьеру в офисе.

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

*Фокус – Москва и столичный регион*

*7. Организовывайте для персонала возможность посещения отраслевых мероприятий.*

Выставки, конференции, семинары, форумы. На них ваши сотрудники смогут не только получить актуальную информацию о гостиничной сфере, но и общение с экспертами бизнеса. Такой опыт очень полезен, и является движущей силой в профессиональном развитии сотрудников.

*8. То же самое касается и изучения профессиональной литературы и СМИ.*

Организируйте доступ к таким ресурсам для вашего персонала. Пусть это будет в виде электронной библиотеки вашего отеля, или традицией обмена полезными книгами между сотрудниками. Владеть информацией о происходящей ситуации на гостиничном рынке, трендах, перенимать опыт экспертов, быть в курсе тенденций – все это дополнительная «прокачка» знаний персонала, тропинка к их успешной карьере.

*9. Предоставьте сотруднику возможность «протестировать» новую позицию.*

Когда вы предлагаете своему сотруднику перемещение на другую должность (особенно, если при этом меняется направление его деятельности), у него должна быть возможность просто попробовать себя на новой позиции. Если сотрудник поймет, что предложенное направление все-таки не его стезя, у него будет возможность безболезненно вернуться на свое прежнее место.

*10. Выявляйте лидеров среди сотрудников, наблюдая за их работой.*

Кто не боится брать ответственность в критических ситуациях (которых в отеле возникает предостаточное количество, особенно в высокий сезон), проявлять инициативу в принятии решений? Кто не боится сделать что-то неправильно в своей работе, а просто берет и делает? А кто даже не пытается решить возникшую проблему, пугается ответственности, перекладывает задачи на других? Оценивайте поведение сотрудника в работе, прежде чем решите предложить ему руководящую должность.

*11. Старайтесь большинство менеджерских вакансий вашего отеля закрывать внутренними кандидатами.*

Анонсируйте открытые позиции, в первую очередь, вашим сотрудникам, предлагайте направлять заявки на рассмотрение. При общении с внутренним кандидатом попросите его сформулировать – что он уже успел сделать полезного для отеля за время своей работы, что готов будет сделать в новой должности. Предоставьте ему возможность презентовать свои успехи, стремления, цели. Попросите его непосредственного руководителя дать рекомендации, охарактеризовать все положительные и отрицательные стороны работы сотрудника.

*12. И, самое главное – рассматривайте на новые проекты и должности только тех, кто лоялен к вашему отелю.*

Сотрудник, активно поддерживающий принятую корпоративную культуру, ценности и транслирующий их своим коллегам – это именно тот, кто достоин дальше продолжать работу в вашем отеле! Если вы видите, что кто-то из персонала не разделяет философию вашей компании, не готов оказывать поддержку в трудные моменты, особые случаи (высокая загрузка, большое количество мероприятий) – не стоит строить долгосрочных отношений с ним.

Человек может сделать успешную карьеру и принести пользу только в том месте, к которому причастен душой, разделяет его политику и готов подставить плечо в трудные моменты.

Материал от Светланы Жуковой, HR Director UPRO GROUP

[https://bnovo.ru/blog/career-development-of-the-staff-at-the-hotel/?utm\\_source=email\\_rassilka&utm\\_campaign=article&utm\\_source=sendpulse&utm\\_medium=email&utm\\_campaign=nedovolni-gost-cto-delat-kak-](https://bnovo.ru/blog/career-development-of-the-staff-at-the-hotel/?utm_source=email_rassilka&utm_campaign=article&utm_source=sendpulse&utm_medium=email&utm_campaign=nedovolni-gost-cto-delat-kak-)