



Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 1101-2023

С 01 по 07 ноября 2023 года

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

Росстат измерил турпоток по России в 2023 году

В министерстве экономического развития разработана «дорожная карта» развития туристической отрасли.

2. Гостиничный рынок Москвы и региона

Крупная сеть отелей открыла два первых объекта в Москве

В Мостуризме рассказали о загрузке отелей на ноябрьские каникулы

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

В России к 2030 году могут построить дополнительные 400 000 номеров

Назван вклад конгрессно-выставочной деятельности в ВВП

Восстановление санаторно-курортной отрасли страны. Итоги форума «Инвестиции в развитие здоровой страны»

Российские санатории заработали рекордные 77 млрд рублей в первой половине 2023 года

В Карелии наблюдается дефицит средств размещения в периоды высокого спроса

ZONT Hotel Group займется управлением крупнейшим гостиничным комплексом «Нескучный сад» в г. Сочи

В новые отели Azimut Hotels инвестируют 11 млрд рублей

Отель Verba Maug стал лауреатом всемирной премии

В подмосковном санатории «Бурани» появились лесные бунгалы

Cosmos Hotel Group планирует создать туристический комплекс в Великом Устюге

УГК KravtGroup займется проектированием объектов гостиничной недвижимости

4. Юридический практикум для отельеров и вопросы безопасности

«Законы слабо поддерживают отельеров»

На западе Москвы снесли нелегальную гостиницу

Башкирский отельер «отмыл» на туристическом кешбэке более 11 миллионов рублей

5. Гостиничный бизнес за рубежом

Гостиничный сектор Европы полностью восстановился после пандемии

6. Полезное и интересное для отельера

Море возможностей для роста продаж

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

Росстат измерил турпоток по России в 2023 году

По данным ведомства число туристических поездок с января по сентябрь текущего года составило 134,95 миллиона. По сравнению с аналогичным периодом 2022 года, когда было совершено 115,85 миллиона поездок, этот показатель вырос на 16.5%.

В Росстате дали разбивку числа поездок по федеральным округам. Приведем первую пятерку лидеров:

40,6 миллиона в субъекты Центрального федерального округа;

27,8 миллиона в субъекты Северо-Западного федерального округа;

25,3 миллиона в субъекты Южный федерального округа;

13,8 миллиона в субъекты Приволжского федерального округа;

10,1 миллиона в субъекты Сибирского федерального округа.

Также приведем ТОП-5 популярных у туристов регионов по поездкам (в миллионах):

Краснодарский край - 16,5;

Москва - 14,5;

Московская область - 14,2;

Ленинградская область - около 13;

Санкт-Петербург - почти 8;

Тем не менее, специалисты Ассоциации туроператоров России (АТОР), что данные статистического ведомства расходятся с информацией о прибытии туристов по целому ряду регионов.

Также нет понимания, каким образом получаются данные с точностью до единиц поездок, каким образом происходит их измерение. Вызывает возражения включение в статистику данных по тем туристам, которые останавливаются в частном секторе. Ранее учитывались только те путешественники, которые проживали в классифицированных средствах размещения.

<https://hotelier.pro/news/item/rosstat-izmeril-turpotok-po-rossii-v-2023-godu/>

В министерстве экономического развития разработана «дорожная карта» развития туристической отрасли.

Документ разработан в министерстве экономического развития. В нем описываются мероприятия, направленные на улучшение ситуации в туристической индустрии. Карта рассчитана на период с 2023 по 2025 годы. Об этом написали журналисты издания «РБК».

В Минэкономразвития подчеркнули, что в «дорожной карте» нашли отражение инициативы и идеи бизнеса, направленные на снижение излишних регуляторных требований. Сообщается, что в настоящее время документ оформлен и направлен на согласование в различные ведомства. Авторы «дорожной карты» рассчитывают провести согласование до конца текущего года, чтобы в 2024 году запустить его в работу.

Рассмотрим изменения, которые непосредственно касаются гостиничного бизнеса.

В Минэкономразвития планируют ввести невозвратные тарифы в гостиницах. Для этого будут внесены изменения в закон «Об основах туристской деятельности»,

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

Фокус – Москва и столичный регион

а также в правила предоставления гостиничных услуг. Внесение законопроекта запланировано на февраль 2024 года.

В министерстве экономического развития предлагают ввести дистанционную регистрацию постояльцев, разрешить им заселяться по биометрическим данным. Предлагается расширить перечень документов, по которым можно зарегистрировать гостя в отеле. В этот список планируют включить загранпаспорт, военный билет. Еще одна возможность — предоставлять удостоверяющие личность данные через приложение «Госуслуги».

<https://hotelier.pro/news/item/v-rossii-razrabotana-dorozhnaya-karta-po-razvitiyu-turisticheskoy-otrasli/>

2. Гостиничный рынок Москвы и региона

Крупная сеть отелей открыла два первых объекта в Москве

Отельная группа Rotana, во владении и управлении которой более ста объектов на Ближнем Востоке, в Африке, Восточной Европе и Турции, объявила об официальном открытии первых двух отелей в России: отель Seligerskaya и отель Vinogradovo. Обе гостиницы в столицу будут работать по договору-франшизе под брендом Edge by Rotana. Напомним, что бренд Edge by Rotana впервые был запущен на Ближнем Востоке в мае 2022 года как группа независимых отелей, которые при этом получают доступ ко всем возможностям группы Rotana и сохраняют все стандарты цепочки.

Председатель совета директоров Rotana Нассер Аль Новаис так прокомментировал это событие: «Запуск этих двух отелей, которыми владеет компания Amtel Properties, под брендом Edge by Rotana является для нас, несомненно, знаковым событием и ярким примером расширения нашего бизнеса в России и в мире. Rotana активно работала на местном рынке, вот уже 16 лет через свой офис продаж, а открытие отелей Vinogradovo и Seligerskaya под брендом Edge by Rotana позволит значительно усилить присутствие в регионе». «Открытие этих двух отелей станет отправной точкой для дальнейшего роста нашего бизнеса в России в ближайшем будущем», — добавил Аль Новаис.

Отель Vinogradovo Edge by Rotana расположен в четырех километрах от МКАД по Дмитровскому шоссе и в 12 километрах от международного аэропорта Шереметьево. Номерной фонд представлен 164 номерами разных категорий — от стандартов до люксов. Отельная группа считает, что объект размещения заинтересует как деловых туристов, так и путешественников. Кроме того, упор в продажах планируют делать на развитую инфраструктуру отеля для проведения MICE-мероприятий: здесь 20 конференц-залов, где можно проводить как конференции и тимбилдинги, так и свадьбы и организовывать детские летние лагеря.

Отель Seligerskaya Edge by Rotana расположен в пределах пешей досягаемости от станции метро «Селигерская». В нем 201 номер различных категорий, а также 12 конференц-залов вместительностью от 12 до 300 человек. Кроме того, на территории гостиницы — современный фитнес-центр с бассейном и сауной.

Председатель компании Amtel Properties Даниэль Гупта сказал: «Мы уверены, что это партнерство позволит нам вывести качество обслуживания в наших отелях на новый уровень в полном соответствии с высокими стандартами Rotana».

https://profi.travel/news/58405/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_28641_021123

В Мостуризме рассказали о загрузке отелей на ноябрьские каникулы

С 4 по 6 ноября заполняемость столичных отелей составила порядка 70%. Наиболее востребованы отели категории 3 и 4 звезды. По ним загрузка составляет 75%. Наиболее популярными датами заезда были 3 или 4 ноября. Их выбрали 2/3 от общего числа гостей. Загрузка гостиниц категории 3 и 4 звезды на эти даты составляет 82%. В Мостуризме отмечают, что столица вошла в десятку самых популярных направлений отдыха на ноябрьские каникулы по версии АТОР. Также Москва является одним из ведущих направлений экскурсионных туров. Сообщается, что в летнем сезоне с целью экскурсий столицу посетили 4.6 миллиона человек.

<https://hotelier.pro/news/item/v-mosturizme-rasskazali-o-zagruzke-oteley-na-noyabrskie-kanikuly/>

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

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

В России к 2030 году могут построить дополнительные 400 000 номеров

Об этом сообщил вице-премьер Марат Хуснуллин, выступая на форуме «Россия».

«Мы должны построить 400 000 номеров для туризма. Во-первых, рубль ослаб: за границу не все могут ездить сейчас. Во-вторых, все-таки у нас есть возможность большая внутри страны. Пошел бум развития туризма, люди очень много ездят по стране, а не хватает инфраструктуры, гостиниц, дорог, сервиса. Поэтому мы ставим себе приоритетную задачу построить 400 000 номеров до 2030 г. На самом деле это не маленькая задача», – сказал он.

По поручению президента к 2030 году в России должны заработать круглогодичные морские курорты, рассчитанные на размещение не менее 10 млн туристов в год.

<https://hoteliernews.ru/v-rossii-k-2030-godu-mogut-postroit-dopolnitelnye-400-000-nomerov>

Назван вклад конгрессно-выставочной деятельности в ВВП

Отрасль генерирует 2% ВВП. Об этом вчера сообщил вице-президент Российского союза выставок и ярмарок, вице-президент ООО "ЭкспоФорум-Интернэшнл" Сергей Алексеев. Он также рассказал о создании Международного консорциума МІСЕ-индустрии, который будет способствовать экономическому развитию стран-участниц. Процитируем эксперта:

«Главной предпосылкой его создания стал рост товарооборота России с партнерами по БРИКС и ШОС и СНГ. С помощью этих стран идет активное замещение в выставках бывших европейских партнеров. Цель консорциума – объединение государственных и общественных организаций, предпринимателей, некоммерческих организаций стран БРИКС, ШОС, СНГ и других заинтересованных государств для развития международного сотрудничества в событийной сфере, поддержки конгрессно-выставочной деятельности, делового туризма».

<https://hotelier.pro/news/item/nazvan-vklad-kongressno-vystavochnoy-deyatelnosti-v-vvp/>

Восстановление санаторно-курортной отрасли страны. Итоги форума «Инвестиции в развитие здоровой страны»

В 2024 году рынок столкнется с дефицитом мест в санаториях России. Такой вывод можно сделать из прогнозов экспертов санаторной отрасли, прозвучавших на организованном в Москве 4 октября Ассоциацией Оздоровительного Туризма и Корпоративного Здоровья (АОТ) всероссийском ежегодном форуме «Инвестиции в развитие здоровой страны. Цифры. Факты. Возможности».

Форум в этом году объединил около 300 участников. Среди них – руководители подразделений профильных министерств и ведомств, топ-менеджеры экономически активных здравниц России, ключевые эксперты, представители поставщиков товаров и услуг для оздоровительной отрасли.

«В 2022 году санаторно-курортная отрасль России полностью восстановилась после спада 2020-2021 годов, достигнув общего количества гостей 6,59 млн человек. По итогам 2023 года поток гостей в санатории может составить около 6,7 млн человек», - сообщила Елена Трубникова, председатель АОТ.

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

Фокус – Москва и столичный регион



Рост спроса на санатории подтолкнуло сохранение цен практически на прежнем уровне. Стоимость пребывания в здравницах в первом полугодии 2023 года в среднем увеличилась лишь на 3% к аналогичному периоду 2022 года. Однако затем чек подрос в среднем на 10%, а по отдельным направлениям - на 15-20%.

ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ: ОТРАСЛЕВАЯ ДИНАМИКА. ПРЕОБЛАДАНИЕ ДОХОДОВ НАД РАСХОДАМИ СОХРАНЯЕТСЯ



ПОКАЗАТЕЛИ САНАТОРНО-КУРОРТНОЙ ОТРАСЛИ РФ ЗА 2018-2022 ГГ.

	2018	2019	2020	2021	2022	2022/2021
Доходы с/к организаций, РФ, млн. руб.	141 583	152 551	104 854	166 200	195 145	117%
Затраты с/к организаций, РФ, млн. руб.	156 680	160 025	117 735	160 108	174 352	109%
Прибыль/убытки (+/-) с/к организаций, РФ, млн. руб.	-15 097	-7 474	-12 881	6 092	20 792	341%

Санаторно-курортный комплекс (включая и предложения отелей с оздоровительными услугами) сегодня составляет не менее 11,5% общего объёма внутреннего туризма России по числу поездок (7,17 млн из 62 млн человек), при этом отличаясь высокой средней продолжительностью поездки (от 11 суток).

Говоря о тенденциях 2023 года, Елена Трубникова отметила рост числа поездок в санатории, расположенные рядом с местом проживания, в противовес к поездкам в ведущие курортные регионы и к морю. Среди причин популярности «домашних» санаториев можно назвать следующие:

- отказ людей от поездок на дальние расстояния по соображениям безопасности
- дефицит мест в популярных курортных регионах
- дефицит мест в загородных отелях региона (отсюда перетекание спроса на здравницы)
- рост популярности санаторных «путёвок выходного дня»
- постепенная адаптация предложений здравниц под запросы рынка

При этом регионами-лидерами по санаторному обслуживанию по-прежнему остаются Ставропольский край, Крым и Московская область. Но стоит отметить и Челябинскую и Кемеровскую область, вошедшие в топ-5 (как раз благодаря тренду на санкур в своем регионе).

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

ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ. ОТРАСЛЕВАЯ ДИНАМИКА ОТДЫХ В ДОМАШНЕМ РЕГИОНЕ И ПУТЁВКИ ВЫХОДНОГО ДНЯ



РЕГИОНЫ ЛИДЕРЫ ПО ПРИРОСТУ ЧИСЛЕННОСТИ РАЗМЕЩЁННЫХ В САНАТОРНО-КУРОРТНЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ, ЧЕЛОВЕК, В ПЕРИОДЕ ЯНВАРЬ-ИЮНЬ 2022-2023 ГГ.

	РЕГИОН	ЯНВАРЬ-ИЮНЬ 2022	ЯНВАРЬ-ИЮНЬ 2023	РОСТ 2023 К 2022
1	Ставропольский край	290 171	373 978	83 807
2	Республика Крым	149 856	199 637	49 781
3	Московская область	135 092	168 356	33 264
4	Омская область	22 367	44 528	22 161
5	Кемеровская область - Кузбасс	47 270	67 567	20 297
6	Челябинская область	62 849	76 757	13 908
7	Пензенская область	10 292	20 831	10 539
8	Калининградская область	26 144	36 586	10 442
9	Свердловская область	40 592	50 650	10 058
10	Тюменская область	52 900	62 941	10 041

ТЕНДЕНЦИЯ 2023 ГОДА — РОСТ ЧИСЛА ПОЕЗДОК В САНАТОРИИ, РАСПОЛОЖЕННЫЕ РЯДОМ С МЕСТОМ ПРОЖИВАНИЯ, В РОДНЫХ И СОСЕДНИХ РЕГИОНАХ, В ПРОТИВОВЕС К ПОЕЗДКАМ В ВЕДУЩИЕ КУРОРТНЫЕ РЕГИОНЫ И К МОРЮ.

Глава АОТ представила также отраслевую аналитику, основанную на результатах рейтинга «ТОП-100 российских здравниц», и «портрет» ведущих российских здравниц.

ТОП 100 РОССИЙСКИХ ЗДРАВНИЦ ЛИДЕРЫ УКРЕПЛЯЮТСЯ В ЛИДЕРСТВЕ



ПОКАЗАТЕЛИ УСРЕДНЕННОГО УЧАСТНИКА РЕЙТИНГА ТОП-100 РОССИЙСКИХ ЗДРАВНИЦ В ДИНАМИКЕ 2018 – 2022 ГГ.

ПОКАЗАТЕЛЬ	2018	2019	2020	2021	2022	2022/2021
Выручка от продаж (млн. руб)	408,0	422,0	345,0	640,9	726,2	113%
Выручка на врача (млн. руб/год)	18,3	20,3	15,0	31,4	36,5	116%
Загрузка (%)	74,0	69,0	55,0	75,5	77,0	102%
Производительность труда (млн. руб/чел за год)	1,23	1,36	1,20	2,04	2,23	109%
Рентабельность ЕБИТ (%)	4,3	5,9	-4,8	12,4	9,8	79%
Отношение долга к выручке (%)	28	33	40	18	16	89%
Среднее количество мест	520	499	501	581	563	97%
Средняя выручка на койко-место в день (тыс. руб)	3029	3813	4016	4517	5895	131%

Вместе с тем, по данным Федеральной службы государственной статистики (Росстат) в санаторно-курортных организациях России средняя загрузка в период январь-август 2023 составила лишь 42,6%.

Наиболее вероятные причины невысокого среднего показателя по отрасли следующие:

- Отсутствие части СКО на коммерческом рынке.
- Несоответствие предложения отдельных СКО потребительскому запросу: изношенный фонд, низкий уровень сервиса, отсутствие продвижения на коммерческом рынке (нулевой маркетинг), отсутствие досуга (!)
- Недостаточное количество мест размещения (номеров) и сцепленных с ними услуг (лечение и питание) необходимого уровня.

Пути решения соответствующие:

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

- Реновация изношенных объектов
- Реинжиниринг сервисных процессов
- Активизация выхода на рынок здравниц, находящихся в собственности государственных ведомств и регионов
- Строительство новых объектов

Елена Богачева, руководитель Международного совета спа и велнеса, рассказала, что санкур принято рассматривать как часть более обширного явления, известного как «велнес» - или как поддержание здорового и активного состояния тела и духа.

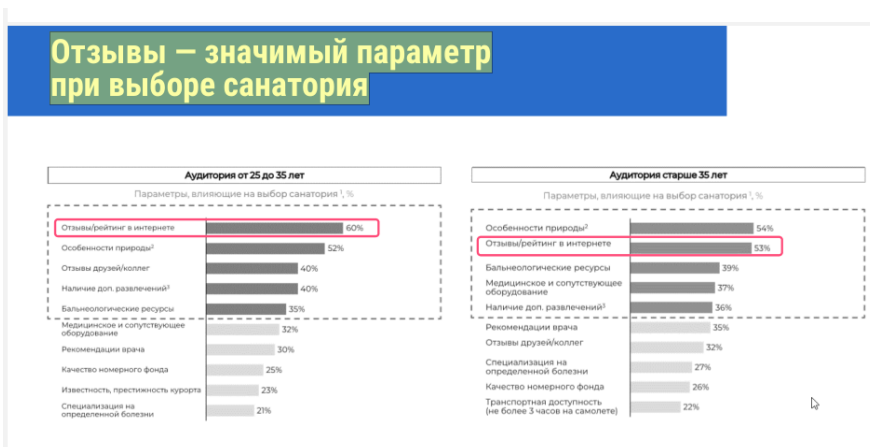


Заместитель директора Департамента организации медицинской помощи и санаторно-курортного дела Министерства здравоохранения РФ Даржа Бадлуев отметил, что санаторно-курортная отрасль – уникальная сфера, которая объединяет систему здравоохранения, средства размещения, туризм, поэтому важно взаимодействие всех министерств и ведомств, имеющих к ней непосредственное отношение.

Необходимо отдавать себе отчет в изменениях в спросе российских велнес-туристов. К таким изменениям Елена Богачева относит:

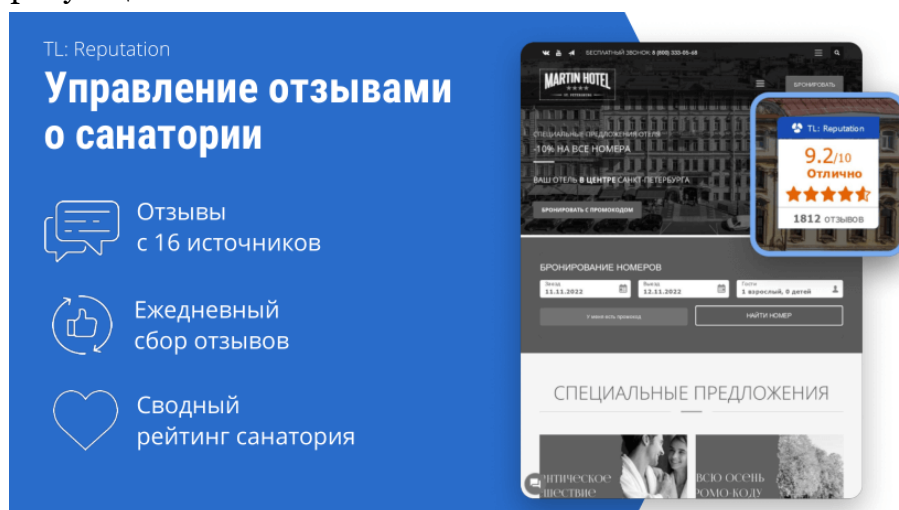
- Интерес к новым направлениям внутри страны
- Увеличение продолжительности отдыха
- Активный прием нутрицевтиков
- Спрос на экспресс-диагностику
- Интерес к российским брендам и технологиям
- Потребность в психоэмоциональной коррекции

Михаил Кропачев, директор по работе с санаториями и курортами компании TravelLine, в своем выступлении отметил, что значимый параметр при выборе санатория – отзывы.



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

Соответственно, TravelLine предлагает санаториям инструмент управления отзывами и репутацией.



Михаил Кропачёв также выступил модератором дискуссии о маркетинговых инструментах, которые сегодня наиболее эффективно работают при продвижении здравниц.

Татьяна Мамонтова, управляющий партнёр здравницы «Лаго-Наки» (Республика Адыгея), отметила, что маркетинговые инструменты, как и сама услуга санаториев становятся персонализированными. При разработке стратегий необходимо это учитывать. Сегодня конкурировать приходится не столько с другими объектами, но, прежде всего с огромным потоком информации. Только четкое понимание, кто твой гость, дает возможность достучаться до него.

Среди инструментов, применяемых санаторием «Алтайский замок» (Белокуриха), его генеральный директор *Татьяна Петрова* выделила в своем выступлении маркетинговые квизы и чат-боты. Если первый инструмент дает возможность сгенерировать лиды, то второй – создает как раз эффект персонализированного общения.

Оксана Булах, коммерческий директор туроператора «Алеан», отметила, что у людей наблюдается желание совместить приятное с полезным - то есть, получить от своего отпуска максимум – и провести время с пользой для здоровья, и наполниться новыми впечатлениями и знаниями.

Аудитория здравниц заметно молодеет. В санаториях теперь все больше отдыхающих в возрасте от 35 до 45 лет. Также много семей с детьми. Они формируют новый запрос на программы антистресса. Именно это направление сегодня становится одним из мотивов к оздоровительному отдыху. Вместе с этим растет популярность коротких путевок "выходного дня". Такие вылазки в санатории совершаются на пару дней. Конечно, о прохождении курса санаторного лечения речь не идет. Но зато становится больше повторяющихся визитов в здравницы.

Вместе с тем, на фоне развития внутреннего туризма и роста популярности оздоровительного направления в отрасли обострилась проблема кадрового дефицита.

Среди возможных векторов изменения ситуации глава АОТ *Елена Трубникова* видит следующие:

- повышение престижа профессии сотрудников санаториев за счет признания их личных достижений и заслуг на отраслевом и государственном уровне
- трансформация бизнес-модели для поиска резервов повышения оплаты труда

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

- внедрение в систему образования целевых программ обучения
- формирование отраслевой позиции для мониторинга необходимости в специалистах (в соответствии с решениями Президиума Государственного Совета от 21 сентября 2023 года, посвященного развитию рынка труда в Российской Федерации)

Организаторы подготовили для участников Форума серию тематических сессий, посвященных управленческим практикам, маркетингу, обмену опытом, межотраслевым трендам, новинкам оборудования, применяемого в здравницах и медицинских центрах.

<https://hotelier.pro/news/item/vosstanovlenie-sanatorno-kurortnoy-otrasli-rossii-itogi-vsrossiyskogo-ezhegodnogo-foruma-investitsii-v-razvitie-zdorovoy-strany-tsifry-fakty-vozmozhnosti/>

Российские санатории заработали рекордные 77 млрд рублей в первой половине 2023 года

По данным Санатории-России.рф, в первом полугодии 2023 года доходы российских санаториев выросли на 14% и составили рекордные 76,9 млрд рублей.

В первую десятку России по доходам санаторно-курортных учреждений вошли Краснодарский край - 18,3 млрд рублей в первом полугодии-2023 (рост на 9% по сравнению с 2022 годом), Ставропольский край - 16,6 млрд рублей (+31%), Крым - 4,3 млрд рублей (-5%), Алтайский край - 3,7 млрд рублей (+16%), Московская область - 3,0 млрд рублей (+8%), Башкортостан - 2,8 млрд рублей (+11%), Тюменская область - 2,3 млрд рублей (+41%), Татарстан - 2,0 млрд рублей (+7%), Пермский край - 1,4 млрд рублей (+5%) и Свердловская область - 1,2 млрд рублей (+24%).

Среди федеральных округов лидером по доходам санаторно-курортных учреждений в 1-м полугодии 2023 года стал Южный федеральный округ с результатом более 23 миллиардов рублей. Это на 7% больше, чем за тот же период в 2022 году.

На втором месте Северо-Кавказский федеральный округ. Доходы санаториев составили 17 миллиардов рублей и это на 32% больше чем в прошлом году. По этому показателю здравницы СКФО показали лучший результат среди всех ФО страны.

Санатории Приволжского федерального округа расположились на третьем месте, увеличив доход на 9% (11 млрд. руб.). Это лучший результат за всю историю наблюдений. На 16% выросли доходы Сибирских здравниц (7,5 млрд. руб.), что позволило занять четвертое место среди ФО. Доходы санаториев Центрального федерального округа увеличились на 10% (6,5 млрд. руб.) и это пятое место рейтинга.

Санаторно-курортные учреждения СЗФО на шестой строчке. Они также увеличили свой доход, но лишь на незначительные 2% (5,12 млрд. руб.). Седьмое место рейтинга, почти с равным результатом у санаториев Уральского федерального округа (5,11 млрд. руб.). Рост составил 24% и это второй результат по динамике среди всех ФО. Дальневосточные здравницы замыкают рейтинг. У них 8-е место - 1,3 млрд. рублей (+7%).

По словам члена Правления Национальной курортной ассоциации Евгения Терентьева, многие санатории, особенно в популярных курортных регионах, работают с максимально возможной нагрузкой. Причем, наблюдается существенная нехватка номерного фонда и прогнозируется дальнейший рост спроса на услуги санаторно-курортных учреждений.

<https://welcometimes.ru/news/rossiyskie-sanatorii-zarabotali-rekordnye-77-mlrd-rublej-v-pervoy-polovine-2023-goda>

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

В Карелии наблюдается дефицит средств размещения в периоды высокого спроса

Об этом рассказал руководитель министерства экономического развития региона Олег Ермолаев во время доклада на заседании правительства. Из-за увеличение туристического потока в Карелии наблюдался дефицит номерного фонда в периоды повышенного спроса. В текущем сезоне в республике работали 836 средств размещения. Номерной фонд вырос на 1609 койко-мест в течении 2023 года. В этом году были открыты 9 глэмпингов, модульный отель. Также увеличился номерной фонд работающих загородных домов.

Средняя загрузка средства размещения в летний сезон была на уровне 85%. В выходные и праздники было зафиксировано значительное увеличение средней заполняемости.

Также Олег Ермолаев рассказал о планах строительства 3 отелей в Петрозаводске. Номерной фонд вырастет на 207 койко-мест. Общий объем инвестиций в реализацию этих проектов составит более 800 миллионов рублей.

Дополнительно сообщается о планах по строительству спа-отеля категории «5 звезд», который будет расположен в Шуйской Чупе. Инвестиции составят более 4 миллиардов рублей. Ведутся работы по проектированию отеля на 250 койко-мест в Сортавальском районе.

<https://hotelier.pro/news/item/v-karelii-nablyudaetsya-defitsit-sredstv-razmeshcheniya-v-periody-vysokogo-sprosa/>

ZONT Hotel Group займется управлением крупнейшим гостиничным комплексом «Нескучный сад» в г. Сочи

Гостиничная компания ZONT Hotel Group займется управлением премиальным отельным комплексом «Нескучный сад», проект которого федеральный девелопер «Неометрия» реализует в Адлерском районе Сочи. Об этом было объявлено в ходе выставки недвижимости Mallpic Sochi 1 ноября.

Совладелец и управляющий партнер ZONT Hotel Group Александр Гендельсман рассказал, что «Нескучный сад» станет одним из крупнейших объектов в портфеле управляющей компании.

«Компания «Неометрия» входит в число ведущих девелоперов в сфере курортной недвижимости, а «Нескучный сад» - знаковый объект для всего рынка Сочи. Более 1770 номеров – это очень серьезный объем, требующий повышенного внимания к внедрению стандартов и настройке операционных процессов. Сегодня наша главная задача – максимально подготовиться к 2025 году, когда объект будет сдан и его управление войдет в активную фазу. И наша команда специалистов сделает всё для того, чтобы превзойти ожидания гостей. В частности, будет создан специальный отдел для коммуникации с собственниками, задачей которого станет решение важных для них вопросов и выстраивание долгосрочных партнерских отношений», – подчеркнул Александр Гендельсман.

«Нескучный сад» – комплекс в котором воплощены актуальные тенденции мировой гостиничной индустрии. Общая площадь земельного участка составляет 43 тыс. кв. м, зданий – 114 тыс. Проект включает в себя два 10-этажных корпуса, более 1,7 тыс. номеров, бассейны общей площадью 720 кв.м., SPA-комплекс, три ресторана различных концепций, детский развивающий центр с профессиональными аниматорами и кинотеатр под открытым небом. Для деловых мероприятий предусмотрены конференц-залы вместимостью до 500 человек с новейшим мультимедийным оборудованием, а также зоны коворкинга с шумоизоляцией и места для работы на свежем воздухе.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Заместитель коммерческого директора «Неометрии» Анна Сапегина отметила, что девелопер делает большой акцент на качество обслуживания в своем проекте.

«Это наш первый объект в сегменте гостиничной недвижимости, и для нас крайне важно, чтобы уровень обслуживания номеров и качество услуг для гостей были на высочайшем уровне. Опыт реализации жилых проектов показывает, что, даже приобретая квартиру у моря, люди хотят пользоваться широким набором сервисов. «Нескучный сад» — это гостиничный комплекс, где сервисная составляющая является определяющей. По этой причине мы остановили свой выбор на одном из лидеров рынка управления отельной недвижимостью», — прокомментировала Анна Сапегина.

В 2023 году проект «Нескучный сад» одержал победу в престижной федеральной премии «Рекорды рынка недвижимости 2023» в номинации «Лучший объект для инвестиций».

<https://welcometimes.ru/news/zont-hotel-group-zaymetsya-upravleniem-krupneyshim-gostinichnym-kompleksom-neskuchnyy-sad-v-g>

В новые отели Azimut Hotels инвестируют 11 млрд рублей

В Сочи до 2025 года планируют открыть три новых отеля под брендом Azimut Hotels. сообщает «РБК Краснодар» со ссылкой на вице-президента по развитию сети Azimut Hotels Анну Борисову.

«На стадии строительства на Черноморском побережье несколько партнерских проектов, все они будут работать под брендом Azimut. <...> В основном это будут сервисные инвестиционные апартаменты. Сервисные апартаменты — это множество собственников, которые отдают свои апартаменты в управление нашей компании», — сказала Анна Борисова.

На месте, где ранее располагался бывший пансионат «Нева» в Сочи построят Azimut Парк Отель Plus Residence Сочи 4*. Инвестиции - около 4 млрд руб. В комплексе будет 390 апартаментов, включающий рестораны, бассейны, зону СПА, детский клуб, игровые площадки и другую инфраструктуру для отдыха.

Второй озвученный объект - бывшая гостиница «Москва». На цели реконструкции данного объекта инвестор согласовал выделение кредита от АБР (Банк России) на сумму 5,9 млрд руб.

Третий отель — Azimut Парк Отель Лоо 4*. Открытие объекта запланировано уже в следующем году. Инвестиции в проект равны 1 млрд руб.

Ранее WT писал, что новый отель AZIMUT Hotels откроется в Орехово-Зуево.

<https://welcometimes.ru/news/v-novye-oteli-azimut-hotels-investiruyut-11-mlrd-rublej>

Отель Verba Mayr стал лауреатом всемирной премии

Пятизвездочный отель Verba Mayr, расположенный на территории городского округа Пушкинский Московской области, стал лауреатом самой престижной премии планеты для отельеров в сегменте премиум World Luxury Hotel Awards.

Verba Mayr 5* одержал победу в номинациях «Лучший роскошный холистический комплекс в Северной Европе – 2023» и «Лучший роскошный оздоровительный центр в Европе – 2023».

Ранее ни один отель России не был признан лучшим в этих категориях.

<https://hoteliernews.ru/otel-verba-mayr-stal-laureatom-vsemirnoy-premii>

В подмосковном санатории «Буран» появились лесные бунгало

На территории санатория «Буран» (г. Сергиев Посад), входящего в крупнейшую российскую гостиничную сеть AZIMUT Hotels, появился новый вариант размещения — комфортабельные бунгало в лесном массиве. Это уникальная возможность совместить оздоровительный туризм с отдыхом на природе всего в 80 км от столицы. Гостям доступны бунгало в категориях «Стандарт», «Комфорт» и «Семейный» (до 4-х человек), проживая в которых они имеют возможность воспользоваться инфраструктурой санатория.

«Сегодня всё большей популярностью среди путешественников пользуются всевозможные варианты размещения на природе. Видя это, сеть AZIMUT Hotels решила расширить этот тренд и предоставить не просто возможность отдыха на природе, но совместить отдых с возможностью восстановить силы, воспользовавшись спортивной и медицинской инфраструктурой санатория «Буран». Теперь, остановившись в уютном бунгало в сосновом лесу, можно сходить в бассейн, сыграть в большой теннис, посетить массаж и другие медицинские процедуры. Уверены, что бунгало будут пользоваться большим спросом у москвичей и гостей региона», — отметил генеральный директор сети Максим Бродовский.

В каждом бунгало есть Wi-Fi, душ и небольшая оборудованная кухня с раковиной, электрокомфоркой и мини-холодильником, а также собственная терраса и прилегающая мангальная зона, а на стойке приема и размещения есть возможность взять в аренду набор для барбекю. Удобный подъезд к бунгало позволяет без проблем добраться до места размещения и припарковать автомобиль.

Санаторий «Буран» расположен в густом смешанном лесу недалеко от православной жемчужины Золотого кольца города Сергиев Посад и Троице-Сергиевой лавры, входящей в список Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО. От Москвы до санатория можно доехать всего за полтора часа.

<https://hoteliernews.ru/v-podmoskovnom-sanatorii-buran-poyavilis-lesnye-bungalo>

Cosmos Hotel Group планирует создать туристический комплекс в Великом Устюге

Масштабный проект по обновлению вотчины Деда Мороза запустят на Вологодчине. Правительство области подписало соглашение с одной из ведущих на российском рынке управляющих гостиничных компаний – «Cosmos Hotel Group». Проект позволит создать в Великом Устюге туристический кластер мирового уровня. Об этом заявил Губернатор Олег Кувшинников.

В рамках проекта будет обновлена резиденция, появятся новые тематические зоны, спа-комплексы, современный парк развлечений и другие объекты инфраструктуры. Кроме того, рядом с вотчиной откроется гостиничный комплекс. Новые объекты позволят создать более 500 рабочих мест и, конечно, привлекут ещё больше гостей в Вологодскую область.

<https://hoteliernews.ru/cosmos-hotel-group-planiruet-sozdat-turisticheskiy-kompleks-v-velikom-ustyuge>

УГК KravtGroup займется проектированием объектов гостиничной недвижимости

Управляющая гостиничная компания KravtGroup запустила направление проектирования внутри своей структуры. Таким образом, компания стала первой УК в сегменте гостиничной недвижимости, которая будет совмещать в себе функции управления, консалтинга и проектирования и предоставлять заказчикам комплекс

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

Фокус – Москва и столичный регион

услуг для реализации гостиничных проектов. Данные изменения позволят компании увеличить свое присутствие на рынке и нарастить портфель отелей в управлении.

УГК KravtGroup в соответствии с собственной стратегией развития движется в направлении оказания комплексных услуг для заказчиков на гостиничном рынке. Большая собственная экспертиза – 4 построенных объекта и 7 отелей в стадии проектирования и строительства, а также штат квалифицированных сотрудников необходимых специализаций позволяют компании расширить собственный спектр задач и реализовывать проекты отелей под заказ, охватывая все стадии работы, от создания мастер-плана, архитектуры и проектирования до дальнейшего управления объектом после ввода в эксплуатацию. Консалтинговая экспертиза компании обеспечит полное сопровождение на каждой стадии воплощения концепции.

«Мы специализируемся на работе в гостиничном сегменте и сегодня готовы предложить рынку наши услуги как подрядчик и надежный партнер. KravtGroup самостоятельно построила и управляет отелями площадью свыше 50 тыс. кв.м различной категории звездности и реализует в Казани крупнейший в регионе аналог столичного Сити, комплекс «Яр Парк». Мы высоко оцениваем потенциал к развитию туристических кластеров в регионах страны и нацелены на работу с городскими отелями различных масштабов и категорий. В наших компетенциях – реализация гостиничных комплексов от проработки инвестиционной идеи до последующего управления готовым объектом», - отметил основатель и генеральный директор KravtGroup Валерий Кравцун.

Media@kravt.com

4. Юридический практикум для отельеров и вопросы безопасности

«Законы слабо поддерживают отельеров»

Отельер, бизнес-консультант Алла Цытович потеряла в годы пандемии оба своих объекта – хостелы «Log Inn». Правда, после длительных судебных разбирательств ей удалось отсудить несколько миллионов.

Сейчас многие предприниматели обращаются к эксперту за профессиональной помощью – Алла с командой изучает особенности региона и помогает с открытием отельных объектов. Наша собеседница отметила, что южным регионам не хватает отелей эконом класса. Плюс, системному развитию рынка также мешает стихийное, неурегулированное распространение гостевых домов.

Законы абсолютно против арендаторов

- Алла, что произошло за последние 3 года в вашем бизнесе - сети хостелов «Log Inn» в связи с последними событиями? Как сейчас обстоит ситуация?

- Ситуация следующая. Когда была пандемия, поток клиентов снизился практически до нуля - соответственно, выручка тоже серьезно упала. Оплачивать расходы стало практически невозможно. В первую очередь аренду, которая составляла практически 50% от выручки. То есть если выручка составляла у нас 1 200 000 рублей, то аренда за два объекта - 600 тысяч. С марта 2020 года я пыталась договориться с арендодателями в соответствии с законом, который приняли в конце марта 2020 года. К закону также было постановление Правительства – речь шла о том, что отельеры вправе потребовать от арендодателя отсрочки по платежам. Рассрочку можно было взять на два года. Один арендодатель заявил, что не пойдёт на это и прислал письмо на расторжение договора. Мы судились.

Судебные разбирательства продолжались с июня 2020 года по весну 2023 года. Весной 2023 года мы получили финальное решение суда, где было сказано, что мы имели право на рассрочку, и суд предоставил нам 50% скидку от суммы заявленного арендодателями иска. Это вполне соответствует сложившейся судебной практике. С самого начала суды разных инстанций по-разному толковали закон об отсрочке и рассрочке аренды, и только спустя почти 3 года мы получили решение в полном соответствии в законом. Все это время различные правоохранительные органы говорили, что этот вопрос должен решаться между арендодателем и арендатором, хотя в Законе было заявлено, что арендодатель обязан предоставить рассрочку. И даже если арендатор не обратился с просьбой о рассрочке, арендодатель обязан предупредить о существовании такого Закона и предоставить такую рассрочку в одностороннем порядке.

Судились мы долго. В соответствии с судебной практикой, мы отсудили 50% снижения долга по аренде. Но весной 2021 года арендодатели пришли с командой вооруженных битами лиц понятной национальности и за 2 часа выселили всех - постояльцев, сотрудников, персонал, не дав ни одной бумаги, ничего. Вплоть до того, что взяли себе мое имущество, даже кассовый аппарат. Юристы ничего не могли с этим сделать. Они в такие конфликты не ввязываются.

Мы три раза вызывали наряд полиции, пока арендодатели нас пытались выгнать. Полиция приезжала, говорили нам, что вы же им не платите, а помещение принадлежит им. Мы обращались в вышестоящие инстанции, прокуратуру, МВД, но дело так ничем и не кончилось. Подобная ситуация произошла с очень большим количеством хостелов в Москве. Вот так у нас работает закон.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Мы отсудили несколько миллионов!

- Алла, очень страшная и тупиковая ситуация! Какова судьба вашего второго хостела?

- Со вторым хостелом была та же самая ситуация, но длилась немного дольше. Часть аренды я платила, но тем не менее, они так же прислали письмо на расторжение договора аренды, несмотря на то, что не имели на это право. И в марте у нас отняли помещение ровно таким же способом. Правда, позволили вывезти имущество. Закон нас никак не защищает! Он не помог ни с рассрочкой, ни со снижением аренды. Мы не получили помощь, как и тысячи наших коллег, несмотря на сам закон и уже существующую судебную практику из разных городов России.

Конечно, мы отсудили 50% задолженности, с марта по октябрь. Сумма составила несколько миллионов. И судебные разбирательства продолжаются с июня 2020 года. Оба объекта у меня отобрали. И в первом месте они открыли хостел на нашем оборудовании, на нашей мебели. Он есть на всех сайтах бронирования. То есть просто отжали бизнес. Я знаю, что происходит на рынке. Оказалось, что управлять хостелом не так-то легко, как кажется на первый взгляд. Выручка у новоиспеченных собственников оказалась гораздо хуже, чем у меня.

- Вы также помогали открывать и управлять хостелами. Как обстоят дела в целом на рынке?

- Да, некоторым коллегам, которых я консультировала, удалось договориться. Арендодатели понимали, что лучше получить какую-то сумму в будущем, чем судиться 3 года и не получить ничего. Любая небольшая компания, получив долг в 3-5 миллионов, либо банкротится, либо уходит с рынка. Никто такие деньги платить не будет. По закону обязаны, конечно. Но что сделают люди, если их капитал составляет 10 тысяч рублей? Очень сложно доказать, что финансовые проблемы возникли из-за неправомерных действий собственников. Это общая для всего рынка история. Кому-то повезло - кто-то смог договориться с арендодателем, но это непредсказуемо. Я помогала открывать или управлять десятью хостелами. И все они более-менее выстояли, правда, с потерями. Некоторые хозяева продали объекты, потому что это был побочный бизнес, и они не захотели им больше заниматься. Некоторые сейчас неплохо себя чувствуют. Никакой системы и общих выводов нет. Исход дела всегда зависел от порядочности арендодателей.

Соответственно, из управления собственными хостелами я ушла. И с середины 2021 года консультирую владельцев помещений, которые хотят открыть там хостел. Я и моя команда предоставляем полностью проработанный план открытия хотела с нуля и помогаем на каждом этапе - открываем, налаживаем продажи и передаём собственнику в управление. Объектов в нашем управлении больше 25.

- Крупная цифра! С чем это связано?

- Я это связываю с тем, что очень многие сейчас имеют в собственности помещение с которыми они не знают, что делать. Например, они получают классное помещение в центре города за 10% от его стоимости (например, на торгах залогового имущества), а что с ним делать, не очень понятно. Как представляет себе ситуацию владелец такого помещения? Можно в нем открыть бизнес, а можно подождать немного и продать. Но зачастую второй вариант не возможен, так как цены продажи таких помещений неинтересные. Потому что покупать помещение в центре города без понимания его использования, какой бизнес открывать в этом помещении, чтобы потом можно было получать доход с этого бизнеса, абсурдно. Просто приобретать особняк в центре без понимания того, кто возьмет в аренду, какой рынок аренды, насколько увеличится арендная ставка, никто не хочет. Кого я знаю, покупают такое помещение в готовом виде, с хорошо работающим бизнесом.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Здесь еще играет роль роста и падения цен на коммерческую недвижимость – сейчас этот процесс абсолютно не предсказуем. 5-7 лет назад можно было купить помещение подешевле, причем, не обязательно в центре Москвы, подождать немного, потом перепродать его даже по рыночной цене, но вы уже заработает много денег. У меня был подобный пример в Ставрополе. Но таких кейсов становится все меньше. Хотя особняки в центре города стоят и не понятно, что с ними делать.

Отель для желающих попасть в больницы

- Алла, поделитесь кейсами – как вы просчитываете, какой объект открыть в том или ином здании?

- У меня был недавно кейс, когда я помогала владельцу двухэтажного, отдельно стоящего здания в центре одного из южных городов. Мы изучили варианты по применению здания. Анализировали, можно ли открыть там языковую или музыкальную школу, медицинский центр, гостиницу или хостел. Это было очень сложное здание с большим количеством не сносимых капитальных стен. Поэтому нужно было сделать такую планировку, чтобы здание могло приносить доход. Плюс, накладывала отпечаток южная специфика: нужно было разделять мужские и женские комнаты, туалеты, душевые.

Но, в принципе, мы предложили хозяину достаточно интересную бизнес модель, и он сейчас на этапе реализации этого проекта - превращения здания в гостиничный объект, что в общем-то рационально для этого города. Чтобы предлагать оптимальные и эффективные решения, мы очень тщательно изучаем рынок, возможные целевые аудитории.

С этим южным городом вообще было интересно. В центре города, где стоит этот особняк, оказалось 5 или 6 медицинских центров и больниц, куда съезжались со всего края. Почти все квартиры в центре сданы желающим попасть в больницы. И мы предложили концепцию отеля для этих людей. Изначально мы планировали использовать здание под хостел для студентов, но эта идея отпала. Мы обследовали почти все хостелы города и выяснили, что студенты в них не живут – они снимают квартиры. Возможно, так сказывается южный менталитет. «У меня ребёнок учится в этом краевом центре в Университете, и я ему снимала квартиру в центре».

Заказов на подобные проекты – просчитать применение здания - становится все больше. Поступают заказы на управление сетями хостелов. Один из наших последних заказов – работа с более чем 60 хостелами для рабочих крупной государственной корпорации. Перед нами стояла задача повысить качество обслуживания, не сильно увеличивая бюджет. Задача очень сложная, но мы пробуем решить эту проблему – а эта задача решается установлением стандартов обслуживания, пересмотром количества и качества персонала, установкой жесткого, почти ежедневного, контроля за работой персонала хостелов. Подобные заказы поступают достаточно часто - несколько раз в месяц. При этом я не рекламирую эту часть своей работы. Я периодически пишу в соцсетях о своем видении управления хостелами и вообще по гостиничному бизнесу.

На самом деле, я могу сделать выводы о том, что происходит на рынке.

Рынок гостевых домов не урегулирован

- Алла, а вот это очень интересно! Расскажите, как же развивается отельный бизнес?

- Абсолютно очевидно, что с развитием внутреннего туризма будет расти и отельный рынок. И он не перемещается только на юг или в известные точки. На юге вообще беда с проживанием. Причем, именно с эконоом классом. Там огромное количество частного жилья сдается в аренду. Второй или третий год власти пытаются принять закон о гостевых домах, чтобы рынок не был стихийным,

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

Фокус – Москва и столичный регион

неурегулированным, чтобы гостевые дома подчинялись законодательству. Дискуссии идут до сих пор. Уже приняли первоначальный вариант этого закона, но он не устраивает туристическое сообщество. Потому что он не регулирует все необходимые моменты. По идее, все должно быть настолько же качественно и гарантировано, как в гостиницах 5 звезд.

Гостевые дома пока не регистрируются как гостиничные объекты. Для регистрации нужно получить паспорт безопасности, пройти категорирование. Пока такая задача не решена. Не понятно, откуда брать данные, кто там живет, а пассажиропоток на юг сейчас бьет все рекорды. Количество отдыхающих несет высокую нагрузку на всю остальную инфраструктуру.

Марина Сипатова, редактор журналистского агентства SS20.

<https://hotelier.pro/interviews/item/oteler-biznes-konsultant-alla-tsytovich-zakony-slabo-podderzhivayut-otelerov/>

На западе Москвы снесли нелегальную гостиницу

МОСКВА, 1 ноя - РИА Недвижимость. Здание, которое незаконно использовалось под гостиницу, снесли в районе Кунцево в Москве, сообщила столичная Госинспекция по недвижимости.

Здание гостиничного типа общей площадью более 2,1 тысячи квадратных метров располагалось по адресу: 2-я Мякининская улица, 19А. Землю по этому адресу выделяли только под индивидуальную жилую застройку, указывается в сообщении

"Несмотря на то, что изначально на территории учтен жилой дом, фактически здание без разрешительной документации было самовольно реконструировано – к трехэтажному строению был возведен четвертый мансардный этаж. При этом здание использовалось под гостиницу. Выявленные нарушения были рассмотрены в ходе судебных заседаний. Суд признал объект самовольной постройкой и постановил собственников снести его", - говорится в нем.

Владельцы не исполнили решение суда в добровольном порядке, поэтому демонтаж самостроя был осуществлен силами Госинспекции по недвижимости, добавила пресс-служба ведомства.

<https://realty.ria.ru/20231101/gostinitsa-1906617274.html>

Башкирский отельер «отмыл» на туристическом кешбэке более 11 миллионов рублей

В башкирском городе Сибай суд вынес приговор владельцу гостиницы «Алтынай» по статье о мошенничестве в особо крупном размере. От имени родных и друзей он бронировал номера в своем же отеле, получая туристический кешбэк, сообщает прокуратура республики.

Как выяснило следствие, директор объекта просил знакомых (67 человек) оформить новые банковские карты и передать ему за скромное вознаграждение (от 600 до 3000 руб.). При этом сами невольные соучастники были не в курсе преступного умысла отельера.

В период с января по апрель 2022 года осужденный сам клал деньги на эти чужие счета, оплачивал с них бронирования в «Алтынае» и получал туристический кешбэк. Данная программа была реализована в рамках нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства» и позволяла туристу получить 20%-ное возмещение стоимости путевки или номера в гостинице. Таким образом, отельер присвоил 11 млн 600 тыс. руб. из федерального бюджета.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Сибайский городской суд, изучив материалы уголовного дела, назначил директору гостиницы наказание в виде 4 лет 6 месяцев лишения свободы с отбыванием в исправительной колонии общего режима. Ему также придется возместить ущерб в размере почти 9 млн руб.

<https://www.tourdom.ru/news/bashkirskiy-oteler-otmyl-na-turisticheskom-keshbeke-bolee-11-mln-rublej.html>

5. Гостиничный бизнес за рубежом

Гостиничный сектор Европы полностью восстановился после пандемии

По оценкам Евростата, в 2022 году в ЕС было зарегистрировано в общей сложности 28,9 миллиона спальных мест в более чем 620 000 туристических объектах размещения (отели и гостиницы, кемпинги).

Данные показали полное восстановление предложения туристического размещения в 2022 году. По сравнению с 2020 годом, когда началась пандемия COVID-19, количество спальных мест увеличилось на 3% (+765 900), а отелей и гостиниц – на 4% (+24 400), а по сравнению с 2019 годом выросло как количество коек (+1%; +150 400), так и отелей (+1%; +3 600).

На долю Италии и Франции пришлось немногим более трети общего предложения в гостиничном секторе, с 5,2 млн и почти 5,1 млн койко-мест соответственно. Далее следуют Испания и Германия с 3,8 млн (13% от общего числа) и 3,6 млн (12%) койко-мест.

В 2022 году ЕС зарегистрировал в общей сложности почти 2,8 миллиарда ночей, проведенных в туристических объектах ЕС, из которых почти 1,6 миллиарда были проведены внутренними туристами и 1,2 миллиарда — иностранными гостями.

<https://hoteliernews.ru/gostinichnyy-sektor-evropy-polnostyu-vostranovilsya-posle-pandemii>

6. Интересное и полезное для отельера

Море возможностей для роста продаж

Одним осенним днем постоянный автор Hotelier.pro Павел Баскаков повстречался с Андреем Шемякиным, основателем и руководителем SEA Company - консалтинговой компании в области гостиничного бизнеса и маркетинговых коммуникаций, и в разговоре с ним узнал много интересного.

Оказывается... Но обо всем по порядку.

Павел Баскаков: Андрей, скажи, почему у компании такое «морское» название?

Андрей Шемякин: SEA – это аббревиатура, которую мы придумали, исходя из нашего рода деятельности. S – Sales, E – events, A – advertising (и PR). Буква «Е» еще имеет вариант расшифровки как E-commerce.

Павел Баскаков: Очень широкий у вас охват деятельности получается...

Андрей Шемякин: Да, да. Десять лет уже в этом году исполняется компании. В 2013 году мы были молоды и полны желаний.

Павел Баскаков: И решили охватить весь мир? Или, по крайней мере - море возможностей. Как у вас возник импульс открыть свою компанию, ведь вы делали блистательную карьеру в гостиничном бизнесе, работая на крупные бренды?

Андрей Шемякин: После работы в Radisson, «Метрополе», Sokos'е мне сделали одновременно три новых предложения о работе, и я подумал тогда – они все клевые эти предложения, но почему я должен выбирать.

Павел Баскаков: И тогда ты сделал сам себе новое четвертое предложение?

Андрей Шемякин: Да. Я решил, что хочу работать на всех и со всеми. Моими первыми клиентами стали мои бывшие работодатели. Sokos Hotels и Corinthia St. Petersburg. Руководители этих отелей отлично меня знали.

Павел Баскаков: Вы, SEA Company, оказываете услуги отелям по маркетинговому представительству. Как это выглядит?

Андрей Шемякин: Концепция представительства по продажам и маркетингу давным-давно была придумана за рубежом. У международных гостиничных цепочек имеются т.н. GSO – Global Sales Offices. Они занимаются тем, что поддерживают продажи из своего региона на отели своей сети. Но если вы индивидуальный отель, у вас такого офиса нет. При этом продажи вам тоже нужно поддерживать, а до 90% лиц, принимающих решения о командировках и работы с отелями по стране, сосредоточено в Москве.

Поэтому есть два пути – или нанять в свой штат людей и регулярно «гонять» их в Москву в деловые командировки для установления контактов с заказчиками и педалирования продаж или завязать сотрудничество с компанией, которая будет представлять ваши интересы в Москве.

Павел Баскаков: Выходит некая «москвацентричная модель».

Андрей Шемякин: Она обусловлена положением дел. И такая модель практически в любой стране мира имеется, и она центрична. Например, в США Вашингтон – центр принятия политических решений, а Нью-Йорк – центр деловой жизни. В результате отельеры из Вашингтона начали гонять в Нью-Йорк для получения бизнеса. Конечно, это финансово очень накладно. Но иначе выберет

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

Фокус – Москва и столичный регион

клиент Marriott или Hilton, но не их, потому что у гостиничных корпораций работают свои GSO в Нью-Йорке.

Разумеется, мало просто гонять в центр принятия решений, еще нужно понимание, как корпоративный клиент работает. К нему нужно заявиться не когда попало, а в подходящее время.

Крупные ритейлеры раз в год проводят RFP – Request for partnership, т. е. определение круга отелей-партнеров. Во время этого отели включаются и исключаются из корпоративного списка. До следующего RFP клиенту уже можно не рассказывать, каике вы хорошие.

Бизнес-агентства при этом являются лишь техническими исполнителями воли корпоративных заказчиков. Они практически никак не могут изменить список выбранных отелей в течение следующего года.

Павел Баскаков: Таким образом, представительство, в лице SEA Company, фактически становится GSO для индивидуальных отелей? Обладая необходимой экспертизой и опытом в подходе к клиентам.

Андрей Шемякин: Да. Будь то Башкирия, Камчатка, будь то какой-либо другой регион. В нас отели находят в Москве своего представителя по продажам. И продвижению. Чтобы в отеле были гости от корпоративных клиентов из Москвы. И не только. Мы работаем в Москве с федеральными заказчиками.

Павел Баскаков: Как работа представительства соотносится с работой управляющей компании?

Андрей Шемякин: Есть две большие половины – операционная деятельность: встреча и обслуживание гостей. Как раз это родная вотчина управляющей компании. А есть коммерческая деятельность - продажи, продвижение, маркетинг, реклама, онлайн-дистрибуция. Мы отвечаем за гостей до того момента, пока он не ступил ногой в отель. Дальше им занимается управляющая компания.

Павел Баскаков: А кто – в этом тандеме - занимается блогерами, инфлуэнсерами?

Андрей Шемякин: Тоже мы. Как и журналистами.

Павел Баскаков: Т. е. вам делегируется задача привести гостя в отель. В оговоренных объемах. И с использованием разных техник.

Андрей Шемякин: Все верно. Так работали представительства европейских, турецких, эмиратских и т. д. отелей в России. Но почему-то никто не представлял для русских российские отели. Эту нишу мы и заняли. Мы не говорим собственнику, что нужно, например, перекрасить стены или начать закупать пиво у такой-то пивоварни. Мы работаем с объектами как они есть, как его видит собственник.

Павел Баскаков: В чем состоит ваша работа? Sales calls (посещения клиентов), участие в выставках, воркшопы?

Андрей Шемякин: Очень много инструментов в работе. Все те приемы, что используют большие гостиничные цепочки, у нас в арсенале. Мы в договоре фиксируем KPI и инструменты. Это как раз отличает российских партнеров от зарубежных. Россияне более дотошны. Наши собственники хотят видеть конкретные цифры. Наша работа очень легко измеряется загрузкой и деньгами.

Павел Баскаков: А собственников легко убедить в таком сотрудничестве?

Андрей Шемякин: Сейчас уже легче. Но десять лет назад, действительно, собственник говорили – как так, кто-то будет помогать мне зарабатывать деньги. Т.е. лучше я заработаю меньше, но сугубо сам.

Павел Баскаков: Как работают ваши менеджеры?

Андрей Шемякин: Они разделены по сегментам. Один менеджер силен в работе с корпоратами, другой хорошо продает площадки под мероприятия и т.д. Отели у нас на обслуживании очень разные. Скажем, если в бутик-отеле нет конференц-зала, то менеджер по МСЕ не берет его в продвижение по своему сегменту и наоборот. Есть отели, которым интересно работать с туристическими компаниями. И т. д.

Павел Баскаков: А нет конфликта интересов между отелями, которые вы представляете?

Андрей Шемякин: Конфликта нет, потому что «подшефные» отели, в целом, у нас равномерно распределены по регионам.

Павел Баскаков: Т.е. вы отслеживаете эти моменты?

Андрей Шемякин: Отслеживаем. Мы не берем на обслуживание прямых конкурентов. Хотя в каком-то смысле все отели между собой конкуренты. Например, клиент хочет выехать с мероприятием из Москвы на расстояние до 3-4 часов. А это может быть и Владимирская область, и Санкт-Петербург.

Павел Баскаков: Конкуренция за клиентов обостряется? Или ... не очень. В каком состоянии находится рынок, по-твоему?

Андрей Шемякин: После пандемии мы пережили в розовых очках. Как только пандемия «осела», люди резко начали путешествовать, и мы получили взрывной бум внутреннего регионального туризма.

Павел Баскаков: ... который был обусловлен – целым рядом обстоятельств. Резкое сокращение количества рейсов за рубеж, тот же туристический кешбэк.

Андрей Шемякин: Да, кешбэк тоже сыграл на розовые очки отельера. Отельер увидел – о, у меня стала классная загрузка в отеле. Ну, теперь она всегда такой будет, поднимаем же внутренний туризм.

Павел Баскаков: Туристический кешбэк посеял определенные иллюзии.

Андрей Шемякин: У нас иллюзии все время возникают. ЧМ по футболу создал такие иллюзии, что, мне кажется, на них все еще живут некоторые. Любые такие громкие истории могут создавать иллюзии.

Павел Баскаков: Но не стала ли первым звонком для отельеров отмена туристического кешбэка?

Андрей Шемякин: Для многих эта отмена, да, стала, отрезвляющим фактором. Но при этом собственникам помогли с обнулением НДС на услуги отелей.

Истории, конечно, нужны, тем более, если они помогают загружать отели. Но не все понимают, что нужно все равно продолжать работать с клиентской базой. Стопроцентная загрузка сегодня ни о чем не говорит в отношении завтра. Если перестать заниматься базой, завтра ваши клиенты уйдут к конкурентам.

Павел Баскаков: А зачем уходить к конкурентам, если отель нравится?

Андрей Шемякин: Потому что лояльность теряется.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Павел Баскаков: А почему она теряется?

Андрей Шемякин: Потому что вы больше не проявляете внимания к клиенту, вы больше не даете ему специальные цены. Поскольку у вас хорошая загрузка складывается и без клиента.

Павел Баскаков: В этом главная ошибка отельеров в маркетинге и продажах?

Андрей Шемякин: Одна из. Не все понимают, что, если у вас 20 номеров, это не значит, что нужно иметь 20 категорий номеров. Ошибка в отсутствии тарифной сетки, понимании того, кому какую цену кому давать. Частая ошибка – отсутствие какой-либо маркетинговой упаковки отеля. Кто мы? Мы бутик-отель, мы MICE-отель? Нет понимания своего бизнес-микса. Отсюда не ясно, куда бежать за загрузкой. Далее – вопрос цены. У большинства корпоратов есть per diem – четко обозначенная стоимость максимального бюджета на день. Больше тратить не разрешено. Никакой апсейл в этом сегменте не работает.

Павел Баскаков: Когда вы настраиваете бизнес-микс отеля, вы отталкиваетесь от его инфраструктуры?

Андрей Шемякин: В том числе. Но и расположение отеля, и его формат. Во внимание принимается ряд аспектов.

Павел Баскаков: Как часто отелю нужно заявлять о себе?

Андрей Шемякин: Все время. Даже прекрасные показатели сейчас – это не гарантия успешной работы завтра. Можно пересматривать формат, но говорить о себе нужно всегда. Но, как я уже отметил, необходимо демонстрировать свою экспертность, знание правил игры, а не просто с roker face рассылать предложения, когда вам это захотелось сделать. Следует иметь в виду еще, что у it-компаний, например, есть целый райдер – список требований к номеру, в котором будет жить их сотрудник. Не каждый отель ему соответствует.

Павел Баскаков: В таком случае даже московские отели могут обращаться к вам, хотя сами находятся в Москве... если не обладают достаточной экспертизой.

Андрей Шемякин: Могут.

Павел Баскаков: У вас фиксированная цена за ваши услуги?

Андрей Шемякин: Да. Мы не берем комиссию с отелей за продажи приведенным клиентам. У нас есть абонентская плата. Обычно мы заключаем годовой контракт.

Павел Баскаков: Как повлиял на Вашу деятельность уход международных брендов из России?

Андрей Шемякин: Повлиял самым прямым образом. По сути, мы были конкурентами GSO. Теперь эти GSO ушли. Но спрос на такую систему, как GSO никуда не делся. Многие к этому привыкли. История с поддержкой и продажами отелям нужна. Отельеры хотят обслуживать гостей, а не искать их. «Боль» с поиском мы берем на себя.

<https://hotelier.pro/interviews/item/more-vozmozhnostey-dlya-rosta-prodazh/>