



Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 1102-2022

С 10 по 20 ноября 2022 года

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

Новый закон о туризме временно убран из плана законопроектной деятельности РФ

Совещание с участниками туристического рынка у назначенного временного куратора Минэкономразвития

Дмитрий Чернышенко будет курировать туризм в двух министерствах

«Туризм.рф» станет «распорядителем» федеральных земель для проектов туристической индустрии

2. Гостиничный рынок Москвы и Московского региона

Бизнес турист в Москве тратит порядка 35 тыс.рублей

Инвесторы построят три гостиницы на востоке Москвы по программе комплексного развития территорий

Гостиницу построят на месте аварийного здания в Даниловском районе на юге Москвы

В Москве появится гостиница на 26 номеров в Мещанском районе после реконструкции

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Новая кризисная ситуация и влияние на туристский и гостиничный бизнес

Стандарт «Всё включено» для гостиниц России могут ввести в 2023 году

В России начал работать еще один сервис онлайн бронирования отелей

Турбизнес: «Проблема в том, что люксовым отелям в России мы не нужны»

О завтрашнем дне...что будет с индустрией гостеприимства в ближайшие годы?

В 2023 году на курорте «Шергеш» начнется строительство отелей под брендом «Azimut Hotels».

4. Юридический практикум для отельеров и вопросы гостиничной безопасности

Гостиничный бизнес: не всегда выгоднее применять нулевую ставку налога

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

Фокус – Москва и столичный регион

На Серовском тракте сгорело кафе-гостиница

5. Гостиничный рынок за рубежом

В Турции хотят отказаться от 5-звездочных отелей

Шикарный отель в Турции завалили претензиями отравившиеся туристы:
гостиница начала подавать встречные иски

6. Интересное и полезное для отельеров

За чем следить, чтобы понимать динамику продаж на рынке и в отеле

Как отелю сэкономить на программном обеспечении 50%

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

Новый закон о туризме временно убран из плана законопроектной деятельности РФ

Депутаты планируют принять его в весеннюю сессию, но эксперты сомневаются в такой возможности.

Проект нового закона «О туризме и туристской деятельности» в настоящее время не стоит в плане законодательной деятельности Государственной Думы РФ, и вероятность его принятия в течение ближайших месяцев крайне мала, рассказали Profi.Travel источники, знакомые с ходом работы над документом.

По словам одного из собеседников, документ стоял в плане законодательной деятельности с прошлого года, и только в текущем году сроки рассмотрения переносились дважды. При этом проект закона не вносились принципиальные правки, поэтому не стоит ожидать, что Правительство внесет его на рассмотрение парламента текущей осенью или в среднесрочной перспективе, особенно после упразднения Ростуризма, который курировал работу.

«Самым разумным было бы сейчас выделить из этого закона положения, связанные с развитием туристических территорий, и принять их отдельным законом, поскольку это необходимо для запуска целого ряда проектов развития туристической инфраструктуры», — считает эксперт.

О том, что проект нового закона о туризме может быть внесен в Госдуму уже текущей осенью, а принят весной следующего года, ранее сообщил председатель комитета Госдумы по туризму и развитию туристической инфраструктуры Сангаджи Тарбаев в ходе международного туристического форума Travel Hub «Содружество», сообщает ТАСС.

«У нас на рассмотрении три законопроекта, которые мы надеемся в осеннюю сессию внести, а в весеннюю принять. Главным из них является основной закон о туризме, если мы этот вопрос решим, то дальше будет легче», — сказал Тарбаев.

При этом эксперты отмечают, что сами депутаты могут также внести закон на рассмотрение, поскольку являются субъектами законодательной деятельности. Однако пока никаких заметных шагов на этом направлении не предпринималось.

https://profi.travel/news/56295/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_24013_111122

Совещание с участниками туристического рынка у назначенного временного куратора Минэкономразвития

Замминистра экономического развития России Дмитрий Вахруков, назначенный куратором развития туризма, провел совещание с участниками рынка и руководителями отраслевых объединений в туризме, сообщили в пресс-службе Минэка.

В совещании приняли участие исполнительный директор АТОР Майя Ломидзе, президент ОСИГ Алексей Волков, вице-президент Российской гостиничной ассоциации Алексей Мусакин, врио президента РСТ Илья Уманский, ректор Российского Государственного университета туризма и сервиса (РГУТИС), председатель общественно-экспертного совета нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства» Александр Федудин, представители РСПП, АТА, Всероссийского объединения защиты прав туристов.

Темами совещания стали перспективы запуска «Электронной путевки», подготовка национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», оказание

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

Фокус – Москва и столичный регион

госуслуг в сфере туризма и другие вопросы, в том числе создание нового отраслевого закона.

В частности, представитель Минэка подчеркнул, что ведомство продолжит реализовывать программы, направленные на развитие туристической инфраструктуры, тем не менее, министерство настроено провести аудит их эффективности.

«Нацпроект новый, все механизмы, которые запускались — новые и нужна оценка их результативности и востребованности. Надо посмотреть на те эффекты, которые те или иные программы оказывают на отрасль. Все ранее принятые обязательства по программам поддержки, включая льготное кредитование будут исполняться», — прокомментировал Дмитрий Вахруков.

Он также добавил, что Минэкономразвития работает над реализацией правительственной программы поддержки туроператоров, направленную на возмещение затрат по вывозу туристов из-за рубежа после закрытия рядом стран воздушного пространства для российских самолетов. В ведомстве рассчитывает провести дополнительный отбор заявок уже в этом году.

С помощью федерального финансирования туроператоры смогут компенсировать расходы, связанные с оплатой чартерных рейсов, повторным приобретением билетов на регулярные рейсы, оплатой проживания туристов в отелях во время ожидания вывозного рейса.

«Перед отраслью стоит множество острых текущих вопросов, в том числе, и по нормативному правовому регулированию туризма. К примеру, ведение реестра турагентов, введение системы электронных путевок, ведение федерального реестра туроператоров, работа над новым законом о туризме, возврат денег по реализованным чартерным программам и др. На встрече получили ответы на наиболее острые вопросы, которые образовались за последнее время», — рассказал врио президента РСТ, туроператора «Алеан» Илья Уманский.

Вместе с тем, на совещании не затрагивались такие темы, как продление программы туристического кешбэка — одного из ключевых проектов, созданных командой Ростуризма и получившего очень высокую оценку участников отрасли. По словам одного из собеседников Profi.Travel, существует высокая вероятность того, что программа не получит дальнейшей поддержки Минэка и не будет продолжена в будущем.

<https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/93131/>

Дмитрий Чернышенко будет курировать туризм в двух министерствах

Заместитель председателя правительства РФ Дмитрий Чернышенко будет курировать реализацию госпрограммы «Развитие туризма» в Минстрое и Минэкономразвития, эти изменения были опубликованы на сайте кабмина, сообщает ТАСС. Они были введены с учетом ликвидации Ростуризма.

Ранее Минэкономразвития было подчинено только первому вице-премьеру Андрею Белоусову, а Минстрой — вице-премьеру Марату Хуснуллину. В результате перераспределения полномочий Чернышенко будет курировать Минэк по вопросам «выработки и реализации государственной политики в сфере туризма», а Минстрой — по реализации нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства». Кураторство будет осуществляться через профильных замминистров в каждом из ведомств.

По всем остальным вопросам оба ведомства будут курировать Андрей Белоусов и Марат Хуснуллин.

Ранее Минэкономразвития опубликовало проект изменений в государственную программу Российской Федерации «Развитие туризма». Документ предполагает передачу ряда полномочий упраздненного Ростуризма в части реализации программы ведомству Максима Решетникова.

По словам одного из экспертов, который прокомментировал Profi.Travel текущую ситуацию, технически внесенные изменения дают Дмитрию Чернышенко возможность напрямую давать поручения по вопросам развития туризма двум министерствам. Кроме того, вице-премьер получит контроль над корпорацией «Туризм.РФ», которая тесно связана именно с Минстроем и курирующим его Маратом Хуснуллиным. Эффективность этой схемы на практике покажет только время, добавил собеседник.

https://profi.travel/news/56327/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_24148_181122

«Туризм.рф» станет «распорядителем» федеральных земель для проектов туристической индустрии

Президент Владимир Путин согласовал предложение вице-преьера Дмитрия Чернышенко передать право распоряжения федеральными землями под инвестиционные проекты в сфере туризма корпорации «Туризм.рф». Под эти изменения уже подготовлен и внесен в Госдуму законопроект. Редакция Profi.Travel собрала мнения экспертов турбизнеса по этому поводу.

Нормативная основа: от предложения до поручения и законопроекта

В перечень поручений президента предложение вице-преьера Дмитрия Чернышенко вошло со следующей формулировкой: «Правительству Российской Федерации в рамках совершенствования земельных и имущественных отношений в целях развития туризма:

а) обеспечить внесение в законодательство Российской Федерации изменений, предусматривающих наделение акционерного общества „Корпорация Туризм.РФ“ в качестве агента Российской Федерации полномочиями по распоряжению земельными участками и объектами недвижимости, находящимися в федеральной собственности, для создания объектов туристской индустрии и обеспечивающей инфраструктуры, определив порядок осуществления таких полномочий;

б) рассмотреть вопрос о целесообразности внесения в законодательство Российской Федерации изменений, предусматривающих возможность использования земель сельскохозяйственного назначения в туристических целях по согласованию с уполномоченными федеральными органами исполнительной власти». Срок исполнения поручения — до 1 мая 2023 года.

Параллельно эта история получила развитие в виде подготовленного Минстроем законопроекта «О содействии развитию туристической инфраструктуры в Российской Федерации», который был опубликован на Федеральном портале проектов нормативных правовых актов в конце сентября текущего года. Этим документом вводится понятие единого института развития (ЕИР). Он наделяется статусом агента РФ, который от своего имени сможет совершать сделки с земельными участками и прочими объектами недвижимости, находящимися в федеральной собственности. При этом решение о включении их в оборот будет приниматься правительственной комиссией. Напрямую в проекте федерального закона корпорация «Туризм.РФ» не называется, но очевидно, что этот норматив готовился именно под нее. По словам источника Profi.Travel, по документу уже есть экспертная оценка и аналитика. «Пока там многие пункты сырые и недоработанные», — прокомментировал источник издания, не вдаваясь в детали.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Цели и обоснования: чем передача полномочий по распоряжению земель «Туризм.рф» поможет бизнесу?

Тем не менее, задача, которую пытаются решить власти таким способом, вполне понятна. «Главная цель в том, чтобы сократить период согласования использования земель для реализации инвестиционных проектов», — говорит бизнес-омбудсмен в сфере туризма и учредитель юридического агентства «Персона Грата» Георгий Мохов.

Как поясняют игроки туррынка, сейчас возникает множество вопросов по целому ряду территорий, которые могли бы быть использованы в сфере туризма. «Часто из-за отсутствия решения по земельному вопросу действительно достойные, приоритетные инвестиционные проекты по развитию туристской инфраструктуры зависят от . Поэтому необходимо сделать этот процесс быстрым и безбарьерным», — уверен вице-президент Федерации рестораторов и отельеров России, генеральный директор УК «Альянс Отель Менеджмент» Вадим Прасов.

Инициативу Минстроя и вице-преьера РФ поддерживают и в общественном объединении предпринимателей «Опора России». «За основу этой идеи был взят пример корпорации „Дом.рф“, которой передали аналогичные полномочия в сфере строительства. Сейчас корпорация „Туризм.рф“ даёт деньги под крупные инвестпроекты, но не может заниматься подготовкой земельных участков, которые необходимо должным образом откатастрировать, решить вопросы, связанные с изменением режима пользования, сделать проект очистных сооружений, газификации, дорог и т.д. А это очень серьезные по времени и по капиталовложениям процедуры, которые затягивают строительство на 3-5 лет. Если эти функции будет на себя брать корпорация, инвестиционные проекты по развитию туристической инфраструктуры, которой катастрофически в России не хватает, смогут реализовываться и быстрее, и дешевле», — считает глава объединения предпринимателей «Опора России» Александр Калинин.

О каких землях идет речь?

Немного теоретической части, чтобы понимать, о чем идет речь. Земельный фонд в России распределяется по категориям в соответствии со следующими критериями: вид, форма собственности и целевое назначение. Земельным Кодексом РФ определяются 7 основных категорий земельного фонда. Наиболее многочисленные — земли лесного фонда (занимают примерно 64% от общей площади страны), далее идут земли сельскохозяйственного назначения (около 22,5%), земли запаса (4,8%), особо охраняемые земли (3,2%), земли для обеспечения обороны, космической деятельности, безопасности и иного специального назначения (2,8%), земли водного фонда (1,5%) и земли поселений (1,2%).

В то же время земля может находиться в муниципальной, частной и государственной собственности. Последняя, в свою очередь, делится на собственность субъектов РФ и федеральную, о которой и говорится в поручении президента. В государственной и муниципальной собственности находятся наибольшая доля земель нашей страны — 92,2% (1576,9 млн га), в собственности юридических лиц — 0,9% (15,9 млн га) и в собственности граждан — 6,9% (117 млн га). Причем, согласно исследованиям, доля приватизированных земель выше в южных и юго-западных районах страны (наиболее привлекательных с точки зрения туризма) и убывает по направлению на северо-восток.

Наибольший интерес для инвесторов, планирующих строительство туристических объектов на федеральных территориях, представляют сельскохозяйственные земли. И вопрос их перевода из одной категории в другую обсуждается профессиональным сообществом и представителями власти уже не один год. Действующее российское законодательство запрещает использовать земли

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

Фокус – Москва и столичный регион

сельхозназначения для строительства объектов, не связанных с сельхозпроизводством. Получить возможность расселить некоторое количество гостей и построить, к примеру, точки общепита, дать возможность инвесторам перевести непригодные для сельского хозяйства земли под цели развития туристической инфраструктуры, назрел давно.

«Сейчас эта процедура настолько сложна и запутанна, что фактически является нерабочей», — считает заместитель руководителя Комитета по туризму «Опоры России», член рабочей группы по сельскому туризму при Госдуме и руководитель консалтинговой компании «Природный кодекс» Марина Ненарокова. По ее мнению, переживать за то, что туризм «отберет» у сельского хозяйства лакомые кусочки, не стоит: никто и не претендует на плодородные земли, в России есть масса неудобья — непригодных для сельхозобработки территорий. Во-вторых, большое количество давно построенных объектов туризма уже существуют на землях сельскохозяйственного назначения, сейчас этот бизнес находится в теневом секторе, и ему необходима «сельскохозяйственная амнистия».

О важности и актуальности решения вопроса с переводом земель из одной категории в другую говорит и Вадим Прасов: «На самостоятельное изменение назначения земель через администрации регионов у инвестора могут уйти годы и внушительные суммы денег. Эту землю ещё и не переведут. При этом в реальности она может быть даже не пригодна для целей сельского хозяйства. В итоге участок просто будет стоять заросший бурьяном, когда на нем можно было бы построить отель или конгресс-центр, музей, аквапарк, развлекательный парк и т.д. Поэтому не вижу ничего плохого, чтобы наделить адекватную структуру (речь о корпорации „Туризм.рф“ — ред.) полномочиями по вовлечению земельных участков в оборот для развития туризма».

Опасения и предложения турбизнеса

При этом профессионалы турбизнеса видят в такой схеме не только положительные моменты, но и определенные риски, которые необходимо изначально проработать и учесть в будущих нормативных актах.

«У любого большого строительства, истории с развитием инфраструктуры должен быть хозяин, регулятор. Сейчас мы видим этого регулятора в лице корпорации „Туризм.рф“. Меня как предпринимателя и общественника, который с этим работает давно, тревожит то, что „Туризм.рф“ изначально был и остаётся структурой, нацеленной на крупный бизнес. Есть опасения, что малый и микро-бизнес и в случае с землей окажется за бортом», — комментирует Марина Ненарокова.

Другие игроки рынка также обращают внимание на высокий порог «входа» в проекты, которым помогает с инвестициями корпорация. «Как-то все забыли, что „Туризм.рф“ — это большие инвестиции не только в общую инфраструктуру, но и в очень много маленьких бизнесов вокруг этих якорных объектов, генерирующих основной туртрафик, которые также строятся на земле. Сколько усилий нужно приложить малому бизнесу, чтобы выполнить все требования, установленные корпорацией „Туризм.рф“? Сколько заплатить за консультантов? Сколько бумаг собрать? Если вы крупный девелопер, то сможете потянуть эти затраты, а если МСП, то уже вряд ли. Это похоже на принудительное поглощение рынка», — комментирует один из экспертов, пожелавший остаться неназванным.

С другой стороны, в туротрасли отмечают, что высокий порог «входа» становится своеобразным фильтром, отсеивающим нежизнеспособные, непроработанные проекты. «Отсечка по качеству инвесторов, проработки, привлечённых специалистов-экспертов в инвестпроекты необходимы корпорации. Для этого в „Туризм.рф“ создают определенные барьеры», — комментирует

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

Фокус – Москва и столичный регион

генеральный директор АНО Управляющая компания туркластерами Свердловской области Леонид Гункевич.

Но есть у игроков рынка и другие опасения. Например, будут ли учтены территориальные особенности, если земельным вопросом в регионах займутся специалисты из Москвы? Окажутся ли у представителей федеральной структуры нужные контакты, понимание, как устроен бизнес, как происходит взаимодействие с местными властями и т.д.? И не помешает ли в конечном итоге «сторонний взгляд» эффективному развитию территорий с точки зрения туризма?

Чтобы избежать этих негативных моментов, Леонид Гункевич предлагает создать представительство «Туризм.рф» в каждом регионе. По его мнению, прежде чем распоряжаться земельными участками, необходимо заняться вопросами грамотного мастер-планирования территорий и обязательно с вовлечением местных экспертов и профессиональных сообществ. «Подход, когда федералы без учета мнения региона поручают кому-то сделать мастер-план, вряд ли будет эффективным. У нас, например, особенный регион, никто здесь не любит давление. Оно вызывает противодействие. Может быть, в каких-то субъектах РФ это работает по-другому, может, там нет специалистов в сфере мастер-планирования, разработки концепций и территориального планирования, и они будут рады, если за них кто-то что-то сделает (и не важно устроит ли их результат). Галочку поставят и все. Но у нас на Урале, во-первых, есть профессиональные команды. Во-вторых, все проекты, которые мы реализуем, основаны на принципах соучаствующего проектирования», — добавляет эксперт.

Еще одна потенциально опасная тема в том, что наделение полномочиями по распоряжению федеральными землями одной структуры может привести к ее монопольному доминированию на рынке со всеми отсюда вытекающими негативными последствиями. «Не будет борьбы за ресурсы, нормального девелопмента, который развивается по правилам конкуренции. Инвесторам начнут говорить: делай тут, делай так, — рассуждает собеседник издания. — Мы видим процесс жесткой централизации и отбора полномочий у регионов. Хотя одновременно на федеральном уровне транслируется посыл: давайте дадим больше компетенций субъектам РФ. А в этом случае получается наоборот. Эта история могла бы быть со знаком плюс, если бы „Туризм.рф“ занималась созданием единого банка земельных участков, подготовленных под инвестиции. То есть начинать нужно не с передачи прав корпорации, а с аналитики, подготовки земельных участков, территориального планирования».

Впрочем, такую позицию разделяют не все. «С точки зрения эффективной реализации таких полномочий без их превышения риски есть всегда. Но пока корпорацию упрекнуть не в чем», — считает Георгий Мохов.

В целом собеседники издания надеются, что отрасль только выиграет от наделения «Туризм.рф» полномочиями агента по распоряжению федеральными землями с высоким турпотенциалом. Это поможет упростить выделение участков под строительство и сократить нулевой цикл реализации проектов. А перегибов удастся избежать. «Задача отрасли за ближайшие полгода — разработать критерии: какие земли можно переводить, какие нет, а не решать все на местном уровне по „понятиям“, пользуясь тем, что проверяющие органы закрывают на это глаза», — подытоживает Марина Ненарокова.

https://profi.travel/articles/56300/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_24028_121122

2. Гостиничный рынок Москвы и Московского региона

Бизнес турист в Москве тратит порядка 35 тыс.рублей

Москва уже несколько лет остается лидером по количеству внутренних и въездных деловых туристов. Так, за прошлый год с деловыми целями столицу посетили 3,2 млн человек. Большая часть из них — жители других регионов.

Средний чек внутреннего делового туриста оказался в 1,4 выше, чем у тех, кто приезжает в столицу с личными целями — это около 35 тыс. руб. за одну поездку, свидетельствуют данные Мостуризма. В первую очередь это связано с тем, что туристы с личными целями, как правило, экономят на проживании: они чаще размещаются у друзей или родственников. На проживание у деловых туристов приходится четверть всех расходов, и 43% из них предпочитают размещаться в отелях категории 3* и выше. Еще около 20% расходов — траты на питание: столичные кафе, рестораны часто служат не только местом делового бранча или ужина, но и местом для переговоров.

Туристы из ближнего и дальнего зарубежья тратят за поездку в столице 75 тыс. и 158 тыс. руб. соответственно. При этом их средневзвешенный чек почти в два раза выше, чем у туристов, посетивших столицу с иными целями. У бизнес-туристов из ближнего зарубежья основная статья расходов приходится на билеты в Москву и обратно — 27% от бюджета поездки. Деловые туристы издавна больше всего тратят на проживание в столичных гостиницах 3* и выше, а также на питание и прочие расходы.

Мировой рынок делового туризма постепенно восстанавливается и, по оценкам экспертов, достигнет допандемийного уровня к 2026 году. Для того, чтобы поддержать индустрию сегодня, правительство Москвы выделяет предпринимателям субсидии для проведения корпоративных мероприятий, таких, как MICE Excellence Forum 2022. Он прошел в Москве при поддержке Мостуризма.

«Увеличению делового турпотока поспособствуют несколько факторов: программа лояльности для отелей, снижение стоимости авиа- и железнодорожных билетов, а также выгодные турпакеты с культурными мероприятиями в городе», — рассказала Татьяна Прудникова, заместитель директора отдела продаж и маркетинга отеля Plaza Garden Moscow WTC.

Чтобы получить поддержку Мостуризма, организаторам нужно соблюсти три условия: собрать не менее 100 участников (причем минимум 20% необходимо разместить в московских гостиницах), работать минимум два дня и включить в план мероприятия экскурсионную программу по столице.

«Организация конференций, конгрессов, форумов и других деловых мероприятий оказывает значительный мультипликативный эффект на развитие экономики городов, — рассказывает Майя Анурова, начальник управления по развитию делового туризма Комитета по туризму города Москвы. — Деловые мероприятия обеспечивают доход для всех категорий подрядчиков круглый год, в том числе в низкий туристический сезон. А регулярное проведение тематических конгрессов и конференций позволяет позиционировать город как центр компетенций в той или иной отрасли экономики».

Организаторы крупных форумов и выставок прогнозировали спад делового туризма в Москве на 20–30% в этом году в связи с уходом части иностранных компаний из России. «Мы находимся в процессе глобального разворота. Компании не только из России, но и, например, Китая и Индии перепрофилируются, чтобы возместить уход из России качественных брендов, — отмечает Ольга Моисеева, гендиректор «Евроэкспо». — Деловые мероприятия сегодня очень нужны и им, и заказчикам, чтобы познакомиться и принять решение о заключении контракта».

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

Фокус – Москва и столичный регион

В тройке стран-лидеров по количеству столичных деловых туристов за девять месяцев 2022 года оказались Узбекистан, Казахстан, Китай. 41% всех иностранных туристов приезжают из стран ближнего зарубежья, а 22% — из Европы.

<https://hotelier.pro/news/item/biznes-turist-v-moskve-tratit-poryadka-35-tysyach-rublej/>

Инвесторы построят три гостиницы на востоке Москвы по программе комплексного развития территорий

На Кусковской улице появится отель, рассчитанный на 300 номеров, а на участке бывшей промзоны «Прожектор» — гостиница на 400 номеров.

На месте участка бывшей промзоны и двух неэффективно используемых территорий в Восточном административном округе инвесторы построят три гостиницы общей площадью 72 тысячи квадратных метров по программе комплексного развития территорий. Об этом сообщил заместитель Мэра Москвы по вопросам экономической политики и имущественно-земельных отношений Владимир Ефимов.

«В рамках реорганизации бывших промзон и неэффективно используемых территорий в столице строят жилье и современные предприятия, создают общественно-деловые пространства, возводят другие важные для города объекты. Так, в районах Новогиреево, Сокольники и Перово на востоке Москвы на участках более чем в 33 гектара появится три гостиницы. Общая площадь строений составит 72 тысячи квадратных метров», — рассказал Владимир Ефимов.

По словам Министра Правительства Москвы, руководителя Департамента городского имущества Максима Гамана, на неэффективно используемой территории на Маленковской улице будет возведена гостиница площадью 40 тысяч квадратных метров.

«На Кусковской улице инвестор построит отель, рассчитанный на 300 номеров, а на участке бывшей промзоны “Прожектор” появится гостиница на 400 номеров в составе фешен-кластера, представляющего собой творческое пространство, которое объединит перспективные молодые бренды», — отметил Максим Гаман.

Проект комплексного развития территорий призван вернуть в оборот заброшенные или неэффективно используемые земли города. Он позволит создать около 550 тысяч новых рабочих мест. Общий объем инвестиций составит семь триллионов рублей, а в бюджет поступит около трех триллионов рублей.

Первый договор о комплексном развитии территорий заключили в 2020 году, чтобы преобразовать производственную зону Октябрьское Поле. В начале ноября 2020-го в Москве состоялся первый в стране аукцион на право заключения договора комплексного развития территорий, в рамках которого реорганизуют часть бывшей промзоны Коровино. В начале июня 2021 года на XXIV Петербургском международном экономическом форуме подписано еще два договора — о комплексном развитии территории Кунцево и второго участка бывшей промзоны Коровино. В сентябре 2021-го по итогам проведения аукциона подписан пятый договор — о реорганизации бывшей промзоны Алтуфьевское Шоссе.

В этом году город заключил еще три соглашения — о редевелопменте заброшенной стройки на западе города в районе Тропарево-Никулино, бывшей промзоны Братцево и неэффективно используемого участка в Тимирязевском районе. В августе также на аукционе определили инвестора для реорганизации бывшей промзоны Теплый Стан.

Кроме того, столица назначила городских операторов, которые преобразуют участки бывших промзон «Южный порт», Зюзино, Грайвороново, Варшавское

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

Фокус – Москва и столичный регион

Шоссе и неэффективно используемую территорию по адресу: проспект Маршала Жукова, владения 4 и 6.

<https://www.mos.ru/news/item/113069073/>

Гостиницу построят на месте аварийного здания в Даниловском районе на юге Москвы

ИНТЕРФАКС-НЕДВИЖИМОСТЬ — Гостиница появится на месте снесенного аварийного здания в Даниловском районе, сообщили в пресс-службе столичной Госинспекции по недвижимости.

"Расположенное на нем строение площадью 456 кв. м находилось в полуразрушенном состоянии. Из-за серьезных повреждений объект был включен в перечень ветхого фонда, после чего совместно с собственником была составлена дорожная карта по его демонтажу. Владелец самостоятельно снес аварийное здание. В дальнейшем арендатор планирует построить на освободившейся территории гостиницу", – рассказал глава ведомства Иван Бобров.

Уточняется, что земельный участок по адресу: ул. Автозаводская, дом 24, корпус 1 был арендован организацией, однако территория и постройка давно не использовались.

Ранее сообщалось, что одобрено строительство гостиницы на Никитском бульваре возле Дома журналистов. На пересечении Воздвиженки и Никитского бульвара, где появится новая гостиница, ранее находился четырехэтажный особняк, известный как "Соловьиный дом". Его снесли в 1990-е годы.

В 2004 году бизнесмен Тельман Исмаилов планировал застроить участок административно-торговым объектом площадью 27 тыс кв. м ориентировочной стоимостью \$39,7 млн. Но планы не осуществились, как и намерения предыдущего инвестора, расселявшего существовавшее здесь здание и планировавшего застроить площадку.

<https://realty.interfax.ru/ru/news/articles/140910/>

В Москве появится гостиница на 26 номеров в Мещанском районе после реконструкции

В Москве реконструируют здание и разместят в нем гостиницу на 26 номеров в Мещанском районе, сообщили в пресс-службе Москомстройинвеста.

В пресс-службе заявили, что градостроительно-земельная комиссия Москвы (ГЗК) во главе с мэром Сергеем Собяниным приняла решение о внесении изменений в правила землепользования и застройки столицы (ПЗЗ) в отношении территории по адресу: Малый Сухаревский пер., вл. 4, стр. 1.

Сейчас там находится офисное здание площадью около 1 тыс. 380 кв. м.

По словам ответственного секретаря ГЗК Анастасии Пятовой, по итогам внесения изменений в ПЗЗ инвестор сможет начать реконструкцию здания. После ее окончания в нем смогут разместить гостиницу на 26 номеров.

<https://abnews.ru/2022/11/9/v-moskve-poyavitsya-gostinicz-na-26-nomerov-v-meshhanskom-rajone-posle-rekonstrukcii>

3. Анализ и события региональных туристско-гостиничных рынков РФ

Стандарт «Все включено» для гостиниц России могут ввести в 2023 году

Об этом представителям СМИ рассказал исполняющий обязанности президента Российского союза туриндустрии (РСТ) Илья Уманский. Есть информация, согласно которой стандарты планируют утвердить до конца декабря 2022 года.

Илья Уманский отметил, что российские стандарты не имеют принципиального отличия от своих зарубежных аналогов. Прописаны требования по наличию в гостиничных комплексах анимации, детских клубов, спортивных мероприятий. Эксперт отметил, что туристы, которые путешествуют семьей, отдают предпочтение такому стандарту предоставления услуг.

Большая часть гостиниц, которые будут соответствовать новым стандартам «все включено», в большинстве своем расположены на Кубани. Такие средства размещения есть в Крыму, Московской области и других российских регионах. Илья Уманский не исключил появление таких объектов на горнолыжных курортах.

<https://hotelier.pro/news/item/standart-vse-vklyucheno-dlya-gostinits-v-rossii-mogut-vvesti-v-2023-godu/>

В России начал работать еще один сервис онлайн бронирования отелей

Его запустила «МТС Travel». Прочитируем сообщение компании:

«МТС Travel запустила сервис бронирования отелей по России на платформе travel.mts.ru. В перспективе площадка объединит в себе несколько технологических продуктов МТС и партнеров и поможет решать разнообразные задачи по организации самостоятельных путешествий - от покупки билетов на транспорт до организации экскурсий и развлечений».

Дополнительно сообщается, что в настоящее время интернет-ресурс предлагает забронировать проживание в почти 14 000 гостиниц, расположенных в различных регионах России. В компании «МТС Travel» сообщают, что планируют увеличить число отелей, представленных в их системе онлайн-бронирования. Уточняется, что доступ к базе средств размещения предоставляет Bronevik.com. Сделку по покупке этого интернет-ресурса «МТС Travel» провела в июле 2022 года.

В компании отметили, что будут работать над повышением туристического потенциала регионов России за счет использования ресурсов экосистемы МТС.

<https://hotelier.pro/news/item/v-rossii-nachal-rabotat-eshche-odin-servis-onlayn-bronirovaniya-otелей/>

Турбизнес: «Проблема в том, что люксовым отелям в России мы не нужны»

Отельеры, туроператоры и агенты обсудили ситуацию с комиссией, по которой они никак не могут прийти к согласию.

После введения санкций и исчезновения многих привычных россиянам направлений отдыха проблемы между российскими отелями и турбизнесом, который отправляет в них туристов, обострились до предела. Особенно остро этот вопрос стоит в люксовом сегменте, где турфирма может потратить огромное количество усилий на сборку премиального тура, но в итоге потеряет клиента,

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

Фокус – Москва и столичный регион

которому выгоднее забронировать размещение напрямую. Точки соприкосновения в этой непростой ситуации искали на круглом столе «Премиальный туризм в России: практика, проблемы, перспективы», в рамках форума Best Russia 17 ноября.

«Мы 18 лет занимаемся индивидуальными турами в премиум-сегменте по всему миру, периодически бронировали и Россию — в основном для «невъездных» клиентов. Теперь, по понятным причинам, таких заявок гораздо больше. И честно говоря, каждый раз это просто беда. Не готова Россия работать с туроператорами и агентами. Отели в высокий сезон не дают нам комиссию — считают, что у них и так с продажами все неплохо. В частности, такая ситуация ежегодно складывается в Сочи. Но и не только там. В результате клиенту оказывается выгоднее забронировать размещение самому по каким-то бонусам. Вы не представляете, сколько vip-клиентов уходит только из-за того, что отели не дают паритетных цен. У премиального сегмента в нашей стране огромный потенциал. Но как зарабатывать на России, я честно не понимаю», — говорит генеральный директор туроператора «Клуба путешествий ПЕРСОНА» Евгения Комарова.

По ее словам, если бы отели готовы были круглый год давать туроператорам хотя бы 15%, а агентствам — 10% комиссии, они получили бы большую отдачу от этого канала продаж. Пока же у турбизнеса нет стимула работать бесплатно и терять после этого клиентов — в следующий раз они просто не станут предлагать этот объект.

Другие участники круглого стола, представляющие туроператорский и турагентский бизнес, поддержали эксперта. По их словам, ни на одном зарубежном рынке такой проблемы не существует — во всем мире правила сотрудничества прозрачны и определены заранее. И только в России это каждый раз лотерея. Отельные крайне неохотно идут на заключение контрактов. Туроператорам и агентам зачастую либо отказывают в комиссии, либо «торгуются»: если клиент планирует остановиться надолго, заказать пикник / катание на яхте/ полет на вертолете или другие недешевые услуги, тогда отель может согласиться на условия клиента. «А на Новый год при любом запросе клиента, даже на несколько миллионов, комиссию получить невозможно, — замечает Евгения Комарова. — Почему я на Мальдивах на Новый год зарабатываю, а на России — нет? Особенно если это одна сеть отелей, та же Radisson, например».

На этот вопрос ответил генеральный менеджер Radisson Collection Hotel Станислав Кондов. «Когда главный офис дает тебе определенные цифры и ставит KPI, мы не можем начать раздавать комиссию направо и налево. Нам нужно сначала увидеть ваш бизнес, понять, какая у нас будет от сотрудничества с вами отдача. Мы готовы обсуждать условия, все знают, что я всегда открыт к диалогу. Но мне нужна конкретика, я ставлю в договоре свою подпись только тогда, когда я в вас уверен. Что касается Сочи: да, действительно, в сезон отели переполнены, там прекрасно понимают, что номера уйдут все. На Мальдивах отельеры гораздо больше зависят от турфирм, чем в России. Отсюда и разница в работе», — признал он.

Рынку нужны единые правила игры

Рынку необходимы четкие, прозрачные правила игры, говорит Элина Акиншина, модератор круглого стола и генеральный директор туроператорской компании «Планета Сочи». «Если у отельера есть ожидания по оборотам туроператора или агента, пусть он сообщает их заранее. Сейчас у нас обратная ситуация: когда мы спрашиваем отель, какие объемы он хотел бы видеть, нам отвечают примерно так: «Ну... побольше!». Или, например, когда «Газпром» открывает продажи прямым клиентам, а агентам закрывает, и это создает конфликтную ситуацию. На мой взгляд, так не должно быть. Скажите, за какие комнаты и какое количество ночей вы готовы давать комиссию, и у нас с вами

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

Фокус – Москва и столичный регион

получится улица с регулируемым движением, тогда и «аварий» не будет. Когда условия работы непонятны, непрозрачны, начинаются эти «аварии», негатив, стресс у агента, который он передает всему остальному рынку, там начинается уже коллективный стресс, в итоге страдают от этого абсолютно все звенья отрасли», — поясняет эксперт.

«В итоге мы не бронируем отели, а уже много лет обсуждаем одну и ту же тему: что в целом мы готовы продавать Россию, но только после того, как нам будет понятны условия работы. А в ответ слышим: а вы нам сначала покажите, как вы умеете продавать наш люкс, а потом мы с вами договоримся об этих условиях. Пока эта ситуация не изменится, доля агентских продаж и не станет заметно выше — отельеры сами всячески препятствуют этому», — считают агенты.

Коммерческий директор курорта «Игора», сети отелей «Точка на карте» (Карелия) Елена Махрова предложила турфирмам добавлять к стоимости номера цену за свою работу. По ее мнению, если называть клиенту только итоговую сумму за весь набор услуг, то он не станет разбираться, что сколько стоит, и не увидит разницу в тарифах. Однако большинство участников круглого стола с ней не согласилось. «В сегменте люкс это не работает. У нас клиент не платит за некий «пакет», как в массовом туризме, у нас возможна только прозрачная калькуляция», — пояснили они.

Тем не менее, по словам Елены Махровой, агенту, с которым пока еще нет договорных отношений, нельзя начинать разговор с отелем с просьбы о комиссии. Но вполне можно вести диалог: если удастся показать, что клиент бронирует много ночей и еще дополнительные сервисы, то с ним могут обсудить индивидуальные комиссионные условия. На вопрос «Так почему отель в Новой Зеландии мне сразу дает эти условия, а у вас необходимо их выторговать?» — она ответила так: «У нас 30 номеров и средняя загрузка по году — 95%. А бронирование у нас идет за полгода. Поэтому я знаю, что в любом случае их продам».

«В этом и проблема: люксовым отелям мы не нужны!» — замечает Евгения Комарова. — То есть нам нужно ждать, когда придет клиент, сформирует свой запрос, после этого мы можем пойти в отель и попробовать договориться. А я не хочу ждать, я хочу делать вам бизнес! Я готова вас рекламировать клиентам, рассказывать о разных ваших фишках, но для этого мне нужно понимать, сколько я на этом заработаю».

Впрочем, Елена Махрова с ней не согласилась. «Безусловно, вы нам очень нужны. И если вы придете к нам заранее, за полгода, мы сможем вам сразу дать комиссию, подтвердить номер и все, что необходимо будет вашему клиенту. Потому что для отеля самый дорогой номер тот, который остается пустым. И конечно мы заинтересованы его продать. Но мы тоже хотим, чтобы нас слышали и не приходили к нам сразу со своими условиями», — пояснила она.

Проблема в отсутствии конкуренции

Участники круглого стола пришли к выводу, что такая ситуация складывается во многом из-за отсутствия конкуренции: в России крайне мало действительно достойных объектов в сегменте люкс. А если смотреть с точки зрения турбизнеса, то их и вовсе можно пересчитать по пальцам, добавляют эксперты. Потому что у одного непрозрачные условия, у другого периодически сбоит система и так далее. В результате остается всего 5-6 отелей, с которыми турбизнес действительно хочет сотрудничать. «А если бы их было 20 тысяч, взаимоотношения были бы совсем другие. Мы сейчас находимся в самом начале этого пути, и здесь должны быть какие-то «кредитные каникулы», некий траст доверия от отелей. Иначе мы так и не сдвинемся с этой мертвой точки. Например, в Marriott в Европе нам идут навстречу, когда мы объясняем, что не можем работать, если у DMC их номера можно найти на

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

Фокус – Москва и столичный регион

20% дешевле. Нам предлагают выбрать ряд объектов, которые приоритетны для наших клиентов, и работать по ним на других стартовых условиях, пока мы не сможем подтвердить необходимые объемы продаж. Если мы их подтверждаем, то получаем привилегии и по остальным отелям. Это — нормальный рыночный подход», — заявила директор Aspire Lifestyles в России, СНГ и странах Балтии Елена Филипченкова.

Станислав Кондов парирует: в России на данном этапе сложно представить себе ситуацию, в которой открылось бы 20 тысяч люксовых отелей. «Некорректно сравнивать Россию хотя бы с Турцией, где огромные курортные зоны, удобная логистика, где вся инфраструктура развита. Здесь таких зон практически нет. Разве что в Сочи — да и то только потому, что это наследие Олимпиады. Везде проблема и с дорогами, и с инфраструктурой», — говорит он. Таким образом, корни проблемы глубже, чем просто неразвитая конкуренция — они в отсутствии условий для увеличения количества объектов премиального уровня.

Не прощаем российским отелям то, с чем миримся в зарубежных

Попутно обсудили и проблемы с сервисом. Агенты и туроператоры заявили, что во многих объектах в России он не дотягивает того уровня, к которому россияне уже успели привыкнуть в зарубежных объектах, даже в рамках одной и той же сети. Примеры приводили разные. В частности, бар у бассейна в Сочи, который закрывается вечером. И у гостей не остается иных вариантов, кроме ресторанов на набережной, хотя им, возможно, не хочется туда идти. Вспомнили и недавний нашумевший случай с ресторатором, у которого в 8 вечера персонал забрал лежак на пляже, а он разразился разгромным постом и в итоге получил этот лежак чуть ли не в собственность.

«На самом деле я не раз замечала, что российские туристы не готовы простить отелю в своей стране то, с чем совершенно спокойно мирятся в зарубежных объектах», — замечает Эллина Акиншина.

«Именно, — соглашается с ней Елена Махроva. — Во Франции вам вообще после шести вечера могут закрыть пляж, потому что персонал уходит домой. И им будет все равно, какими закатами и рассветами там собирались любоваться ваши гости. И главное — там они совершенно спокойно это воспримут. А в России у нас если бар у бассейна в восемь закрылся или лежак хотят убрать, обязательно начинается скандал».

По ее словам, отельеры готовы идти на уступки, когда это не противоречит их экономике. Но для этого нужна корректная обратная связь: не хайповые посты в соцсетях, а деловой диалог, по итогам которого можно получить апгрейд или действительно даже поменять что-то в практике отеля.

«Все верно, не берите на себя все сразу, занимайтесь своим бизнесом, организовывайте сервис гостям, а мы будем заниматься своим — доносить до клиентов информацию о вас, ваших опциях, фишках, — предлагает Евгения Комарова. — Зачастую бывает так, что в отель приезжает неподготовленный гость, и его отдых испорчен просто потому, что он рассчитывал на что-то иное. Так вот это как раз наша задача: рассказать ему все, переориентировать при необходимости на другой объект, чтобы у него не было негативного опыта отдыха у вас. Чтобы к вам приезжали «теплые» клиенты, которым у вас точно понравится».

В результате все участники круглого стола сошлись на том, что коммуникация необходима обеим сторонам: и отельерам, и их B2B-каналам продаж. На данном этапе развития люксового отельного сегмента в России без постоянного диалога и поиска компромиссов что-то изменить будет невозможно.

https://profi.travel/articles/56324/details?utm_source=profi_travel&utm_medium=email&utm_campaign=dailynewsletter_24148_181122

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

Фокус – Москва и столичный регион

О завтрашнем дне...что будет с индустрией гостеприимства в ближайшие годы?

В отрасли происходят серьёзные изменения. Мы живём в эпоху потрясений и глобальных катаклизмов. В новостных лентах мы уже не ждём ничего хорошего, поэтому в заголовке использовано не слово «день», как может кому-то показаться, а «дно», что более актуально для индустрии гостеприимства.

В преддверии нового года предлагаю вам 3 апокалиптических прогноза, которые, надеюсь, не сбудутся, но один шанс на миллион – это всё же шанс... Всё написанное ниже – повод задуматься и изменить что-то прямо сейчас, немного что-то улучшить и не позволить «дню» стать «дном».

1. Через 10 лет в отрасли не останется никого, кто знает, что такое настоящий сервис.

Пандемия сильно проредила ряды профессионалов (про ошибки я писал здесь). Те, кто постарше, либо приняли решение, что они слишком старые для всего этого беспредела, либо дорабатывают последние годы, и уходят на пенсию или в другие отрасли, поспокойнее и «побелее».

Вопреки моим надеждам (подробности смотрите здесь), чудес не случилось: работодатели не ищут умных и опытных, по-прежнему требуются верные и послушные. Эйджизм зашкаливает, после 35-40 найти работу в ХоРеКе могут далеко не все. Тридцатилетние топ-менеджеры боятся «стариков», боятся, что их задавят авторитетом, правда, прикрывают это отговоркой «ну, вы же понимаете, у нас молодой коллектив, они совсем другие, а вы старый и занудный, как вы с ними общий язык-то найдёте?»

Молодые да ранние, неопытные, зато «эффективные», уверенно ведут ХоРеКу в точку невозврата, к тому моменту, когда носителей знаний о сервисе, технологиях эффективной работы, грамотном обслуживании и прочих премудростях, на рынке не останется. А современных и качественных учебных материалов до сих пор нет...

Кузницы кадров остались в прошлом. Ведь ещё относительно недавно Аэростар, Марриотт и другие отели давали рынку отличных профессионалов, прекрасных руководителей, но теперь этого ничего не осталось.

Международные бренды спешно покидают территорию страны, оставляя объекты местным управляющим компаниям, которые, при всём к ним уважении, редко понимают, что такое сервис и зачем он нужен в гостиничном бизнесе. Там тоже все «эффективные» и мыслят только сиюминутными показателями GOP и EBITDA. Понимание, что гостиничный бизнес – это про репутацию, постоянство и высокий уровень обслуживания, в большинстве случаев отсутствует.

Тихая деградация поддерживается и гостями, которые, в поисках самых дешевых предложений, готовы мириться с отсутствием сервиса. Если почитать блоги, отзывы и просто ленты в соцсетях, редко встретишь положительные отзывы об обслуживании. В основном, плохо и дорого. Особенно на курортах. И это понятно – в условиях фактически не очень-то открытых границ согражданам просто некуда деваться.

2. Кадровый ад.

Опять вспомню пандемию – когда всё начиналось, никто не думал о последствиях и выгонял сотрудников, надеясь, что они придут обратно, когда отелям и ресторанам разрешат работать. Об этом уже много говорили, и я в том числе, я даже прогнозировал, что кое-как мы восстановимся за три года, персонал более-менее вернётся.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Есть мнение, что нам (старикам) на смену придёт новое, молодое, прогрессивное, мотивированное и продвинутое поколение.

Так вот, коллеги, никто не придёт. Некому приходиться.

«Кадровый коллапс имени ковида» тихонько превращается в кадровый ад. Уже без кавычек. Куда ни посмотришь – везде жуткая нехватка линейного персонала. Сложно найти исполнителей, которые хоть как-то будут справляться, многие отельеры уже даже не ожидают, что справляться будут «великолепно» или просто «хорошо».

Робкая надежда на выпускников колледжей не имеет под собой никаких реальных оснований. На выходе из учебных заведений всего 5-10% остаются в профессии. Этого не то, что не хватит, это капля в море. Потребности в персонале гораздо выше. Значит, качество будет ещё больше падать.

Но есть ещё одна сторона у этой проблемы – руководящие кадры.

Хороший начальник должен вырасти снизу. Но, как я только что сказал, снизу особо никого уже не ждём, поэтому наверху тоже не стоит обольщаться.

Проблема с качественными менеджерами в последние десятилетия решалась уже упомянутыми кузницами кадров – отели сами растили новую смену толковых руководителей, знающих, мотивированных, обученных.

Но даже международные бренды уже лет 10 как сдали позиции, и новые партии профессионалов перестали поступать на рынок. Вместо них начали появляться те, кто вприпрыжку поднялся по карьерной лестнице благодаря каким угодно качествам, кроме профессиональных. Я подчеркну здесь, что отнюдь не имею в виду абсолютно всех современных руководителей, но таких масса.

Учебные заведения не выпускают руководителей предприятий ХоРеКа, ну не учат у нас такому. Даже выпускники ВУЗов зачастую не умеют корректно посчитать фудкост, про СПО я просто промолчу. Знаний того, как реально работает индустрия, в учебных заведениях не дают.

Недавно увидел информацию, что в стране более 20 000 различных гостиниц, отелей и прочих средств размещения. По факту, конечно же, больше. И каждым из этих объектов должен кто-то руководить. А знаний взять неоткуда. Управляют по наитию, по чьим-то советам, да по постам в соцсетях от разномастных экспертов.

Слабый руководитель = слабая команда. Точнее, не команда, а уже просто «коллектив». Такая вот «коллективизация» происходит в нашем бизнесе, так сказать.

3. Примитивизация сервиса и автоматизация процессов.

Нехватка персонала всех уровней, помноженная на общий низкий уровень профессионализма, приведёт к дальнейшей деградации сервиса. Такими темпами, через 5-10 лет сервис окончательно превратится в ничто. Массовый гость не претендует, массовый сотрудник не компетентен.

Из-за того, что с гостями некому разговаривать, будет набирать обороты автоматизация всех процессов, требующих вербальную коммуникацию с персоналом. Уже сейчас апселлинг потихоньку доверяют онлайн-сервисам, QR-коды отправляют гостей в онлайн-меню ресторанов и баров, заказ и оплату можно делать со своего смартфона, не тратя время на ожидание сотрудника. «Лицо» отеля автоматизируется.

«Сердце» отеля автоматизировать сложнее. Инженера, меняющего лампочку, роботом пока заменить не представляется коммерчески эффективным; горничную тоже. Но на производстве (кухне) процессы идут полным ходом. Многие шеф-повара начинают переходить на полуфабрикаты высокой степени готовности для экономии

времени и сокращения количества поваров на смене. Эта тенденция явно будет развиваться. Современное оборудование тоже упрощает технологические операции, поэтому здесь тоже есть перспектива снижения зависимости от присутствия человека. Кухня без людей пока невозможна, но тенденция на уменьшение количества поваров явно прослеживается.

В общем и целом, отрасль катится в бездну. При этом очень многие объекты размещения имеют колоссальные выручки благодаря тому, что внутренний туризм вынужденно развивается – за границей никто никого не ждёт, попасть туда зачастую долго и дорого, а отдыхать хочется. Государство тоже помогает (это безусловный плюс, конечно) – туристический кэшбек явно даёт импульс к путешествиям.

Имеем парадокс – всё плохо, долгосрочный тренд развития сервиса очевидно нисходящий, но при этом спрос растёт. У отельеров вполне понятная позиция – зачем улучшать, если и так продаётся, да ещё и за дорого? И последние годы им даже нечего возразить, они правы. На безрыбье, как говорится...

Но рано или поздно всё закончится, а поезд уйдёт.

У меня остаётся только один вопрос: когда сервису придётся становиться конкурентоспособным – кто вспомнит, как это правильно делать?

Это авторский материал Анатолия Михеева. Мнение редакции может не совпадать с мнением автора.

<https://hotelier.pro/management/item/o-zavtrashnem-dne-chno-budet-s-industriy-gostepriimstva-v-blizhayshie-gody/>

В 2023 году на курорте «Шерегеш» начнется строительство отелей под брендом «Azimut Hotels».

Об этом во время встречи с губернатором Кузбасса сообщил глава совета директоров «Azimut Hotels». Строительные работы начнутся весной 2023 года. Для финансирования строительства двух гостиничных комплексов привлечен льготный кредит в размере 3 миллиардов рублей. Дополнительно сообщается, что под застройку выделен земельный участок в секторе «Б» курорта Шерегеш. В настоящее время там идет активное развитие горнолыжной инфраструктуры.

Представители министерства туризма Кузбасса отметили, что общий объем инвестиций для строительства двух гостиниц «Azimut Hotels» составит около 13 миллиардов рублей. Каждый из отелей будет рассчитан на 150 номеров. Ввод в эксплуатацию запланирован на 2026 год. Уточняется, что нехватка средств размещения сдерживает развитие курорта «Шерегеш».

<https://hotelier.pro/news/item/v-2023-godu-na-kurorte-sheregesh-nachnetsya-stroitelstvo-oteley-pod-brendom-azimut-hotels/>

4. Юридический практикум для отельеров и вопросы гостиничной безопасности

Гостиничный бизнес: не всегда выгоднее применять нулевую ставку налога

Напомним, что с 1 июля 2022 г. обложение НДС при реализации услуг по предоставлению мест для временного проживания в гостиницах производится по налоговой ставке в размере 0% (абз. 1 подп. 19 п. 1 ст. 164 НК РФ). Положения этого подпункта применяются по 30 июня 2027 г. включительно, если иное не установлено абз. 3 подп. 19 п. 1 ст. 164 НК РФ (абз. 2 подп. 19 п. 1 ст. 164 НК РФ).

В свою очередь, абз. 3 подп. 19 п. 1 ст. 164 НК РФ установлено, что налогоплательщики, оказывающие услуги по предоставлению мест для временного проживания в гостиницах и иных средствах размещения, которые являются объектами туристской индустрии, указанными в абз. 1 подп. 18 п. 1 ст. 164 НК РФ, вправе применять налоговую ставку 0% до истечения двадцати последовательных налоговых периодов, следующих за периодом, в котором объект туристской индустрии был введен в эксплуатацию (в том числе после реконструкции).

В абзаце 1 подп. 18 п. 1 ст. 164 НК РФ идет речь об объектах туристской индустрии, введенных в эксплуатацию (также после реконструкции) после 1 января 2022 г. и включенных в реестр объектов туристской индустрии. При этом применение ставки 0% требует дополнительных усилий по ведению раздельного учета НДС по операциям, облагаемым по нулевой и общей ставкам (абз. 3 п. 1 ст. 153 НК РФ, п. 10 ст. 165 НК РФ), и по подтверждению права на применение ставки 0%, осуществлять которые гостиницы (будем далее понимать под ними и «иные средства размещения») не всегда считают рациональным и окупаемым (о необходимости такого раздельного учета см. в письмах Минфина России от 14.06.2022 № 03-07-11/56055, от 27.07.2022 № 03-07-15/73570).

Обращаем внимание, что и сами регуляторы согласны с необходимостью упростить условия применения гостиницами ставки 0%.

Минфин совместно с ФНС прорабатывает вопрос целесообразности внесения изменений в НК РФ в части распространения нормы подп. 19 п. 1 ст. 164 НК РФ на иные сопутствующие услуги, включенные в цену услуг по предоставлению мест для временного проживания (письмо ФНС России от 12.08.2022 № СД-4-3/10526@).

В связи с этим у гостиниц возникает вопрос: а могут ли они отказаться от применения ставки 0% по услугам временного проживания, чтобы не вести обязательный для такого применения раздельный учет, который затрагивает в том числе и НДС по общехозяйственным расходам?

Ответ на этот вопрос очевиден: отказаться нельзя.

Согласно позиции Конституционного суда РФ налоговая ставка, в том числе нулевая ставка по НДС, является обязательным элементом налогообложения (п. 1 ст. 17 НК РФ) и налогоплательщик не может произвольно ее применять (изменить ее размер в большую или меньшую сторону) или отказаться от ее применения. (п. 3 Определения от 15.05.2007 № 372-О-П, постановление от 10.07.2017 № 19-П). Согласно постановлениям Президиума ВАС РФ от 20.12.2005 № 9252/05, от 19.06.2006 № 16305/05 налогоплательщик не вправе по своему усмотрению изменять установленную налоговым законодательством ставку налога.

Таким образом, вопрос, казалось бы, решается совершенно однозначно. Однако если внимательно вчитаться в положения НК РФ, то увидим, что норма о применении ставки 0% сформулирована в отношении разных гостиниц с разной степенью долженствования: включенные в реестр объектов туристской индустрии лишь «вправе» применять ставку 0% к услугам по предоставлению мест для

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

Фокус – Москва и столичный регион

временного проживания (абз. 2 подп. 18 и абз. 3 подп. 19 п. 1 ст. 164 НК РФ); по не включенным в указанный реестр в абз. 1 подп. 19 п. 1 ст. 164 НК РФ отсутствует и формулировка «вправе», и вообще какое-либо указание на модальность применения ставки 0%, соответственно, к ним должна применяться общая формулировка преамбулы п. 1 ст. 164 НК РФ: «Налогообложение производится по налоговой ставке 0 процентов при реализации».

Отметим, что необходимость различать налогообложение гостиниц, включенных и не включенных в реестр объектов туристской индустрии, подтверждается присвоением этим двум ситуациям двух разных кодов для налоговой декларации по НДС (письмо ФНС России от 07.04.2022 № СД-4-3/4214@).

Получается, что возможность отказа гостиницы от применения ставки 0% зависит от включения или невключения ее в реестр объектов туристской индустрии (правила ведения утверждены постановлением Правительства РФ от 01.07.2022 № 1181).

На первый взгляд, это вроде бы не соответствует принципу равенства и недискриминационному характеру налогообложения (п. 2 ст. 3 НК РФ), однако это не первый случай, когда порядок налогообложения зависит от нахождения налогоплательщика или объектов его деятельности в некотором официальном реестре (см., например, подп. 26 п. 2 ст. 149, подп. 17 п. 1 ст. 427 НК РФ (во втором случае — с учетом позиции ФНС России, выраженной, например, в письме от 26.02.2021 № СД-17-11/65@)). Но даже если гостиница и включена в реестр объектов туристской индустрии, то, по мнению автора, трактовка термина «вправе» как возможности не применять ставку 0% в настоящее время, ввиду отсутствия разъяснений контролирующих органов и судебной практики, сопряжена с налоговыми рисками. Особенно на фоне того, что когда законодатель хотел в виде исключения предоставить возможность отказаться от применения ставки 0%, то он прямо указал на это в п. 7 ст. 164 НК РФ (в отношении реализации товаров, вывезенных в таможенной процедуре экспорта, а также при выполнении в отношении таких товаров некоторых видов работ или услуг, предусмотренных подп. 2.1—2.5, 2.7 и 2.8 п. 1 ст. 264 НК РФ).

При этом налоговые риски возникают не столько у гостиниц, сколько у заказчиков (покупателей) услуг временного проживания.

Так, в целом неправомерный отказ от применения ставки 0% по услугам временного проживания в пользу ставки 20% приводит к увеличению платежей в бюджет, чему очень рады будут налоговые органы.

А вероятность возникновения при этом ситуаций, в которых гостиницей будут завышены налоговые вычеты и, соответственно, возникнут риски спора с налоговыми органами, не очень высокая. Появиться такая ситуация может в связи с тем, что принять к вычету «входной» НДС по товарам (работам, услугам), используемым при оказании услуг проживания, гостиница может не раньше момента определения налоговой базы, то есть не ранее конца налогового периода (квартала), в котором имела место реализация услуг проживания, и только после предоставления в налоговый орган документов, подтверждающих обоснованность применения налоговой ставки 0% и налоговых вычетов (п. 3 ст. 172, п. 9.3 ст. 167, п. 5.4, 5.5 ст. 165 НК РФ).

Поэтому в случае непредставления таких документов вместе с налоговой декларацией отказ гостиницы от распределения «входящего» НДС между операциями, облагаемыми по ставкам 20 и 0%, может привести к завышению налоговых вычетов вследствие преждевременного их применения.

Однако такая ситуация в общем случае маловероятна ввиду простоты, то есть практически независимо от контрагентов формирования гостиницей указанных подтверждающих документов. Хотя она и может возникнуть, например, в случае, если в течении какого-либо налогового периода гостиница не будет оказывать услуги проживания (например, на период ремонта гостиницы), но при этом будет нести расходы, связанные с содержанием и обслуживанием гостиницы.

Соответственно, в таком случае неведение отдельного учета приведет к тому, что «входящий» НДС по расходам, связанным с содержанием гостиницы, будет принят к вычету в отсутствие реализации услуг проживания, что будет являться нарушением требований п. 3 ст. 172 НК РФ и п. 9.3 ст. 167 НК РФ. А вот у организаций, приобретающих услуги по предоставлению мест для временного проживания (например, для своих сотрудников) у гостиницы, решившей облагать эти услуги по ставке не 0%, а 20%, точно возникнут высокие риски отказа в вычете «входного» НДС, предъявленного гостиницей (если такие покупатели являются плательщиками НДС), поскольку согласно п. 2 ст. 169 НК РФ ошибочное указание в счете-фактуре величины ставки НДС лишает покупателя (заказчика) права на вычет НДС.

Подтверждается это многочисленной судебной практикой по вопросу о вычете НДС, предъявленного по услугам международной перевозки и экспедиторским услугам по ее организации, облагаемым по ставке 0% (подп. 2.1 п. 1 ст. 164 НК РФ), в части, относящейся к перевозке по территории РФ (определения СКЭС Верховного суда от 25.04.2018 № 308-КГ17-20263, Верховного суда РФ от 26.01.2016 № 304-КГ15-18260, от 11.03.2019 № 304-КГ18-23144, от 20.08.2020 № 305-ЭС20-11234, от 28.06.2021 № 309-ЭС21-4629, постановления АС Волго-Вятского округа от 13.08.2021 № А43-51269/2019, АС Северо-Западного округа от 21.01.2021 № А05-2593/2020 и др.).

<https://www.eg-online.ru/consultation/462105/>

На Серовском тракте сгорело кафе-гостиница

Постояльцы не пострадали.

Кафе-гостиница сгорело в селе Малая Лая (Горноуральский городской округ). Происшествие случилось в ночь на 6 ноября, сообщает "Уралинформбюро".

Как рассказали в пресс-службе ГУ МЧС по Свердловской области, сообщение о пожаре поступило в 02.29. Площадь возгорания в двухэтажном здании составила 1 500 квадратных метров. К приезду пожарно-спасательных подразделений из него самостоятельно эвакуировались 14 человек.

Пожар был локализован в 04.20, а к 07.44 удалось ликвидировать открытое горение. В результате происшествия никто не пострадал.

Следует отметить, что рядом с селом Малая Лая проходит трасса Екатеринбург – Серов, поэтому услугами кафе-гостиниц, подобных сгоревшей, чаще всего пользуются те, кто проезжает через населенный пункт.

<https://www.uralinform.ru/news/incidents/355674-na-serovskom-trakte-sgorelo-kaphe-gostinica/>

5. Гостиничный рынок за рубежом

В Турции хотят отказаться от 5-звездочных отелей

Причина такого заявления в том, что Турции не хватает «культурного туризма». Такое предложение внёс председатель правления Bentour Кадир Угур на своём выступлении «Альтернативный туризм и инвестиционные возможности»

Проблема Турции на данном этапе развития туризма, состоит в заполненности побережья отелями «олл-инклюзив», которые не дают другим регионам никаких шансов развивать культурный туризм. Люди перестали путешествовать по Турции, смотреть культурные достопримечательности и исторические памятники. В то время, как в Европе заговорили о музеях Турции, а европейцев не «заманишь» типовыми отелями на «всё включено». Должен присутствовать колорит и индивидуализм самой страны в системе отелей.

«Турция должна решить, какой туризм она предпочитает», — заявил эксперт. «Основная проблема в том, что с громадные пятизвёздочные отели-курорты стали для Турции практически «безальтернативным» видом туризма, вытеснив остальные — и, в частности, культурный туризм, на обочину. Туристы перестали полноценно путешествовать по Турции, и если выбираются, то только на однодневные экскурсии, и то — только в самые распахнутые места».

Нужно учитывать индивидуальный туризм, когда туристы едут на несколько дней, останавливаются в разных городах и на побережьях и наслаждаются колоритом другой культуры. Поэтому повсеместная застройка огромными 5 звёздочными отелями, не даёт стране развиваться в других видах туризма

https://novostivl.ru/news/20221111/70914/?utm_source=yxnews&utm_medium=desktop

Шикарный отель в Турции завалили претензиями отравившиеся туристы: гостиница начала подавать встречные иски

ЧП в отеле или попытка типичного британского мошенничества со стороны туристов? Между турецким люксовым отелем Mukarnas SPA & Resort Hotel и большой группой британских туристов разгорается судебная тяжба, в которой стороны предъявляют друг-другу встречные иски. Туристы уверяют, что серьезно отравились в отеле этим летом, а представители отеля в свою очередь утверждают, что это — типичное британское мошенничество, развившееся уже в настоящую индустрию, главная цель которой - «отжать» у отеля деньги, уплаченные за отпуск.

Сколько точно жалующихся туристов — неясно. Британская Daily Mail, давшая туристам трибуну для «живописания ужасов», уверяет, что пострадали 140 туристов. Турецкие же источники уверяют, что в иске зафиксировано всего 50 туристов.

Типичные жалобы озвучила, например, семейная пара британцев — 45-летняя Джули О'Салливан и 46-летний Гэри Хант, которые отдыхали в отеле от туроператора Jet2holidays в мае. Кроме них в отпуск полетели и двое их детей — и именно дети начали первым страдать от болей в животе, рвоты и диареи. «Болезнь появилась внезапно, рвота и диарея были постоянными в течение первых суток. Это было ужасно, так как большую часть отпуска мы провели в номере. Отпуск был полной катастрофой, и до сих пор грустно вспоминать об этом», - жалуется туристка. Она также уверяет, что в отеле «мухи садятся на еду в буфете, сточные воды смешиваются с бассейном, дезинфицирующие средства у входа в ресторан обычно пусты, а туалеты отвратительны и грязны».

Ещё одна семейная пара — 42-летний Джеймс Берд и 27-летняя Лорен Скотт добавляют к этому описанию, что в бассейне отеля видели фекалии. Они оба, и их

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

Фокус – Москва и столичный регион

трое детей в возрасте 10, 9 и 6 лет также заболели. Жалуется и 38-летний Марк Клифтон, который отдыхал в отеле с женой и двумя детьми — он на отдыхе пережил спазмы желудка, диарею, потливость и лихорадку, причем спазмы желудка продолжались после возвращения домой, и он до сих пор не может восстановиться на 100%.

Дженнифер Ходжсон, адвокат тех, кто сказал, что они заболели в отеле, утверждает, что это лишь некоторые из многих отдыхающих, которые заразились на этом курорте: «Мы представляем более 140 человек, которые останавливались в этом отеле этим летом и много вопросов о том, как они заболели. «Тревожно, что так много людей сообщают о том, что они заболели с похожими симптомами», — заявил британский юрист.

Однако в Mukarnas SPA & Resort Hotel все эти обвинения отрицают. В отеле признают, что проблемы, вроде « ротавируса, который распространяется по всей стране, особенно в летние месяцы, особенно у детей», случаются. Однако массовых проблем и жалоб в летнем сезоне, со слов Нихата Онура, менеджера отеля по продажам и маркетингу, не фиксировали ни медики отеля, ни туроператоры. «Несколько случаев, особенно детских, время от времени могут возникать в каждом отеле. Но такой массовой ситуации не было ни у кого из наших гостей. Это всё фиксируется врачебными заключениями. Кроме того, в отеле общей вместимостью 1500 человек не логично, чтобы пострадали 50 человек, а остальные гости не пострадали», - заявил представитель отеля.

Он также напомнил, что по документам еда и напитки, предлагаемые туристам, должны храниться в холодном и горячем виде, подаваться в соответствии с определенным стандартом и храниться при определенной температуре и холоде. «Все это периодически проверяют независимые аудиторские фирмы и инспекторы Минздрава, и никаких побочных явлений в течение всего сезона выявлено не было. Туроператоры TUI и Jet2, с которыми мы работаем, также имеют отчеты в этом направлении. Отель также имеет сертификат здоровья и безопасности и пищевой сертификат ISO 22000», - отчитался г-н Онур.

Далее он прямым текстом обвинил британских туристов в «злонамеренном очернении» с целью «вернуть свои затраты на отпуск». «В связи с нанесением ущерба ценности нашего бренда против данных туристов и их юристов был подан иск о возмещении материального и морального ущерба через юридическую фирму, согласованную с нашей компанией в Англии»

Напомним, что в Великобритании — по крайней мере, с точки зрения турецких отельеров — действительно развита своеобразная «индустрия» почти законного отъема и возврата денег за отпуск с помощью претензий. «Туристы возвращаются в свою страну после отпуска. В аэропортах, где они приземлились, их ожидают адвокаты с табличками и брошюрами в руках с предложением вернуть часть денег за отдых через суд. Нечистоплотный турист с помощью такого юриста подаёт иск, утверждая, что он был отравлен в отеле. В итоге отели теряют серьёзные деньги», - поясняли турецкие эксперты. Как они намерены бороться с этим бизнесом — читайте в материале «ТУРПРОМ».

<https://www.tourprom.ru/news/57625/>

6. Интересное и полезное для отельеров

За чем следить, чтобы понимать динамику продаж на рынке и в отеле

Видеть, как обстоит ситуация с бронированиями и отменами, знать топ каналов продаж в регионе и среднюю стоимость номера-ночи — значит, вовремя корректировать стратегию продаж отеля и не упускать выручку.

Эксперт-практик по revenue management Екатерина Шмыголь рассказала, где и за какими показателями следить, чтобы правильно оценивать обстановку на рынке и в отеле.

Отчетов много, и чтобы понять, какой из них нужный и отражает изменения рынка, нужно понять, влияет ли он на принятие каких-либо решений. Если влияет — значит, ответ актуален. Если не влияет никак — не стоит использовать этот отчет и тратить на него время и силы.

Вот несколько отчетов, данные из которых собирать точно нужно, и которые точно пригодятся отельерам.

Коэффициент поселения

Часто отельеры определяют своего гостя «на глаз». В итоге возникает ситуация: думали, что основной гость, например, — одинокий путешественник, весь маркетинг строили вокруг этого. А оказалось — отель популярен у пар, причем не семейных, а коллег по командировке. Получается, отель делал ставку в маркетинге не на то: неверно позиционировался и, соответственно, недополучал бронирования.

Коэффициент поселения поможет понять:

кто действительно проживает в отеле;

сколько людей в среднем живет в номере;

какова основная аудитория отеля, основной сегмент гостей;

какая категория номеров продается лучше всего.

Эта информация поможет лучше узнать свою целевую аудиторию: где ее искать, какие услуги продвигать и что делать, чтобы количество броней росло. Это помогает точнее попасть в целевую аудиторию, а значит, эффективней тратить деньги и время.

Ежемесячные отчеты revenue-менеджера

Задача revenue-менеджера в гостинице — управление доходностью и повышение конкурентоспособности гостиницы. Он следит за тем, чтобы правильный номер продавался правильному гостю в правильный момент по правильной цене. Помогает использовать потенциал отеля на полную мощь.

В крупных отелях от 150 номеров это отдельная штатная единица, в небольших — функции revenue может выполнять, например, сотрудник отдела продаж. На основании информации из отчетов, которые он получает ежедневно, ежемесячно, ежегодно и ситуативно, он задает векторы работы отдела продаж, определяет ценовую политику.

Ежемесячные отчеты, которые обязательно должен изучать revenue-менеджер, и которые помогут составить корректную стратегию развития на месяц, — это доходность, прибыльность, какие категории лучше продавались, какие агенты лучше продавали, отчет по сегментам гостей. Считать лучше всего именно чистую прибыль, за вычетом налогов.

В личном кабинете TravelLine есть пять значимых отчетов, которые помогут упростить работу. Это отчет по броням, отчет менеджера, отчет по доходности, отчет по агентам и контрагентам, отчет по тарифам.

Ежедневные отчеты службы приема и размещения

В первую очередь, каждый день смена должна предоставлять такие отчеты: сколько прожило, сколько выехало, сколько было незаездов. Нужно исходить из наличия информации, которая есть у сотрудников.

Также очень важно предоставлять информацию по корпоративным и групповым бронированиям, чтобы не возникало накладок с питанием и оказанием других услуг в отеле.

Эту информацию revenue или сотрудник отдела продаж объединяет и, обладая большим объемом информации, делает выжимку того, что хочет донести до управляющего. Обычно это цифры на конец месяца, входная сумма на следующий месяц и процент распределения бронирования по сегментам.

Дашборд с данными по регионам

Такой аналитический инструмент есть в открытом доступе на сайте компании TravelLine. По данным в дашборде можно делать общие выводы о ситуации на гостиничном рынке — брони, отмены, популярные регионы и многое другое.

Данные по вашему региону

В дашборде TL доступны данные по 65 регионам России и отдельно по трем городам — Москвы, Санкт-Петербурга и Сочи.

Где найти в дашборде: выберите свой регион и номерной фонд отеля в фильтрах в правом верхнем углу.

Популярные даты для бронирования

Эта информация поможет спрогнозировать загрузку отеля, а значит, увидеть глубину бронирования, даты, которые больше всего пользуются спросом и своевременно изменить ценовую политику отеля.

Ситуация с бронированиями в регионах и городах

Информация поможет увидеть прирост броней, процент отмен и бронирований в определенном регионе от общего числа данных по России. Отчетный период — последние две недели в сравнении с аналогичным периодом прошлого года.

Ситуация с приростом заездов за несколько месяцев

Данные, которые получаются от сравнения текущей ситуации по заездам с той, что была в прошлом году, помогает вовремя менять бизнес-стратегию.

Как мотивировать сотрудников собирать отчеты

Чтобы сотрудники не пропускали эту часть работы, важно материально заинтересовать их: например, установить KPI или надбавки за количество собранных отчетов.

Но кроме того, каждый месяц нужно собираться с сотрудниками отделов продаж и бронирования и управляющим и обсуждать, в том числе на основании отчетности: что сделано за месяц и какие результаты по сегменту, что каждый человек заметил особенного и с какими сложностями столкнулся. Управляющий на таких собраниях обычно задает вектор развития.

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

Фокус – Москва и столичный регион

В итоге все сотрудники будут в курсе, куда отель должен двигаться, а также получать нематериальную мотивацию работать дальше. Они будут знать: их работа нужна и полезна, руководство их слышит. Такие собрания невозможны без подробной отчетности, поэтому это также хороший способ объяснить сотрудникам, что нужно собирать отчеты.

<https://hotelier.pro/management/item/za-chem-sledit-chtoby-ponimat-dinamiku-prodazh-na-rynke-i-v-otele/>

Как отелю сэкономить на программном обеспечении 50%

Сэкономить половину стоимости программного обеспечения можно с помощью акции РФРИТ. РФРИТ — это Российский фонд развития информационных технологий, и сейчас он проводит специальную акцию: покупаете российское программное обеспечение, а оплачиваете только половину стоимости. Вторую половину добавляет государство. В итоге у вас ПО с 50%-ной скидкой.

В акции участвуют субъекты малого и среднего предпринимательства: доход за год — не больше 2 миллиардов рублей, штат сотрудников — не больше 250 человек. Предприятие должно быть включено в реестр субъектов МСП.

Что дает

1. Экономия.
2. Возможность выбирать софт по качеству, а не по цене.
3. Можно попробовать новые инструменты с минимальными финансовыми рисками.
4. Никакой волокиты с документами.

Что можно купить и как это повлияет на бизнес

Покажем на примере одной из компаний, чьи инструменты можно купить по акции, — TravelLine. За 9 месяцев акции их клиенты уже сэкономил около 38 миллионов рублей, покупая инструменты по акции РФРИТ.

Вот какие инструменты доступны по акции и что они дают отелю:

Менеджер каналов: помогает управлять продажами в нескольких каналах продаж из одного личного кабинета — вы увеличиваете свое онлайн-присутствие, не добавляя ручного труда. Один раз привязываете подключенные OTA к менеджеру каналов, а дальше обновление данных идет автоматически без ошибок из-за человеческого фактора.

Система управления (АСУ, или шахматка): объединяет в одной системе данные обо всех бронях. Здесь удобно следить за работой отеля по 27 подробным отчетам, а работать с шахматкой можно и с мобильных устройств через специальное приложение.

Инструмент для мониторинга онлайн-отзывов: автоматически собирает отзывы с 16 онлайн-площадок — вы видите полную картину своего онлайн-имиджа. Также из инструмента можно отвечать на отзывы и добавить виджет с отзывами и сводным рейтингом на сайт отеля.

Инструмент для отслеживания цен конкурентов: автоматически собирает данные о ценах выбранной группы конкурентов. Вы лучше понимаете ценовую политику и свое место в сегменте.

Пакет инструментов для мини-отелей (шахматка + менеджер каналов): дает минимально необходимый для небольшого объекта набор возможностей — полную картинку по броням в шахматке и простое управление сразу несколькими площадками продаж в менеджере каналов.

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

Фокус – Москва и столичный регион

«Сейчас у всех предприятий МСП есть уникальный шанс воспользоваться скидкой в 50%. Отельеры получили возможность оцифровать свой бизнес, получить качественное ПО и при этом сэкономить. А, как известно, эффективные бизнес-процессы и качественные ресурсы творят чудеса в вопросе масштабирования и эффективности бизнеса», — говорит Светлана Чернова, директор по работе с загородными объектами и базами отдыха в TravelLine, куратор акции РФРИТ в рамках компании.

Акция заканчивается 15 декабря. Если планировали что-то приобрести или попробовать новый инструмент, еще реально сделать это с 50%-ной скидкой.

<https://hotelier.pro/news/item/kak-otelyu-sekonomit-na-programmnom-obespechenii-50-/>