

# Выбор отеля:

## что нужно бизнес-туристам?



Бизнес-туристы — наиболее платежеспособная часть клиентов: они живут в отелях категории не ниже трех звезд, их пребывание и питание оплачивает компания, поэтому они не ставят перед собой задачи сэкономить средства. Наиболее дальновидные отельеры давно осознали преимущества таких клиентов и делают все, чтобы завоевать их доверие. Однако для того, чтобы отвечать всем нуждам деловых путешественников, нужно хорошо понимать их потребности. Их изучение и стало основой Программы «Аттестация Бизнес- и Конференц-отелей».

Нелли ПАНЧЕНКО

**П**о просьбе Ассоциации Бизнес Туризма респонденты (свыше 100 корпоративных клиентов — компаний, чьи сотрудники регулярно отправляются в командировки как по России, так и за рубеж) ответили на ряд вопросов, касающихся требований к отелям.

По статистике АБТ, свыше 60% постояльцев, останавливающихся в отелях России и стран СНГ, — это бизнес-туристы. В городах с высокой деловой активностью данный процент еще выше. Как правило, это регулярно путешествующая аудитория: сотрудники, посещающие научно-практические конференции, деловые съезды и семинары, торгово-промышленные выставки, топ-менеджеры, выезжающие в разные города для переговоров и заключения контрактов.



Как показали результаты анкетирования, в первую очередь деловые путешественники руководствуются тревел-политикой своей компании (64%). Она определяет, в каких отелях должны размещаться те или иные сотрудники в зависимости от их должности и каким классом путешествовать (как правило, для руководства и топ-менеджеров бронируются отели уровня 5\* и билеты в бизнес-класс, тогда как рядовые сотрудники чаще всего живут в отелях 3-4\* и летают эконом-классом).

У большинства крупных организаций заключены соглашения с рядом гостиничных цепочек или независимыми отелями, и именно они должны использоваться для

размещения представителей компаний в командировке. Однако далеко не в каждом городе, куда организуются деловые поездки, есть эти отели. Тогда приходится искать иной вариант размещения, и в силу вступают следующие критерии выбора: удобство расположения (отель обязательно должен иметь налаженное транспортное сообщение с вокзалами, аэропортами, выставками и районами деловой активности города — это отметили 51% опрошенных бизнес-туристов); уровень обслуживания (он является главным для 40%); рекомендации коллег (31%), набор услуг (23%).

Наименее важна для деловых

путешественников стоимость проживания (ее как определяющий фактор назвали лишь 22% опрошенных), тогда как у обычных туристов этот критерий является одним из главных.

Среди услуг в гостинице бизнес-клиенты в первую очередь выделяют наличие банкомата в отеле или в непосредственной близости от него (73%). Практика использования кредитных карт (в том числе и корпоративных) уже давно стала нормой для деловых путешественников — никто не отправляется в командировку с большой суммой наличных. Однако даже в мегаполисах далеко не везде можно рассчитаться «пластиком», не говоря уже о



небольших региональных городах, где могут быть вообще не представлены сетевые универмаги, а продуктовые магазины в большинстве своем являются торговыми палатками. В таком случае бизнес-туристу необходимо регулярно обналичивать деньги, и отсутствие банкомата в отеле или рядом с ним может изрядно усложнить путешественнику жизнь.

Возможность использования кредитной карты при оплате в отеле назвали ключевым фактором 62% опрошенных. Также существенным при выборе гостиницы является наличие в ней бизнес-центра (50%), консьерж-службы (50%), службы заказа и доставки еды в номер (50%), фитнес-центра (42%), справочной службы (27%). Немаловажно и то, выставляет ли отель счета в соответствии с требованиями компании, — об этом упомянули 35% бизнес-путешественников.

Большую роль играет инфраструктура отеля, особенно если планируется проведение корпоративного мероприятия. Так, наличие переговорных комнат назвали необходимым 65% опрошенных, лобби-бара — 42%, конференц-залов — 38%. При этом конференц-залы должны быть укомплектованы аудио-визуальным оборудованием, системами синхронного перевода, микрофонами и прочими техническими устройствами, помогающими провести мероприятие на высоком уровне.

Чем должен располагать номер в отеле, который выбирает деловой

**ВАДИМ ЗЕЛЕНСКИЙ,**

**ПРЕДСЕДАТЕЛЬ АССОЦИАЦИИ БИЗНЕС ТУРИЗМА (АБТ):**

«Разработка критериев, по которым оцениваются гостиницы (для Бизнес-отелей их 345 и 55 дополнительных для Конференц-отелей), происходила на основе данных, полученных во время анкетирования. В анкету были включены пункты относительно расположения отеля, его инфраструктуры и сервиса, обстановки в номере и пр. Участники опроса отмечали, что для них наиболее важно при выборе размещения, а какими факторами, напротив, они готовы пожертвовать без ущерба для себя и своей работы. Таким образом были сформулированы главные критерии, которые легли в основу Стандарта «Аттестации Бизнес- и Конференц-отелей».

путешественник? В первую очередь, высокоскоростной интернет-связью (ее необходимость указали 92% респондентов). В настоящее время представить бизнес-туриста без доступа к Сети практически невозможно. Впрочем, наличие интернета — требование не только к номеру. Wi-Fi должен быть доступен во всех общественных местах отеля: ресторане, холле, лобби и даже в коридорах.

Важность наличия кондиционера подчеркнули 77% участни-

ков анкетирования, сейфа — 54%, фена — 50% (особенно он необходим бизнес-леди). Далеко не во всех отелях управляющие уделяют внимание наличию в номере гладильной доски и утюга, а ведь они необходимы тому, кто собирается на деловую встречу и должен презентабельно выглядеть. Это отметили 42% опрошенных. Также в номере должны быть дополнительные электрические розетки, позволяющие одновременно заряжать ноутбук, смартфон и дру-





гие устройства, необходимые в работе (38%), рабочий стол с хорошим освещением (31%), блокноты и ручки (8%).

### **Завтрашний день бизнес-отеля**

Опыт крупных международных компаний подсказывает, что все больше клиентов считают приоритетным вопрос безопасности в отелях. В связи с проявлениями политической нестабильности в различных странах, участвующими

природными катастрофами, интернациональные корпорации ужесточили требования к безопасности своих сотрудников, направляемых в командировки. Это повлияло и на выбор отелей, в которых предполагают останавливаться бизнес-туристы: все более существенными факторами при выборе гостиницы становятся вопросы охраны туристов (личной и имущественной), обеспечение покоя и конфиденциальности, защита от возможных вторжений



извне, гарантия оперативного реагирования гостиничных служб в случае необходимости. И хотя сегодня далеко не все российские корпорации уделяют безопасности своих сотрудников настолько пристальное внимание, можно предположить, что это лишь вопрос времени.

Еще один немаловажный аспект — экологичность отеля. «Зеленая политика», столь актуальная в Европе, в России еще только развивается. Однако и в нашей стране популярность эко-отелей повышается, все больше гостиниц стремится заявить о себе именно с этой позиции, и международный экологический сертификат GreenKey («Зеленый Ключ») пользуется все большим успехом, причем не только в столице, но и в регионах.

С вопросами экологии также тесно пересекается тема здорового образа жизни. Все большее число деловых туристов отказываются от курения, занимаются спортом, соблюдают определенную диету. Поэтому уже сейчас отельеры объявляют некоторые этажи «зоной, свободной от курения», оснащают номера повышенной комфортности персональными кардиотренажерами и другим спортивным оборудованием, чтобы клиент мог заниматься спортом, не отрываясь от работы, разрабатывают специальное низкокалорийное меню в ресторанах...

Не исключено, что через три-пять лет именно таким отелям будет отдаваться предпочтение бизнес-туристов. □