



*Юлия Кутина, исполнительный директор  
Ассоциации Бизнес Туризма*

# БИЗНЕС-ОТЕЛИ ПОДТВЕРЖДАЮТ

## СВОЮ СПЕЦИАЛИЗАЦИЮ АТТЕСТАТОМ

*Вступление России в ВТО и получение эксклюзивного права провести крупные международные соревнования требуют четких критериев оценки гостиничных объектов. Существуют различные системы оценки и категоризации средств размещения. Отелям присваивается определенное количество «звезд», а иногда они заменяются на «бриллианты», «короны», «яблоки» или комбинацию букв. Существует два типа классификации, в основу первого положена французская национальная система, в основу второго – индийская национальная система. Отели, промаркированные с помощью индийской системы можно встретить преимущественно в странах Азии и Африки.*



«Звездный» статус – своеобразный «знак качества», гарантия того, что остановившись в отеле той или иной категории, путешественник будет иметь определенный уровень комфорта и набор услуг. Например, если гостини-

ца имеет статус «три звезды», то гости рассчитывают при заселении увидеть мебель и оснащение средней стоимости, но при этом номер дол-

жен быть выполнен в единой концепции, оборудован современной сантехникой и набором услуг, который прописан стандартами.

Несомненно, процесс прохождения аттестации по международным стандартам имеет множество плюсов, как для гостей отелей, корпоративных покупателей, так и для самих отельеров. К сожалению, российские отельеры, в первую очередь, видят сложности и не хотят посмотреть вперед на несколько шагов. Конечно, процесс подтверждения статуса объекта требует дополнительных усилий и значительных финансовых вложений, но в конечном итоге, плюсы, которые получают отельеры, положительно сказываются не только на имидже, но и на общей загрузке номерного фонда. Государственная категория позволяет руководству отеля начать работу по продвижению отеля на зарубежных рынках. Для иностранных туристов определенное количество «звездочек» на фасаде гостиницы – это не просто элемент декора, а один из основных параметров на который обращают внимание иностранные гости при выборе гостиницы. И если брать за основу французскую систему классификации отелей, то самая нижняя ступень – это как раз отели класса НТ или гостиницы без категории. Их уровень обслуживания можно приравнять к хостелам – отелям, подходящим для ночлега, но без малейшего намека на комфорт и дополнительные услуги. Поэтому российские отельеры должны понимать, что если они стремятся к

тому, чтобы на их гостиницу стали обращать внимание зарубежные гости, необходимо как можно скорее начать работу в сторону прохождения процедуры классификации и принять меры по улучшению качества сервиса.

Помимо системы международной классификации, во всем мире существуют программы присвоения дополнительных сертификатов, которые позволяют подчеркнуть перед потенциальным клиентом ориентированность отелей на определенный сегмент – семьи с детьми, студентов, туристов. Подобная маркировка дает возможность еще на этапе бронирования, привлечь внимание потенциальных клиентов к средству размещения. Если одной из задач по продвижению гостиницы является привлечение деловых путешественников, то стоит обратить внимание на программу Ассоциации Бизнес Туризма «Аттестация Бизнес- и Конференц-отелей».

Программа оценивает комфортность отеля не с точки зрения среднестатистического туриста, а исходя из интересов компаний, для которых гостиница является дополнительной площадкой для решения бизнес-задач. Главными инициаторами этого проекта стали корпоративные покупатели, которые всегда испытыва-

*«Звездный» статус – своеобразный «знак качества», гарантия того, что остановившись в отеле, путешественник будет иметь определенный уровень комфорта и набор услуг.*



ли потребность в дополнительном и независимом источнике объективной информации по отелям и гостиничным цепочкам. Благодаря Программе АБТ тревел-менеджеры, отвечающие в компаниях за организацию командировок сотрудников, получили не только гарантию качества продукта и обслуживания, но и смогли сами влиять на список требований, предъявляемых к бизнес- и конференц-отелям.

Эксперты АБТ разработали стандарты, регламентирующие качество сервиса и обслуживания в отелях, ориентированных на бизнес-путешественников. Перед составлением чек-листа проводилась большая подготовительная работа, которая включала масштабное анкетирование представителей крупнейших российских и зарубежных компаний, лидирующих по объемам тревел-расходов. В ходе исследования определились основные факторы, влияющие на выбор средств размещения. Именно на первостепенных для деловых путешественников критериях и была основана программа аттестации АБТ, в которой детально прописаны такие параметры, как принципы организации рабочего места в номере, требования по предоставлению услуг в переговорных комнатах, конференц-залах, стандарты обеспечения питания, связи и многое другое.

Конечно, потребности бизнес-путешественников могут отличаться, но как минимум, в номере должен быть удобный для работы стол, хорошее освещение, качественная мобильная связь и интернет, офисные принадлежности, провода и адаптеры, нужное количество розеток, возможность быстро отсканировать и отправить документы. Персонал отеля должен оперативно порекомендовать гостю, путешествующему по делам компании, удобную комнату для переговоров с партнерами, хороший ресторан, нотариальную контору, переводчика, наконец – ближайшую аптеку или фитнес-центр. Не говоря уже о том, что сотрудники отеля должны свободно владеть как минимум одним иностранным языком, ведь в последнее время нашу страну посещает огромное количество гостей из-за рубежа. Первостепенное значение приобретают и вопросы безопасности: командировка считается рабочим временем, в течение которого работодатель несет ответственность за своего сотрудника.

Очень быстро программа АБТ «Аттестация Бизнес- и Конференц-отелей» нашла поддержку не только в лице корпоративных

покупателей, но и у самих отельеров. Профессионалы гостиничной индустрии признаются, что получение аттестата АБТ – это еще одно подтверждение высокого уровня услуг, а также дополнительная возможность присутствовать в информационном поле бизнес-сегмента крупнейших городов России. Кроме того, в ходе аттестации отельеры получают полезные рекомендации по улучшению продукта и качества обслуживания. Таким образом, у гостиницы появляется возможность привлечь в отель новых клиентов – деловых путешественников.

Программа тесно сотрудничает с сервисами онлайн-бронирования отелей. Например, в 2013 году на российском сервисе онлайн-бронирования отелей Oktogo.ru появился фильтр «Аттестованные отели». Теперь еще на этапе бронирования, корпоративные покупатели услуг делового туризма видят отель, который имеет аттестат АБТ, то есть отвечает всем потребностям бизнес-путешественника. А отельеры получают дополнительную возможность заявить о себе.

В будущем, возможно, именно официальные стандарты и дополнительные сертификаты станут основными гарантами качества услуг отелей, нацеленных на бизнес-сегмент. Ведь экспертная оценка, процедура подготовки к аттестации, внесение предложений по совершенствованию сервиса, способствуют улучшению качества и идут на пользу не только отелю, но и гостю.