



Новости гостинично-туристского рынка

Дайджест сообщений СМИ № 1102-2016

С 16 по 30 ноября 2016 года

1. Государственное регулирование и поддержка развития туристско-гостиничного комплекса

Депутат Госдумы предложил расширить полномочия Ростуризма
В правительстве Москвы создали департамент спорта и туризма
Олимпийский чемпион во главе департамента
Отельеры встать, суд идет!

2. Актуальные вопросы классификации средств размещения

Хроника классификации. Полтора месяца до дедлайна. ТОП-10 регионов с добровольной классификацией отелей

Классификация гостиниц не только подтверждает репутацию отеля на рынке, но и гарантирует проживающим безопасность

«Звездный контроль» заступил в дозор. Общественная экспертиза проверит российские отели на качество сервиса и «звездность»

Отель «Petroff Palace Hotel» раззвездился? Пятизвездный отель «Петровский Путевой дворец» получил от экспертов общественного проекта «Звездный контроль» всего 3 звезды

Этот «Артурс» не для короля Артура

Как отели лишаются звезд. "Ялта-Интурист", "СПА-Отель Ливадийский". Кто следующий? Случайность или тенденция.

3. Анализ и события российского и московского туристско-гостиничного рынка

Туристы забронировали все отели в Петербурге на Новый год

Courtyard by Marriott Kazan Kremlin взят штурмом. ОАО "Гостиничная компания" возвращается

Жители курортов не хотят идти в горничные

4. Практика, новинки и события туристско-гостиничного дела за рубежом и в странах СНГ

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

Фокус – Москва и столичный регион

Инвестиции в европейские гостиницы сократились за 9 месяцев на 34% - эксперты

Сфера F&B в британских отелях приходит в упадок. Тренды последних 15-ти лет. Как зарплаты снижают рентабельность.

5. Методические советы

3 способа увеличить продажи с помощью электронной почты.

Квалификационный апгрейд гостиничного рынка. От экспатов к россиянам. IT-технологии и персонал.

Только «атмосферные» гостиничные сайты смогут выиграть у OTA

Дополнение: Лучшие дизайны сайтов отелей

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 и поддержка развития туристско-гостиничного комплекса

Депутат Госдумы предложил расширить полномочия Ростуризма

КРАСНАЯ ПОЛЯНА, 22 ноя — РИА Новости, Ирана Нехорошкина. Расширение полномочий Федерального агентства по туризму в сферах законодательных инициатив и бюджетного финансирования поможет увеличить эффективность туристической отрасли и покажет необходимость создания отдельного Министерства туризма, заявил во вторник РИА Новости депутат ГД РФ, заместитель председателя комитета по физической культуре, спорту, туризму и делам молодёжи Сергей Кривоносов.

Собеседник агентства отметил, что поскольку Ростуризм работает с туроператорами и представителями других предприятий, которые задействованы в индустрии туризма, ведомство сталкивается с теми проблемами, которые есть у бизнеса ежедневно.

"Если у Ростуризма появится право законодательной инициативы, то агентство сможет более эффективно выстроить свою деятельность. Сейчас это делать сложнее, так как только департамент Минкультуры занимается законодательными инициативами. Я считаю, что нам следует работать более эффективно в законодательном поле", — сказал он.

Кроме Кривоносова считает, что кроме законодательной инициативы у Ростуризма должен иметь больше инструментов по бюджетному финансированию, чтобы создавать надлежащие условия в регионах.

"Как показал опыт, ФЦП — это не совсем эффективно. Система, связанная с освоением средств Федеральной целевой программы, была сделана достаточно сложной и имеет очень много согласований. Я даже сталкивался с тем, что руководители департаментов по туризму некоторых регионов целенаправленно отговаривали участвовать в этом процессе, так как это очень сложно. В результате были факты, когда средства не осваивались", — пояснил депутат.

Он уточнил, что по сути дела, у Ростуризма нет ни финансовых инструментов, ни законодательной инициативы. "Я уже не говорю о том, что и штат с функционалом можно было бы расширить. Мы знаем, что уже назначен новый вице-премьер, я думаю, что это будет его прерогатива предлагать какие-то решения", — сказал Кривоносов.

"Я считаю, что **со временем необходимо выделять туризм в отдельное министерство**. Если мы будем более эффективно работать, у нас появятся объёмы и результаты, мы увеличим значение индустрии туризма в развитии экономики нашей страны, тогда мы сможем подойти к созданию отдельного Министерства. Но пока мы должны сделать какие-то шаги в этом направлении, чтобы что-то изменить", — резюмировал собеседник агентства.

<https://ria.ru/tourism/20161122/1481894649.html>

В правительстве Москвы создали департамент спорта и туризма

МОСКВА, 23 ноя — РИА Новости. Департамент спорта и туризма был создан в правительстве Москвы взамен департаменту физической культуры и спорта в связи с подготовкой к чемпионату мира по футболу, который пройдет в РФ в 2018 году. Функции нового департамента были расширены, новым руководителем станет Николай Гуляев вместо освобожденного от должности Алексея Воробьева.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Согласно постановлению, полномочия и функции в сфере туризма и гостиничного хозяйства в Москве передаются из департамента национальной политики, межрегиональных связей и туризма новому департаменту спорта и туризму Москвы.

В свою очередь, департамент национальной политики, межрегиональных связей и туризма переименовывается в департамент национальной политики и межрегиональных связей. В документе уточняется, что создаваемый департамент спорта и туризма станет правопреемником столичного департамента физической культуры и спорта.

Кроме того, мэр Сергей Собянин произвел ряд кадровых перестановок в московском правительстве, освободив главу департамента физической культуры и спорта Алексея Воробьева от занимаемой им должности и назначив руководителем нового департамента спорта и туризма Москвы Николая Гуляева, который ранее занимал пост первого замглавы департамента физической культуры и спорта Москвы.

Виталий Сучков назначен руководителем департамента национальной политики и межрегиональных связей Москвы на срок полномочий мэра города.

<https://ria.ru/world/20161123/1482029004.html>

Олимпийский чемпион во главе департамента

Курировать спорт и туризм в мэрии будет легендарный конькобежец Николай Гуляев

На прошлой неделе в правительстве Москвы произошли структурные перемены. В первую очередь изменениям подверглось Управление московским спортом. На смену Москомспорту пришел новый департамент спорта и туризма. Постановление о его создании мэр Москвы Сергей Собянин подписал 22 ноября. Организационные и кадровые перемены объясняются необходимостью оптимизации исполнения полномочий по подготовке и проведению чемпионата мира по футболу 2018 года и Кубка конфедераций 2017 года.

В новый департамент переданы также полномочия и функции в сфере туризма и гостиничного хозяйства, которые ранее осуществлял департамент национальной политики, межрегиональных связей и туризма города.

Одновременно с организационными изменениями произошли и кадровые. Алексей Воробьев, возглавлявший департамент физической культуры и спорта (Москомспорт) с 2011 года, по распоряжению мэра Москвы уволен с государственной службы. Как сказано на официальном сайте ведомства, «по собственной инициативе в связи с переходом на новое место работы».

Главой департамента спорта и туризма назначен Николай Гуляев, который до этого был первым заместителем руководителя Москомспорта. При этом Гуляев назначен руководителем на срок полномочий мэра Москвы.

Департамент национальной политики и межрегиональных связей возглавил Виталий Сучков. Стоит отметить, что он был назначен на должность руководителя этого ведомства, в названии которого теперь не будет слова «туризм», менее месяца назад. Он сменил на этом посту Владимира Черникова, откомандированного возглавлять департамент региональной безопасности и противодействия коррупции.

Комментируя новые решения, Виталий Сучков заметил, что они особенно актуальны в преддверии крупных спортивных соревнований. Он считает, что перераспределение функций является логичным шагом, так как объединение спорта и туризма позволит активнее развивать туристическое направление. В то

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

Фокус – Москва и столичный регион

же время основные задачи департамента – налаживать межрегиональные связи и отношения с представителями различных конфессий – останутся прежними (будучи первым замом руководителя, Виталий Сучков занимался непосредственно вопросами национальной политики и региональных отношений).

Имя Николая Гуляева, которому в этом году исполнилось 50 лет, многое говорит любителям спорта. Легендарный армейский конькобежец, он более 10 лет защищал честь ЦСКА и олимпийского спорта на международной арене. На сайте Центрального спортклуба армии сказано, что Николай Гуляев – двукратный чемпион СССР (1987, 1992), в 1987 году выиграл чемпионат мира и чемпионат Европы в классическом многоборье, а на Олимпийских играх 1988 года в Калгари завоевал золото в беге на 1000 метров. В ЦСКА Николай Гуляев дослужился до звания капитана Вооруженных сил России.

После завершения спортивной карьеры Гуляев работал тренером в сборных России по конькобежному спорту и шорт-треку, а в 2012 году стал заместителем главы Москомспорта. По итогам московского конкурса Николай Гуляев был признан «Менеджером года в государственном и муниципальном управлении – 2014».

Вологодская областная газета писала: «Николай Гуляев был единственным универсалом из сборной, брал любые дистанции. В 1988 году он получил спортивного «Оскара» – как лучший конькобежец года... Все хотели знать секрет вологодского парня Николая Гуляева. Или, как его называли, «русского медведя», завоевавшего за один сезон все мыслимые и немыслимые титулы – чемпиона страны, Европы, мира и Олимпиады! ...1987 год. Трансляция чемпионата мира в Голландии. «Коля! Давай! Коля!» – кричат среди ночи перед телевизором Маргарита Гуляева с дочкой Наташей. Обе закутаны по уши в шубы – до такой степени их бьет дрожь волнения. И вот Николай на пьедестале почета. Голландцы, которые фактически вырастают на коньках, кружат с восторгом возле победителя. Еще бы! 21 год, 1 метр 92 (рост для коньков слишком высокий) и такие результаты! Гуляев побил два мировых рекорда! Знаменитый норвежский чемпион Стен Стенсон говорит в камеру: «За один этот рекорд не жалко отдать все мои титулы». Сам Николай Алексеевич после ухода несколько лет проработал тренером в Голландии, но остаться жить там не смог».

Стоит заметить, что Николай Гуляев ведет также активную общественную деятельность. Он являлся членом Общественной палаты Российской Федерации, доверенным лицом на выборах президента России, а затем и мэра Москвы.

Новая должность потребует от руководителя ведомства большой ответственности и напряжения сил, так как в его функции входит подготовка к важнейшим спортивным событиям в Москве за последние годы. В 2018 году, когда в российской столице будут проходить матчи чемпионата мира по футболу, в столице ожидают 19,5 млн туристов.

Москва готовится принять чемпионат: в городе не только реконструируют и строят стадионы, но и открывают гостиницы. Только в этом году в Москве появятся 20 новых отелей. В планах построить семь новых, принадлежащих мировым гостиничным брендам. Уже более 800 гостиниц и более 200 хостелов прошли необходимую классификацию. Кроме того, 76 столичных гостиниц заключили предварительные соглашения на прием членов команд ЧМ-2018, официальных делегаций и журналистов. Гостей ждет Москва и летом будущего года, когда состоятся матчи Кубка конфедераций по футболу.

По словам источника в городском спортивном ведомстве, Николай Гуляев много внимания уделяет развитию детского спорта. Благодаря его инициативе во

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

Фокус – Москва и столичный регион

многих школах города на уроках физкультуры начали вводить основы самбо. А 10 декабря в ОК «Лужники» в преддверии Кубка конфедераций-2017 и чемпионата мира по футболу-2018 пройдет День московского футбола – турнира любительских команд, который также курирует новый глава департамента. Стоит отметить, что в прошлом году в День московского футбола игры провели около 500 любительских команд.

<http://www.mperspektiva.ru/topics/13505/>

Отельеры встать, суд идет!

В Санкт-Петербурге решили перенять московский опыт по закрытию хостелов в жилых домах через суд. А это означает то, что практически половина таких объектов до принятия закона Хованской, который преследует те же цели, могут просто не дожить.

Администрацией Адмиралтейского района подан иск в Октябрьский районный суд против мини-отеля "Аллегро", который находится на Московском проспекте. Такое решение было принято из-за жалоб жителей соседней парадной. По закону объект размещения можно закрыть, только если отсутствует отдельный вход. В Санкт-Петербурге это первый случай, когда гостинице предъявили подобные претензии. Московские же суды уже неоднократно принимали решения не в пользу владельцев бизнеса. Заседание суда назначено на начало декабря этого года.

В случае положительного судебного решения повышается угроза закрытия 45% хостелов и мини-отелей, работающих в городском жилом фонде, по данным комитета по развитию туризма. Сегодня в Петербурге свои услуги предлагают триста сорок хостелов и более полторы тысячи мини-отелей, весь объем рынка оценивается в 5 млрд. рублей. Свой отдельный вход, согласно СанПиН от 2010 года, должно иметь "помещение общественного назначения", который отсутствует почти у всех, кто работает в жилом фонде.

В Москве по заявкам соседей хостелы сразу проверяет Роспотребнадзор и затем часто обращается в суд. Участниками рынка подсчитано, в столице суд принял положительное решение по закрытию в отношении 35 хостелов, у которых нет своего входа. И хотя в России правосудие не прецедентное, все же отрицательная практика имеет влияние на последующие решения судов. "Очень важно, чтобы в СанПиН для объектов размещения не было места двоякости, поскольку уже складывается практика закрытия гостиниц без отдельного входа, даже если они прошли классификацию, - говорит Алена Енова, совладелица хостела "Тайга" – Для чего тогда надо было платить за получение звезд?"

По данным экспертов, сорок пять процентов мини-отелей и хостелов расположено в жилом фонде; этот показатель является одним из самых высоких в России, по этой причине в Петербурге нужно регулировать эту отрасль иначе, чем в других регионах. Председатель комитета Андрей Мушкарев поясняет, что из тридцати тысяч гостиничных номеров, которые уже прошли классификацию, только одна тысяча принадлежит хостелам. На сервисах бронирования хостелов 400-600, но это в целом не более полторы тысячи номеров. И только пятнадцать из них прошли добровольную классификацию.

Но, в большинстве случаев так называемые хостелы и мини-отели, не зарегистрированы компаниями как хостелы, а как оказывающие услуги по сдаче жилья в краткосрочный наем.

"Необходимо не запрещать деятельность малых гостиниц в жилом фонде, а регулировать, - говорит Мушкарев. - Это вопрос по стандартизации, налогообложению и выходу из тени".

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

Фокус – Москва и столичный регион

Рассмотрение проекта закона народного избранника Галины Хованской о запрете мини-гостиниц в жилых домах депутаты снова отложили. Возможно второе чтение будет проходить в ноябре. Отельные предлагают внести в проект Хованской требование о предоставлении ими согласия собственников только смежных квартир. " «В доме, где находится наш хостел, две тысячи квартир и собрать все подписи просто нереально» - говорит Енова.

"Сразу три пакета поправок, снимающие абсолютный запрет, Галина Хованская отклонить не может, - считает Тамара Буйлова, владелица сети отелей "Адрес"- По этой причине она его отложила. Но представители исполнительной власти начали действовать самостоятельно, через суды, и их мало волнует, что в Санкт-Петербурге все иначе и это отрицательно может сказаться на нас ".

Действительно для Петербурга хостелы имеют совсем иное значение, чем для столицы. К концу 2016 года, по прогнозам комитета туризма, Петербург посетят до 6,8 млн. гостей, это на триста тысяч больше, чем в прошлом году. Но новые отели в городе пока не строятся, поскольку инвесторы не верят в долгосрочность тренда.

Московские власти решили начать «разбираться» с хостелами не дожидаясь депутатов, и для этого по хостелам уже нарабатывается отрицательная судебная практика. Жильцы не жалуются на отсутствие отдельного входа. Жалуются они на работу компаний, включается Роспотребнадзор.

Термин, который они используют - "помещение общественного назначения" - не может быть в жилом доме. Отдельный вход спас бы ситуацию, но его почти нигде нельзя прорубить. После проверки выписывается штраф в две тысячи рублей, затем "защищая интересы жильцов" прокуратура закрывает хостел.

<http://prohotel.ru/news-219948/o/>

2. Актуальные вопросы классификации средств размещения

Хроника классификации. Полтора месяца до дедлайна. ТОП-10 регионов с добровольной классификацией отелей

По данным Федерального перечня туристских объектов на 9 ноября 2016 года, в 11 субъектах Федерации, где будут проходить матчи Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года и Кубка конфедераций FIFA 2017 года, обязательный классификации подлежали 8041 средство размещения. Из них получили ту или иную категорию 7640 или 95,01%, причем 44 — в ноябре. До завершения срока прохождения обязательной классификации осталось меньше полутора месяцев.

Больше всего новых объектов классифицировано в Краснодарском крае — 38. В Москве классификацию прошло 4 средства размещения, в Санкт-Петербурге — 2. Процентный расклад средств размещения, получивших категории, с октября 2016 года практически не изменился. По-прежнему в числе регионов, полностью завершивших классификацию, фигурируют лишь Москва, Санкт-Петербург и Краснодарский край. За счет появления в октябре одного классифицированного отеля, незначительно вырос показатель Татарстана с 86,91% до 87,19%.

Отчет о подготовке инфраструктуры коллективных средств размещения к Чемпионату мира по футболу-2018 (на 9 ноября 2016 года)



Напоминаем, что крайний срок классификации средств размещения в регионах, где будут проходить мероприятия Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года и Кубка конфедераций FIFA 2017 года, перенесен на 1 января 2017 года.

Это установлено Федеральным законом N 266-ФЗ "О внесении изменений в статью 1 Федерального закона "О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд" и Федеральный закон "О подготовке и проведении в Российской Федерации чемпионата мира по футболу FIFA 2018 года, Кубка конфедераций FIFA 2017 года и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации".

Также действующее законодательство допускает, что к указанному сроку будут классифицированы не все средства размещения "футбольных регионов".

Наименование субъекта РФ	Всего объектов	Добавлено за текущий месяц(на 9 ноября)	Всего классифицировано объектов	Доля классифицированных объектов, %
Волгоградская область	323	0	280	86,69
Калининградская область	198	0	182	91,92
Краснодарский край	4451	38	4451	100
Москва(Регион)	801	4	801	100
Нижегородская область	285	0	202	70,88
Республика Мордовия	39	0	31	79,49
Республика Татарстан	359	0	313	87,19
Ростовская область	278	0	238	85,61
Самарская область	304	0	224	73,68
Санкт-Петербург(Регион)	733	2	733	100
Свердловская область	270	0	185	68,52
Всего	8041	44	7640	95,01

Гостиницы и другие средства размещения, не прошедшие классификацию в установленный срок, теряют право оказывать услуги по размещению гостей и могут быть оштрафованы.

Между тем, добровольная классификация средств размещения идет и в других российских регионах. По данным Федерального перечня туристских объектов, здесь лидирует Республика Крым, где различные категории, в том числе "без звезд", получили 58 объектов.

ТОП-10 регионов с добровольной классификацией средств размещения (на середину ноября 2016 года)

Республика Крым – 58

Московская область – 55

Ставропольский край – 20

Ханты-Мансийский Автономный округ – 14

Ленинградская область – 12

Новосибирская область – 10

Брянская область – 9

Республика Кабардино-Балкария и Ярославская область – 8

Башкортостан, Томская область и Приморский край – 7

Алтайский край – 6

http://hotelier.pro/index.php?option=com_k2&view=item&id=2077:class&Itemid=278

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

Фокус – Москва и столичный регион

Классификация гостиниц не только подтверждает репутацию отеля на рынке, но и гарантирует проживающим безопасность

Алексей Фризен: Генеральный менеджер AZIMUT Hotel Voronezh

Система государственной классификации гостиниц еще не носит обязательный характер, но все больше отелей решают пройти эту процедуру. Гостиница, решившая получить официальные «звезды», в первую очередь подтверждает свою репутацию на рынке. Классификация приводит отели к общему знаменателю, позволяющему потребителю четко определяться с выбором. Он может быть уверен, что 3 звезды в Москве, Воронеже, Белгороде или Сочи будут одинаковы по набору услуг и степени комфортности. Это очень важно с точки зрения защиты прав потребителей.

Сетевым гостиницам в этом вопросе несколько проще, потому что изначально, уже при строительстве здания, закладываются необходимые для качественной работы критерии. Может быть, именно по этой причине многие сетевые гостиницы в России уже прошли официальную классификацию.

Официальная классификация становится неким знаком качества и гарантией заявленного уровня услуг, на которые ориентируются туристы. Даже к однозвездному отелю предъявляются достаточно высокие требования. Ведь гостиницы — это места массового размещения людей, где на первое место должны выноситься вопросы безопасности — пожарной, санитарной и даже информационной. И далеко не все отели, принимающие туристов с «шиком», увешанные позолоченными рамами и расстеленным пушистым ковролином на полу, оказываются способны обеспечить эту безопасность. Самостоятельно нарисованные звезды на вывеске по уровню сервисов и стандартов безопасности могут оказаться фикцией.

В нашей стране очень распространено проживание в отелях 3 звезды. С одной стороны, это достаточно большой спектр услуг, стильный интерьер и качественное обслуживание, с другой — разумные цены. Причем, сертифицированные отели класса 3 звезды привлекают не только людей со средним достатком, но и достаточно обеспеченные слои населения. Замечу, что для нашей гостиницы не было самоцелью прыгнуть выше, и мы достаточно легко прошли все необходимые процедуры, и получили официальные три звезды.

Думаю, со временем именно требования туристов к качеству и безопасности проживания, а не принуждение законом приведут большинство отелей к официальной классификации.

http://facto.ru/glavnaya_lenta_novostej/2016/11/aleksey_friзен_klassifikatsiy_a_gostinits_ne_tolko_podtverzhdает_reputatsiyu_otelya_na_rynke_no_i_gar/

Актуальная тема: несоответствие присвоенной категории

Минкультуры грозит санкциями гостиницам с «некачественным сервисом»

Участники рынка считают ключевым вопрос справедливой оценки предоставляемых услуг

Министерство культуры РФ планирует ужесточить меры для гостиниц, оказывающих некачественные услуги. Об этом в четверг, 24 ноября, сообщила директор департамента туризма и региональной политики Министерства культуры РФ Ольга Ярилова на заседании Международного туристского форума в SIFT в Сочи.

«Необходимо принять меры и изменить систему классификации средств размещения. Мы будем ужесточать меры, принимаемые к тем аккредитованным организациям, которые необоснованно присваивают гостиницам категории, в

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

Фокус – Москва и столичный регион

виде лишения самой аккредитации, а также отзыва свидетельства у гостиниц, предоставляющих некачественные услуги или несоответствующие категории» – предупредила Ярилова. По её словам, в этих целях будет создана рабочая группа. Она также отметила, что министерство призывает экспертное сообщество активно участвовать в этом процессе.

Присутствовавший на форуме Вадим Прасов, вице-президент Федерации рестораторов и отельеров России, полагает, что такая рабочая группа должна выполнять функцию арбитража и выносить решения, тщательно разбирая каждый конкретный случай.

«Качество сервиса в гостинице в конечном счёте определяет потребитель. Классификация выдаётся на довольно длительный срок, многое может устареть за время действия присвоенной отелю категории. По отношению к компаниям, у которых будут выявлены рецидивы, когда гостиницы признаются несоответствующими заявленной звёздности, безусловно, должны применяться санкции. Но в любом случае этот вопрос нужно решать с участием профессионалов, и очень важна здесь задача справедливой оценки», – заключил Вадим Прасов в беседе с корреспондентом TourDom.ru.

«Идея звучит здраво, так как подавляющее большинство отелей в стране унаследовали не только постсоветский фонд, но и менталитет. Поэтому постоянная работа с качеством услуг необходима, особенно в городах, не попавших под «колпак» ЧМ 2018. В связи с популярностью темы за последнее время было создано достаточно много организаций, стремящихся заработать на естественно возросшем спросе. Это разные цены и качество. Если и будет что-то меняться, важно понимать, кто это будет делать. Что касается отелей, для адекватной оценки данной инициативы нужно, прежде всего, определиться с самим термином «некачественные услуги». Для отстройки качества есть практика работы с отзывами, стандарты и чек-листы», – прокомментировал ситуацию Андрей Михайлец, директор по развитию АЛЕАН.

<http://www.tourdom.ru/news/minkultury-grozit-sankciyami-gostinicom-s-nekachestvennym-servisom.html>

«Звездный контроль» заступил в дозор. Общественная экспертиза проверит российские отели на качество сервиса и «звездность»

Как известно, в начале 2017 года все гостиницы и другие средства размещения в городах, в которых будет проходить Чемпионат мира по футболу в 2018 году, обязаны пройти классификацию и получить документы об уровне своей «звездности» — то есть соответствия стандартам той или иной категории — «без звёзд» «1 звезда», «2 звезды», «3 звезды», «4 звезды» или «5 звёзд».

Как принято во всем мире, они получают дополнительное маркетинговое преимущество, а отечественные и зарубежные туристы, которые путешествуют по нашей стране, получают гарантию того, что данный отель соответствует категории, которую он получил. При бурном развитии международного и внутреннего туристского рынка для гостей регионов наличие у отеля Знака категории является фактором доверия к данному объекту размещения.

Зарубежные болельщики и туристы будут судить об уровне развития туристической сферы в России, в том числе, и по тому, насколько соответствует наши отели обозначенным на них «звездам».

По данным интернет-портала Lodging.ru, на начало ноября, три города продемонстрировали 100% прохождение классификации — Москва, Санкт-Петербург и Краснодар. Чуть ниже цифры у Калининграда — 91,92% и Казани —

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

Фокус – Москва и столичный регион

87,19%. Самый низкий показатель у Екатеринбурга — 68,51%, Нижнего Новгорода — 70,88%. За ними следуют Самара — 73,68%, Саранск — 79,49%, Ростов — 85,61%, Волгоград — 86,69%.

К сожалению, проблема проведения обязательной классификации средств размещения в 11 российских городах заключается не только в том, что они не успевают вовремя пройти необходимую процедуру классификации.

Как показывает практика, несмотря на разработанные и принятые Министерством культуры стандарты, прописанные в «Порядке классификации объектов туристской индустрии в части классификации гостиниц и иных средств размещения» (далее Порядок), согласно которому все они, в зависимости от полученной категории звёздности, должны иметь соответствующую инфраструктуру и оказывать соответствующий набор услуг своим гостям, в действительности это происходит далеко не всегда.

Организации, получившие аккредитацию на право проведения работ по классификации гостиниц и иных средств размещения, присваивают в некоторых случаях более высокие «звёзды» отечественным отелям, несмотря на то, что они не соответствуют опубликованным в Порядке официальным требованиям.

Одна из основных проблем в данной сфере заключается также в том, что на сегодняшний день в России нет ни одной организации, которая проверяет уровень соответствия того или иного отеля присвоенной «звездной» категории. По сути, отечественные гостиницы, пансионаты и дома отдыха являются никем не контролируемыми. В свою очередь отечественные и зарубежные туристы, прожившие в том или ином отеле и не получившие заявленный и обещанный набор услуг соответствующего качества, чувствуют себя жертвами обмана — предоставления им руководителями и владельцами средств размещения недостоверной информации, то есть налицо нарушение Закона о защите прав потребителей.

Учитывая наличие данной проблемы, ряд общественных экспертных организаций выступили с инициативой создания общественного проекта «Звездный контроль» — по проверке соответствия заявленной российскими отелями и присвоенной им категории «звездности» в соответствии с утверждённым Минкультуры РФ Порядком или Государственной системой классификации гостиниц и иных средств размещения (далее Система).

Разумеется, данный проект может быть реализован только при участии в нем независимых «ревизоров», работу которых будет оценивать профессиональный эксперт в сфере гостиничного бизнеса. То, что проект будет успешен, его организаторам позволяет надеяться, прежде всего, тот факт, что независимую оценку документов по результатам работы «ревизоров» согласилась давать один из самых авторитетных специалистов в индустрии гостеприимства в нашей стране, кандидат экономических наук, доцент, автор книг и публикаций, изданных в нашей стране и за её пределами, президент «Ассоциации «Отель-эксперт» Маргарита Немоляева. Именно Маргарита Немоляева является автором действующего сейчас «Порядка классификации объектов туристской индустрии». Он был разработан ею специально по заказу Министерства культуры РФ в 2014 году. Она же является автором и других редакций Системы, разработанных с 2003 года, и в частности той, которая получила высокую оценку на Всемирной конференции по туризму, впервые в истории Всемирной туристской организации, проходившей в нашей стране в 2004 году в Санкт Петербурге.

По мнению Маргариты Немоляевой, специфика гостиничного бизнеса заключается в том, что в нем одинаково важными являются все компоненты, связанные с проживанием гостя. «Если для тех же авиакомпаний или других

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

Фокус – Москва и столичный регион

перевозчиков приоритетом является, прежде всего, безопасность и своевременная доставка пассажиров, — говорит руководитель Ассоциации «Отель-эксперт», — а создание комфорта и уровня сервиса являются, хотя и важными, но всё-таки дополнительными компонентами бизнеса, то в случае с гостиничной сферой, так называемых приоритетных и не приоритетных направлений не существует — исключительно все составляющие деятельности отеля являются одинаково важными, то есть здесь не может быть «мелочей», поскольку обслуживание гостей из «мелочей» и состоит!.

Особенно, по мнению Немоляевой, это касается качества работы персонала, от профессионализма, внимательного, любезного отношения которого к гостям и даже отсутствия или наличия у него тех или иных человеческих качеств, как правило, и зависит настроение проживающих. В отличие от телепрограммы «Ревизорро», в которой проверяются, по сути, только соответствие отелей санитарным требованиям, организаторы проекта «Звездный контроль» решили претендовать на то, чтобы объектом проверки сделать не только инфраструктуру, оснащение и оборудование, но также уровень сервиса и оценку работы персонала средств размещения.

Согласитесь, это одна из самых тонких для экспертной оценки сфер деятельности любой гостиницы. Увидев известного эксперта в качестве гостя, менеджеры любого отеля, вне всякого сомнения, будут относиться к нему иначе, чем к другим постояльцам. Поэтому организаторы «Звездного контроля» решили привлечь «волонтеров», которые после соответствующего инструктажа и обучения будут заселяться в проверяемые гостиницы в качестве так называемого «тайного гостя» или «ревизора». К этому эффективному методу иногда прибегают владельцы и руководители самих отелей, чтобы проверить работу своего персонала, увидев ее, так сказать, изнутри — глазами обычных постояльцев.

«Волонтеры» по итогам как минимум одной ночевки в отеле и после того, как они воспользуются его услугами, обязаны будут заполнить 5 анкет-документов, которые были разработаны с помощью консультаций и обучения у главного эксперта «Звездного контроля» Маргариты Немоляевой для отелей категории «3-5 звезд». Общее количество граф, которые придется заполнить добровольным «тайным ревизорам» — более четырехсот. В них учтены практически все аспекты деятельности отеля — от количества и ассортимента полотенец в ванной комнате до наличия или отсутствия улыбки у сотрудника службы приёма или ресторана при разговоре с гостем.

После заполнения документы-анкеты будут передаваться на суд главного эксперта. Для чистоты эксперимента, чтобы проводимый анализ и вынесение экспертной оценки о соответствии или несоответствии гостиниц своим «звездам» были максимально объективными, эксперт не будет знать ни их названия, ни местонахождения.

Данный алгоритм деятельности проекта «Звездный контроль» позволяет надеяться на его объективность и получение максимально точной экспертной оценки отечественных средств размещения.

По словам инициаторов «Звездного контроля» — общественного проекта по проверке соответствия отечественных средств размещения классификационным требованиям, они ни в коем случае не претендуют на то, чтобы подменять собой государственные структуры, в компетенции которых должно быть регулирование этого процесса. Тем не менее, они считают, что проведение так называемых «контрольных закупок» на гостиничном рынке с последующим их анализом, вынесением экспертной оценки с публикацией её в СМИ — несомненно, должен будет способствовать повышению качества

оказываемых гостиницами услуг и росту профессиональной культуры у их владельцев и руководителей.

Петр Калугин, Координатор «Звездного контроля».

<http://polytika.ru/info/73220.html>

Отель «Petroff Palace Hotel» раззвездился? Пятизвездный отель «Петровский Путевой дворец» получил от экспертов общественного проекта «Звездный контроль» всего 3 звезды

Первым гостиничным объектом, который прошел проверку «Звездного контроля», стал «Петровский Путевой дворец» или Petroff Palace Hotel. Отель находится в известном историческом здании, которое на сегодняшний день является одной из визитных карточек российской столицы. Поскольку на фасаде отеля присутствуют 4 звезды, и менеджеры отеля сами проинформировали об этом на стойке рецепции, специалисты «Звездного контроля» оценивали его по категории, утвержденной для четырехзвездных отелей количеством менее 50 номеров (в отеле 43 номера).

Вместе с тем, согласно «Федеральному перечню классифицированных гостиниц и иных средств размещения, горнолыжных трасс и пляжей» отель «Петровский Путевой дворец» получил официальную категорию «5 звезд». Аккредитованная организация, проводившая экспертизу объекта — Открытое акционерное общество «Всероссийский научно-исследовательский институт сертификации». В общем, пойди угадай, во сколько именно звезд собственники Petroff Palace Hotel оценивают свое заведение. Если в пять, то почему на фасаде скромно значится только четыре? Поневоле возникает вопрос о том, что «пятерку» этому отелю присвоили каким-то тайным указом, и администрация не хочет афишировать это «достижение». Но тянет ли Petroff Palace Hotel хотя бы на «четверку»? Для того, чтобы получить ответ на этот вопрос, специалисты «Звездного контроля» представили на оценку президенту ассоциации «Отель-эксперт» Маргарите Немоляевой пять документов, тщательно собранных ими во время исследования объекта. В результате ею был сделан следующий экспертный анализ.

АНАЛИЗ

представленных на рассмотрение документов, касающихся оценки гостиницы категории «4 звезды» с количеством номеров менее 50 в соответствии с Порядком классификации объектов туристкой индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями.

(УТВЕРЖДЁН ПРИКАЗОМ МИНИСТЕРСТВА КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ОТ 11 ИЮЛЯ 2014 ГОДА № 1215, ЗАРЕГИСТРИРОВАН В МИНЮСТЕ РОССИИ 29 ДЕКАБРЯ 2014 Г. №35473)

На рассмотрение были представлены 5 документов:

Документ №1, в котором отмечены результаты наблюдения за работой сотрудников различных служб гостиницы во время краткосрочного проживания в гостинице.

Анализ данного документа позволяет сделать вывод о том, что-либо в данной гостинице вообще нет никаких стандартов, регламентирующих правила работы персонала, либо если таковые и имеются, то по ним не проводятся тренинги, следствием чего и является их полное несоблюдение сотрудниками.

С другой стороны, совершенно очевидно, что количество сотрудников не позволяет обеспечить чёткую работу всех служб гостиницы, вследствие чего

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

Фокус – Москва и столичный регион

бармену приходится выполнять и работу подносчика багажа, и работу швейцара, и работу бармена!

В то же время отсутствует контроль за работой персонала отдельных служб и нет чёткого взаимодействия различных служб, как это должно было бы быть при наличии структуры управления, включающей контроль супервайзера за работой горничных. Если бы такой контроль был, то принимая убранный горничной номер, супервайзер обратила бы внимание на оголённые провода в ванной комнате и сообщила бы в инженерную службу о необходимости срочного устранения источника потенциальной опасности для жизни заезжающих в номер гостей!

Документ №2 о соответствии гостиницы минимальным требованиям, предъявляемым к средствам размещения категории «4 звезды» с учётом того, что это небольшая гостиница (до 50 номеров), и расположена она в здании, являющимся объектом культурного наследия, для которого целый ряд требований не является обязательным в силу наличия возможных «обременений» в части переноса стен и т.п.

Анализ данного документа показал, что из 84 обязательных требований не выполняются 10, что составляет около 12 %, а именно:

- Площадь номера не позволяет гостю свободно, удобно и безопасно передвигаться, и использовать все оборудование и мебель;

- В ванной комнате между полом и дверной коробкой торчат 2 оголённых провода;

- Отсутствие Швейцара;

- Отсутствие носильщика;

- Отсутствие вечерней подготовки номера;

- Отсутствие возможности погладить вещи за один час;

- Отсутствие возможности сдать вещи для их мелкого ремонта;

- Отсутствие возможности выбора любого из вариантов предоставляемого питания (завтрак, двухразовое, трёхразовое питание), хотя, возможно, такая возможность предоставляется при приёме групп;

- Отсутствие письменных стандартов для персонала, фиксирующих функциональные обязанности и установленные правила работы и их соблюдение сотрудниками всех служб (если и имеются, то не соблюдаются сотрудниками многих служб);

- Недостаточное количество персонала, для обеспечения регулярной бесперебойной работы средства размещения.

Из детального анализа видно, не соблюдаются требования, которые связаны не с оборудованием и оснащением гостиницы, а с предоставлением услуг, то есть с организацией работы персонала.

Документ № 3 о соответствии стандартного номера требованиям к номеру «первой категории» в гостинице категории «4 звезды».

Анализ данного документа показал, что из 76 обязательных требований не выполняются около 20%, а именно:

- Отсутствие фонаря карманного электрического;

- Отсутствие будильного устройства;

- Отсутствие щетки для обуви;

- Отсутствие швейного набора;

- Отсутствие ключа для открывания бутылок;

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

Фокус – Москва и столичный регион

- Отсутствие телефонного справочника;
- Отсутствие противопожарной инструкции;
- Отсутствие инструкции для проживающих о действиях в случае пожара и в экстремальных условиях, характерных для данного места;
- Отсутствие ручки на ванне или на стене у ванны для страховки от падения при скольжении (при наличии ванны);
- Отсутствие коврика махрового для ног (для каждого гостя);
- Отсутствие необходимого количества полотенец, (по стандарту по четыре полотенца, включая банные для каждого гостя);
- Отсутствие халата банного (для каждого гостя);
- Отсутствие зубной щетки;
- Отсутствие пакетов для предметов гигиены (в диспенсере).

При этом все указанные недостатки связаны с сервисом и заботой о госте и не требуют значительных материальных затрат (самая «дорогостоящая» из них это ручка на ванне или на стене у ванны для страховки от падения при скольжении которая требуется в силу того, что по статистике именно в ванне бывает много несчастных случаев от падения при скольжении).

Документ № 4 о соответствии стандартного номера необходимому количеству баллов по критериям балльной оценки

Анализ данного документа показал, что из необходимых 26 баллов по качественным характеристикам стандартный номер этой гостиницы набирает только 18 баллов. Несмотря на хорошее состояние мебели, многие элементы интерьера казались грязными и изношенными, в том числе стены, занавески и пуф. Состояние банных принадлежностей можно расценивать как плачевное, это касается рваных и застиранных халатов. Некоторые элементы сантехнического оборудования нуждаются в ремонте. И в соответствии с Приказом Минкультуры такому номеру может быть присвоена не «первая», а «вторая» категория, а номеров такой категории в гостинице категории «4 звезды» быть не может!

Документ № 5 о соответствии гостиницы в целом необходимому количеству баллов по критериям балльной оценки;

Анализ данного документа показал, что из необходимых 44 баллов по качественным характеристикам данная гостиница набирает только 33 балла и в соответствии с Приказом Минкультуры ей может быть присвоена только более низкая категория или категория «3 звезды». Основной причиной недостатка нужного количества баллов стало запущенное состояние номерного фонда, которое описано выше в анализе Документа №4. Детальное инспектирование гостиницы показало, что качество и состояние интерьера холлов, салонов и других общественных помещений находится не всегда в идеальном состоянии, а в некоторых случаях в аварийном (например, коридор, ведущий на крытую парковку отеля).

Что не так с Petroff Palace Hotel?

Специалисты «Звездного контроля» попросили президента ассоциации «Отель-эксперт» Маргариту Немоляеву прокомментировать уровень сервиса московского Petroff Palace Hotel. Примечательно, что эксперт оценивала представленные ей факты, еще не зная, о каком отеле идет речь.

— Маргарита Эдуардовна, чем проект «Звездная контрольная» отличается, по-вашему, например, от программы «Ревизорро»?

— Ведущая этой телепередачи подменяет собой фактически представителя Санэпиднадзора — она, по сути, проверяет пыль в номерах и уровень чистоты. А для деятельности отеля это всего лишь небольшая составляющая и свидетельствует о плохой работе горничной и плохой работе супервайзера, осуществляющего контроль за работой горничных. Ваша экспертная оценка строится на основе всех компонентов работы отеля — уровня инфраструктуры, необходимого набора услуг, качества сервиса и много другого.

— Итак, если Вы не против, сразу перейдем к анализу заполненных волонтерами документов? Как условились, мы не будем говорить Вам место расположения и название гостиницы. Экспертиза будет основываться на предоставленных Вам пяти анкет-документов, заполненных «тайным гостем».

— Если проанализировать представленные Вами документы, у меня создается впечатление, что у отеля одна большая проблема — им никто не занимается, то есть никто не управляет данной гостиницей и у отеля нет собственных стандартов. Начнем, например, с рецепции. Вы пишете, что сотрудники одеты не должным образом. Из положительного — они все были вежливы.

— Не то, чтобы вежливы. Они отвечали нормально, по форме, но я бы сказал, что это была такая, извините, вежливая... грубость. Когда говорят все правильно, отвечают на твои вопросы, но при этом у тебя остается впечатление, что от тебя хотят только одного, чтобы ты поскорее ушел. То есть говорили со мной совершенно безразлично. А ведь гости приезжают в гостиницу, чтобы пожить в ней, чтобы почувствовать себя уютно, как дома...

— Есть такое выражение: вы чувствовали себя лишним на этом празднике жизни. И вы как-то им мешали. У них своя песня, у них свой праздник, у них свои разговоры, у них свои проблемы, они громко обсуждают что-то, а вы — как бы лишний. Лучше, чтобы вас не было. Я в таких случаях говорю так: самый идеальный клиент тот, который просто переводит деньги на карту. Чтоб только не приезжал! Со своими «глупыми» вопросами не приставал. Чтоб не мешал спокойному течению жизни. Не испортил в номерах что-нибудь, а то вдруг разобьет или запачкает что-то. Лучше, чтобы его не было. Но при этом чтобы деньги шли! Деньги чтобы шли — но, чтобы клиенты не вертелись под ногами, «не мешали спокойной работе персонала». Я, конечно, иронизирую. В то же время, вы отметили, что менеджеры на рецепции улыбались.

— Когда увидела, что я подхожу, менеджер на рецепции улыбнулась. Но это был первый и последний раз. Грубо говоря, когда ты деньги перевел, тебе улыбнулись, и все.

— Это говорит о том, что прописанных стандартов в этом отеле для персонала нет. А если стандарты написаны, их соблюдение не контролируется. Стандарты либо заказываются и пишутся специально для данной конкретной гостиницы, это стоит достаточно дорого, или они просто воруются: я думаю, возможно, списываются откуда-то из Интернета стандарты, которые написаны для какой-то другой гостиницы. Берется, например, какой-то сетевой стандарт.

— Гостиница, о которой мы говорим, как значится в описании, находится под управлением одной из самых престижных гостиниц Москвы. По идее, этот управляющий отель должен был ими поделиться. У них даже все ванные принадлежности с надписью этого отеля. Я спросил, почему вы используете лейбл другой — более известной гостиницы? Мне ответили: потому, что у обеих гостиниц одни и те же владельцы.

— Это просто у них один собственник, и этот собственник, по всей вероятности, не знает — что такое гостиница. На предметах одной гостиницы

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

Фокус – Москва и столичный регион

логотипа другого отеля быть не должно. Одна гостиница не может быть под управлением другой. У них может быть один собственник, но у каждой гостиницы свое управление. Может быть общая управляющая компания, которая управляет той и другой гостиницей. Но не может быть одна гостиница под управлением другой.

Может быть также одна торговая марка. Может быть сеть гостиниц. Вот, например, гостиница, в которой мы сейчас с вами беседуем – сетевая, гостиниц этой сети в разных городах России – более сорока. И у них имеются стандарты для их сети. Причем у сети есть один бренд и есть много мелких суббрендов. Один суббренд, например, на эконо-класс. Второй суббренд – на средний класс. Третий суббренд – на гостиницы более высокого класса. То, что одна гостиница находится под управлением другой – такого быть не должно. Это могут быть либо два разных корпуса одной гостиницы, но они тогда должны быть одной ценовой категории, у них должно быть одно количество звезд. Не может быть одна гостиница пятизвездочная, а другая – одна звезда, и обе пользоваться торговой маркой пятизвездочной гостиницы.

Кроме того, стандарты должны быть адаптированы к конкретным условиям каждой гостиницы. Нельзя, например, взять стандарт одной гостиницы, находящейся в одном городе, и тупо его использовать для технологии гостиницы, находящейся в другом городе. Да даже если отели находятся в одном городе, стандарты все равно должны быть адаптированы к каждой конкретной гостинице.

То, о чем вы говорите, очень непрофессионально. Если это сеть – да. Например, в сети Ассор есть гостиницы Ibis – для гостей эконо-класса. Но одни отели этого бренда могут получить три звезды, а другие могут не получить три звезды, потому что они выше двух звезд и ниже трех. У Ассор есть также гостиницы Novotel – для среднего класса, они могут быть трех-четыре звезд. Есть также гостиницы Sofitel – они 4 плюс примерно. Но нельзя взять стандарты, которые сделаны для Sofitel – и использовать их в Ibis. И не может быть в Ibis салфеток со знаком Sofitel.

В стандартах должно быть прописано все, в том числе, как должен выглядеть персонал. Какой должен быть макияж, какие украшения могут быть на ушах, на руках, на шее – все должно быть прописано в стандарте. Поэтому я и говорю, что, если судить по вашему описанию, стандартов в этом отеле нет. А если есть, то их соблюдение никто не контролирует, по ним не проводятся тренинги.

Вот вы написали в документе, касающемся персонала, что правило «5 шагов» в отеле выполняется. То есть когда вы подходите к представителю отеля на расстояние примерно 5 шагов, вам должны дать понять, что вас увидели. Вам должны улыбнуться. Даже если сотрудник отеля занят чем-то другим, он должен дать вам сигнал: не волнуйтесь, я вас увидел, вами сейчас займусь. Чтобы вы не почувствовали, что вы никому не нужны.

Вы также указали в анкете, касающейся персонала, что фронт-менеджеры громко разговаривали между собой, обсуждали по телефону кого-то из клиентов. Если действительно было так, то это просто «криминал» в отельном сервисе! Персонал не имеет права делать замечания, касающиеся клиентов, да еще в присутствии других клиентов!

— Да, я подошел к стойке регистрации, там больше никого не было, и менеджер пока не обсудила кого-то по телефону, не перешла на общение со мной.

— Это, конечно, чудовищно в отношении поведения персонала.

— Или, такой случай, проходит с рецепции сотрудник и кричит бармену: «Пойду я чай попью»!

— Все это – совершенно недопустимо. Налицо проблема с персоналом. Я делаю вывод, что в отеле нет стандартов, и нет тренингов персонала. Например, когда гости между собой разговаривают, менеджер или официант не имеют права подойти и сказать: «Говорите потише, вы мешаете...»

— Но гость иногда же действительно бывает в неадекватном состоянии...

— И то ему в отелях премиум класса, к которым относятся гостиницы 4-5 звезд, не делают замечания. Его как-то отводят или... Там целая технология.

Другая явная недоработка, которая видна из заполненного вами документа. Это когда вы спросили, могут ли вам помочь поднести багаж. И не оказалось никого, кроме бармена, потому что, как вам сказали, у подносчика багажа, был... выходной.

— Да, бармен мне сказал, что у носильщика, якобы, выходной.

— Это говорит о чем? Количество персонала должно быть достаточным для обеспечения регулярной бесперебойной работы средства размещения. Если бармен выполняет функции подносчика багажа, а к тому же еще и функции швейцара, а, возможно, еще и некоторые другие функции, это значит, количество персонала недостаточное. Данное требование, которое должно соблюдаться в отелях «4 звезды», не выполняется.

Рум-сервис в «верхней одежде»

Вы написали в документе, касающегося персонала, что официант принес вам ужин в номер в... верхней одежде! Разумеется, только сумасшедший может одеть верхнюю одежду и отправиться в номер к гостям отнести стакан сока, чашку кофе или что-либо другое. Это говорит о том, что официант шел через улицу. То есть, видимо, кухня расположена таким образом, что нельзя с этим подносом подняться в номера через внутренние помещения, а надо пройти через улицу.

— Нет, можно, но так просто быстрее. Пройти можно через подвал, но это – не удобно.

— Если у них нет лифта, то можно сделать грузоподъемник, который поднимает блюда с уровня кухни на другой этаж. И отсюда эти блюда перегружаются на специальный столик для обслуживания в номерах и доставляются в номер. Тогда блюда будут доставляться гостям горячими или уж в крайнем случае теплыми. Санэпидстанция в жизни не разрешит такое – на улице могут попасть на еду снег, дождь и пыль. Блюда были под колпаками «клошами» или их несли на подносе открытыми?

— Два из трех.

— А третье?

— Третье, паста, было открыто.

— Такого априори быть не может. Даже под «клошем» горячее блюдо может быть принесено при таком обслуживании в номер холодным. Вообще рум-сервис должен приносить блюда не на подносе, а на специальной тележке с подогревом. Блюда ставятся внутрь или привозятся в термитах. Такая тележка ввозится в номер, и официант должен спросить: «Куда вам ее поставить? Где вы будете есть?» Вы можете предпочесть есть с этой тележки – тогда вам раскрываются верхние лопасти этой тележки, она становится круглой. Тележка подвозится в удобное для вас место, рядом официант ставит стул или кресло. Или вы говорите: «Нет, я буду ужинать вот на этом столе», и блюда переставляются с тележки туда.

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

Фокус – Москва и столичный регион

В вашем случае официанту просто невозможно принести в номер горячие блюда. И тем более, ни в коем случае нельзя было приносить одно из блюд в открытом виде. Это тоже большое нарушение. Это говорит о том, что службырум-сервиса в отеле практически нет.

— А описал в документе ситуацию, когда одна из гостей отеля – женщина, передвигавшаяся на коляске, не могла попасть в ресторан. В ресторан из номера можно попасть только через подвал, а лестница, ведущая в него, не имеет пандуса. Она поэтому всегда заказывала еду только в номер.

— Это еще это одно нарушение для отелей уровня 4-х звезд. Потребитель с ограничением физических возможностей не мог пользоваться рестораном. В отеле данной категории должен быть специальный номер для инвалидов (правда это требование не входит в число обязательных минимальных требований, но учитывается при балльной оценке).

Если отель находится в здании, как вы указываете в документе, принадлежащем к объектам культурного наследия, и они не могут позаботиться об инвалидах, они должны написать об этом на своём сайте: «Извините, пожалуйста, наша гостиница находится в объекте культурного наследия, поэтому у нас нет условий для приема людей с ограниченными возможностями». Для того, чтобы человек у них не бронировал номер, а искал другое место, зная, что в этом отеле нет ни номеров для инвалидов, ни пандусов, ни других условий для проживания таких гостей.

Теперь перейдем к документу, описывающему непосредственно ваш номер. Вы также указываете, что площадь номера позволяет удобно, свободно и безопасно передвигаться, и использовать все оборудование и мебель. Но обращаете внимание на неудобное расположение выключателя в ванную комнату – при открытой двери им невозможно воспользоваться, поскольку дверь его закрывает. Следовательно, это условие не соблюдается и таким оборудованием как выключатель пользоваться затруднительно.

— Да, когда открываешь дверь в ванную, выключатель находится за дверью. И пришлось долго искать при заезде.

— А ещё вот вы пишете вообще про «криминальный» вариант. В ванной комнате между полом и дверной коробкой торчат два оголенных провода. Я считаю, что требования безопасности в этом отеле не соблюдаются, тем более это место расположено в непосредственной близости от источника воды. К тому же этот факт свидетельствует о том, что в гостинице отсутствует система управления как таковая, поскольку нет управления на разных уровнях. Если бы была система управления, то были бы и стандарты, в которых должно быть записано: «если горничная видит нарушение, она должна тут же предупредить супервайзера», а, последний, в свою очередь должен подать заявку на ремонт номера.

Тем более, речь идет об оголенном проводе. Это криминал, потому что человека может убить током, когда, выходя из ванны, он может дотронуться до провода мокрой рукой. Значит, нет структуры управления, предусматривающей взаимодействия супервайзера с горничными. Это все должно быть прописано в стандартах.

Служба приема с подачей напитков и музыкальным сопровождением также отсутствует, как вы пишете. Лобби бар был отеле?

— Лобби бар был, но напитков никто не предложил при заезде

А предлагать напитки Вам и не должны были. Вы просто должны были иметь эту возможность в случае, если Вы устали с дороги.

— Вот здесь вы пишете: в спортивно-оздоровительном центре давно не проводился ремонт. В хамаме отвалилась плитка в некоторых местах. Плитка вся измазанная: то ли в краске, то ли в затирке. Я вам сразу пишу: не соответствует уровню «4-х звезд». Такого хамама быть не может. Он должен быть закрыт на ремонт. Нельзя такую услугу предлагать гостям в гостинице категории «четыре звезды». Мы можем считать, что просто нет хамама, и нет спортивно-оздоровительного комплекса (которого в гостинице категории «4 звезды» с количеством менее 50 может и не быть!).

По условиям системы классификации даже если гостиница соответствует минимальным требованиям, но необходимых баллов отель не набирает, то ему присваивается более низкая категория. Баллы, в свою очередь, присваиваются по состоянию худшего номера. Поэтому можно сделать вывод, что данная гостиница не соответствует категории «четыре звезды».

Особенно важно, что данный отель не набирает баллов по качественным характеристикам. Да и многие, даже обязательные требования, в некоторых случаях вообще не выполняются. Нет достаточного количества персонала. Нет стандартов. Мы с вами можем только предполагать – либо их нет, либо их никто не контролирует. Но в нашем случае это одно и то же.

Так, смотрим дальше, что вы еще указали. Швейцар был у входа в отель?

— Нет, ни швейцара, ни носильщика. Может, у него тоже выходной, я не знаю.

— Я, например, сейчас только что встречалась с собственником этой гостиницы, где мы сейчас беседуем. Я делала им сегодня экспертную оценку отеля для присвоения категории. И поставила условие, или они ставят швейцара, или у них не будет той категории, на которую они претендуют. У них есть швейцар, но он стоит в лобби, в белой рубашке. А он должен стоять у входа снаружи, красиво одетый, как «визитная карточка» гостиницы.

— Это для 4-х или для 5-звездной гостиницы обязательное требование?

— И 4-х и 5-ти. Это должно быть обязательно. Поэтому, когда проезжая мимо отеля на машине, вы видите, что нет швейцара, значит у него нет 4-5-ти звезд. Швейцар у входа — это как бы «живая» реклама, визитная звездная карточка. Но у нас сегодня многие экономят на персонале, и, в первую очередь, на швейцарах.

Из ваших документов также можно увидеть, что в отеле очень хорошая мебель, из массивного дерева. Да, собственником потрачены большие деньги, но он, видно, очень экономит на персонале, не понимая его важной роли! И на мелких нюансах. В итоге можно сказать, что потрачены деньги зря! В итоге то, что он хотел получить – гостиницу категории «4 звезды» – не получилось!!!

А в «трех звездах» не нужна такая дорогая мебель! Зачем она там? Чувствуется, что владелец — человек или организация – потратил большие деньги, но не получилось того, что он хотел. Часто люди тратят «серьезные» деньги на создание отеля, а на мелочах экономят! Может быть, он не знал! Может быть, ему никто не сказал! Но, тогда как ему присваивали эти звезды, спрашивается? Может быть, те, кто присваивал – у него не были? Или те, кто присваивал, тоже не знали, что должен был быть швейцар? В результате клиент разочарован! Он чувствует, что его как бы обделили. Все равно, что вы купили холодильник – а он не морозит, но стоит такой красивый, дорогой!!!

Вот, на пример, вы пишете, что вечерней подготовки номера нет. И это беда. Это опять же говорит о том, что нет стандартов. И опять же говорит о том, что нет контроля персонала. Что такое вечерняя подготовка номера? Она производится только в «4-5 звездах». В «3-х звездном» отеле нет вечерней

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

Фокус – Москва и столичный регион

подготовки номера, им не надо «заморачиваться» на это. Хотя там тоже, разумеется, не должен быть такой персонал, который всем своим видом показывает, что вы, гость отеля, здесь лишний!

В иную гостиницу приезжаешь и чувствуешь, как я уже говорила, что ты здесь чужой для них человек. Такому персоналу лишь бы получить деньги, и лучше бы для них, чтобы клиент вообще не приезжал. Бесконтактная гостиница такая! Клиент в таких отелях, кажется, только мешает. Он все время пристает с какими-то «дурацкими» (и, что характерно, всегда с одними и теми же) вопросами и мешает обсудить другого клиента по телефону с подружкой. «Припёрся» тут! Отдай деньги – и уйди тихо. Только не «выступай»!

Вечерняя подготовка обязательна для отеля данной заявленной категории. Может быть, гость не хочет вечерней подготовки номера, тогда он отказывается. Вам стучат и говорят: «Извините, можно сделать вечернюю подготовку?» Вы заняты и говорите: «Спасибо, не надо». И горничная ушла. Задача вечерней подготовки в чем? Вы в течение дня принимали душ, поэтому вам, возможно, потребуется, заменить полотенца, которыми вы пользовались. Также кровать разобрать: снять покрывало, развернуть все на уголок. Сейчас в высокоразрядных отелях еще кладут – это мода уже – маленькое полотенчико под ноги. С одной стороны, пишут: «Goodnight», а с другой – «Goodmorning». Когда вы ложитесь спать, вы смотрите – «Goodnight», спокойной ночи. А когда встаешь – сторона «Goodmorning», доброе утро, я проснулся. Это такие уже «фенечки»!

На ночь вам кладется шоколадка, хотя зачем шоколадка, казалось бы? Но это исторически так сложилось. Это подсластить сон. В такой вечерней подготовке нет пределов совершенству. Многие предлагают, например, меню подушек: «Выберите любую подушку. У нас гречишные подушки, ортопедические, такие-сякие. Позвоните – вам принесут любую подушку».

Или вам пишут вечером на карточке, чтобы вы утром, когда проснулись, знали, какая будет завтра погода. Вот вы проснулись – что вам сегодня надевать? Грязно, дождь сегодня будет, или что? Это как бы дополнительная о вас забота. Закрывать шторы, чтобы вам не бегать. Включить светильники прикроватные, чтобы вам можно было читать. Все это – вечерняя подготовка.

Если в отеле вечерняя уборка не делается, значит, в этом компоненте отель не соответствует минимальным требованиям для «4 звезд».

Так, глажка, как вы пишете, минимум два часа. А должно быть в течение часа. Это тоже не соответствует. Делаю вывод: гостиница после второго документа тоже не соответствует 4 «звездам».

И еще, нет фонарика карманного электрического. Это плохо. Почему? Зачем нужен этот фонарик?

— При отключении основного освещения.

— Во-первых, в «4-5 звездах» должен быть АВР – автоматическое переключение на резервную линию. Но может и автоматическое не работать, и вы оказываетесь в темноте. Для того, чтобы вам осветить себе путь в экстремальных условиях, у вас должен быть маленький фонарик. Раньше в высокоразрядных гостиницах давали свечку.

Будильное устройство. Вы пишете: может быть, такая функция есть в телефоне или в телевизоре, но не удалось ее найти. Поэтому, если оно есть, то непременно в информационной папке должно быть написано, как его установить.

— Такого не было.

— Значит, тоже — не соответствует. Теперь — мини-бар и мини-холодильник. Требований у нас к мини-бару нет. У нас есть требование минимальное — мини-холодильник.

Я пишу, что само по себе это соответствует, но нет услуги мини-бара, он пустой.

Пуф — с пятнами. То есть здесь опять возникают вопросы качества. Полка-подставка сильно потертая, но она имеется. Вы это учли в баллах, которые проставляются по качеству, что там качество не соответствует — раз подтеки. Плотные занавеси, обеспечивающие затемнение. Они имеются, но очень грязные, большие пятна. Зеркало имеется. Швейный набор отсутствует, но можно заказать. Это уже не соответствует.

— Но можно было заказать. Бесплатно, конечно.

— Я однажды в одну четырехзвездную гостиницу в Питере приехала, разместились, как клиент. Смотрю: халата нет. Звоню в рецепцию. Говорю: «Почему у вас нет халатов?». «Сейчас принесем» У нас это по запросу. Принесли. Потом смотрю: тапочек нет. «Почему у вас нет тапочек?» «Сейчас принесем». Тоже по запросу. Принесли тапочки. «Почему у вас нет шампуня?» «Сейчас принесем». Принесли. Я говорю: «Скажите, пожалуйста — зачем кровать поставили без запроса? Я же её не просила. Я заказывала только номер. Зачем кровать поставили? Она лишняя. Если у вас все только по заказу!»

— То есть, например, если нет в номере зубной щетки, но ты можешь попросить, можно считать, что ее нет?

— Да, можно считать, что нет. Может, они рассчитывают, что ты со своей приехал. Все разговоры о том, что «у нас никто не пользуется, каждый приезжает со своей» — пустые слова. Мне сегодня зубную щетку в поезде дают! В поезде кладут зубную щетку, зубную пасту. Я там, может, зубы вообще не чищу этой водой. А в той Питерской гостинице когда моя коллега попросила принести ей «по запросу» зубную щётку, то оказалось, что они закончились(видно, была только одна, которую «по запросу» принесли мне!)

В гостинице «три звезды» не нужна зубная щетка. Бывает, говорят: «У нас клиенты все пользуются зубной щеткой с хорошей щетиной, нашим клиентам это не нравится» и так далее. Да какое ваше дело, чем я буду пользоваться? Дайте, и все! Я могу ее с собой забрать. Потому что я, может быть, завтра буду жить в таких условиях, что мне нужны будут дополнительные зубные щетки. Может, у меня гости приедут, я всем им разложу. Это мое, это оплачено. Это входит в стоимость номера!

Теперь, ключ для открывания бутылок — тоже отсутствует в номере. Почему? Потому, что собственник не бережет свою дорожную мебель. Тем более — гранитную крышку стола. Отлично открываются о такой стол бутылки, между прочим!

Теперь противопожарная инструкция. Ее нет. Это плохо. У вас в номере должна быть противопожарная инструкция и инструкция о действиях в случае пожара или других экстремальных ситуациях. Что такое противопожарная инструкция? Это, что не надо в номере делать: курить, пользоваться нагревательными приборами и т.п.

А инструкция о действиях в случае пожара или других экстремальных ситуациях? Вот вы не курили и т.п., а чувствуете — горит! Что делать в случае, если вы ничего не делали, а что-то горит? Первое, что нужно делать, и это очень важно для гостиницы, крайне важно, потому что человек инстинктивно, если у него какой-то очаг возгорания, он тут же открывает окно. Он открывает окно, потому что гарь, дым и так далее, то есть из благих побуждений, и тем самым

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

Фокус — Москва и столичный регион

сжигает гостиницу! Дается доступ кислороду, разгорается пламя, гостиница сгорает как свечка.

Поэтому должна быть инструкция. Они даже делаются в пиктограммах – всем понятных рисуночках: этого и этого не делай, не открывай окно! Сразу позвони в службу приема: у меня горит. И сразу закрывай окно и выходи в коридор, а дверь за собой не закрывай. Выходишь, если видишь задымление, пытаешься пробраться к лестнице, следуя к запасному выходу, но пригибаясь к полу. Потому, что человек умирает не оттого, что он сгорает, а оттого, что он отравляется угарным газом. Соответственно – на корточках ползи. Не можешь проползти задымление, не пробивайся, возвращайся в номер. Вернись, закрой дверь, намочи все полотенца в ванной комнате, заткни все дыры мокрым, и после этого открой окно. Или разбей его, чтобы воздух был, и стой у него, дыши. И знай, что тебя спасут. Но не лезь никуда, потому что погибнешь. Такая инструкция должна быть. Более того, сегодня в отелях должен быть антитеррористический паспорт на случай чрезвычайной ситуации. Сейчас же часто нападают на гостиницы, потому что там скопление людей. Потому сегодня у всех должен быть антитеррористический паспорт.

Так, вот ручка на стене у ванны должна быть, а ее в вашем отеле нет. Почему? Потому, что, как я уже говорила, ванна – самое страшное место. Поскользнулся на мыле, упал, ударился головой – там всё чугунное, острые углы, это страшно! Поэтому ручка на ванне – для страховки от падения при скольжении. Забираешься в ванну – держись за ручку. Анти скользящее покрытие?

— Не было.

— Если этого нет, значит, тоже не присваиваем баллы.

Следующее. Халат банный на каждого гостя – имеется. Один из халатов был рваный, застиранный. Я пишу – не соответствует, потому что качество белья в четырехзвездном отеле должно быть безукоризненным.

В номере с двуспальной кроватью в ванной один коврик для ног на двоих. Не соответствует. Если вы с человеком спите в одной кровати, не обязательно болеть одними болезнями. Не обязательно. Если у кого-то грибок ногтей, это не значит, что вы тоже должны иметь этот грибок. Должно быть два коврика. Я на свой коврик встаю, другой человек на свой встает. Коврик должен быть на каждого гостя, а не общий. Поэтому пишу: не соответствует. Полотенце, в том числе банное – на каждого гостя не менее четырех. А у вас написано – по два. Три полотенца – «три звезды». Опять же – не соответствует.

Пакеты для предметов гигиены в диспенсере – отсутствуют. Не соответствует. Должны быть пакеты для предметов гигиены.

— Это тоже должно быть?

— Обязательно. Вы не замечаете – диспенсер на стене: крышечка, и там окошко. Пакетики маленькие вытягиваются. У нас их часто используют для того, чтобы бутерброд в них положить...

Итак, отмечаем, здесь общее количество баллов: 32 Получается, отель и по общему количеству баллов не проходит. Но самое главное, по пунктам, где можно давать «хорошо», «отлично» и «удовлетворительно», надо не менее 26. А здесь получается 18. И это никуда не годится, потому что если по общему количеству баллов еще может быть допуск 10%, то здесь допуска нет. Поэтому данный стандартный номер не соответствует уровню номера «первой категории» в гостинице категории «4 звезды».

Гостиничное хозяйство – это очень большая «засада» даже для специалиста. Ведь никто не возьмётся строить самолет, если он не умеет его строить, а только летал пассажиром. А гостиница, как многие думают, это просто, это я сумею. Ну, что в гостинице делают? Едят и спят. Это все умеют. Есть я умею, спать я тоже умею. И многие владельцы отелей совершенно искренне, когда им делаешь замечания, недоумевают: «Да я же как себе строил!» Я к этому привык, мне бы это понравилось, не знаю – как вам, а мне это нравится!

Это достаточно частая ошибка владельцев отелей. Он построил гостиницу, как себе дом. Но это не значит, что такой дом понравится другому. Что это соответствует гостинице категории «4 звезды»? Выбор гостиницы – это прежде всего соотношение цены и качества. Это то, на что ориентируется масса потребителей. Он смотрит – «4 звезды». И он определенного ждет. Тем более, что требования к уровню отелей вывешены в свободном доступе. Он ждет, что это будет так. И руководители отелей и их владельцы должны это предоставить!..

http://russiantourism.ru/main/main_19436.html

Этот «Артурс» не для короля Артура

Специалисты «Звездного контроля» попросили президента ассоциации «Отель-эксперт» Маргариту Немоляеву прокомментировать уровень сервиса загородного дома отдыха «Артурс Village & SPA Hotel». Эксперт, как всегда, оценивала представленные ей факты, еще не зная, о каком отеле идет речь.

— Маргарита Эдуардовна, что вы можете сказать после анализа 5 анкет-документов про данный дом отдыха, который мы проинспектировали?

— Давайте начнем с первого документа. Только сначала расскажите, что у Вас произошла за история при заезде в отель, вы, кажется, повредили автомобиль.

— Да, встретили нас не очень радушно. Когда мы приехали в отель, то, оставив автомобиль у входа, сразу пошли к стойке регистрации, чтобы заселиться. Но, не успев получить ключи от номера, к нам «подлетел» сотрудник парковки и в приказном тоне велел убрать автомобиль с подъездной аллеи, аргументируя это тем, что сегодня в отеле присутствует начальство. Мы пытались ему объяснить, что мы гости и что нам будет трудно таскать вещи с парковки в гостиницу и что после того, как мы выгрузим вещи из машины, обязательно поставим машину на парковку. Но он был непреклонен. Сотрудница службы приема, не вмешиваясь в разговор, молча наблюдала за происходящим. В конце концов мы были вынуждены бросить в гостинице часть уже вынесенных вещей и пойти немедленно переставлять машину с пустой подъездной аллеи на пустую парковку. Из-за такого хамского отношения настроение было у всех испорчено, и водитель, не заметив парковочные столбики, немного повредил машину.

— Это называется «welcome». В данном случае – «Welcome-а-ля рус». Есть даже такой тренинговый сюжет для подготовки персонала для сотрудников международных сетевых отелей. Клиент, приезжающий в гостиницу, должен чувствовать – его ждут, ему здесь рады. А в данном случае вы приезжаете, и вас гонят в шею. Вот опять же, как и в прошлый раз, когда клиенту дают понять: «Ты нам мешаешь, у нас начальство приехало, не до тебя!». А ради чего, ради кого же, да и в конечном счёте благодаря кому они все в отеле работают? И ради чего, по всей видимости, (хочется так думать) находится там это начальство? Все работают только для того, чтобы приезжающий гость был доволен! За город человек приезжает на автомобиле, поэтому парковка – это один из ключевых элементов именно для загородного отеля. Здесь Вы не должны быть стеснены местом, в

отличие от центра Москвы, где кругом пешеходная зона и нельзя припарковаться.

— Хочу добавить, что это был будний день, то есть отель был почти пустой. Большая и пустая подъездная аллея. И все, что мы слышали в ответ на все наши просьбы: «Уберите машину, к нам начальство приехало».

— Начальство приехало! Начальство важнее гостя? А этот дом отдыха для кого? Для начальства или для тех, кто приезжает в нём размещаться? «Мы должны всех выселить из дома отдыха, потому что начальство приехало!» Такого отношения быть не должно. Потому что это дом отдыха, потому что он, как и гостиница для гостей, и всё, что в ней есть, предназначено для гостей. Клиент приехал заселяться, и его оттуда гонят, потому что начальство там находится, у него никто не должен вертеться под ногами, а вдруг этому начальству помешает машина приехавшего гостя?

Есть основное правило обслуживания: «Гость – король! Он всегда право». Он первый, он главный, все остальные – постольку-поскольку. Он не может быть на втором, третьем месте. Гость не может мешать. А в данной ситуации клиента просто гнали вон! У них же есть парковщики. И они должны следить за тем, чтобы подъезжающие гости не оставляли перед входом машины на длительное время, чтобы избежать ситуации, когда весь вход перед домом отдыха заставлен машинами, и подъезжающим гостям невозможно подъехать к входу из-за машин, которые там сутками стоят. Поэтому место нужно оставить, но для чего? Для того, чтобы клиент мог поставить машину у входа, чтобы ему помогли разгрузить багаж. И только после этого можно попросить гостя отвезти машину на паркинг, чтобы он не оставил её там на сутки.

— А разве корректно себя повела сотрудница службы приема, которая вместо того, чтобы помочь разобраться в ситуации и сделать процедуру заселения более приятной и быстрой, просто молча наблюдала за происходящим?

— Службе приёма подчиняется швейцар и подносчики багажа. Я не знаю, какая там структура управления. Может быть, там стоянка вообще не имеет отношения к этому дому отдыха, и у них своя экономическая структура. Но это не значит, что между ними не должно быть взаимодействия... У средства размещения может быть много помещений и подразделений и в случае, если что-то сдаётся в аренду, это не значит, что можно занимать позицию «я ничего не знаю, у меня тут какой-то арендатор сидит, я за него не отвечаю!». Вы отвечаете за всё! Гостиница или иное средство размещения отвечает за все услуги, которые оказываются гостю, в том числе её партнёрами и арендаторами. Часто бывает ресторан в аренде, или, скажем, парикмахерская... У меня есть живой пример. Это было в одном регионе. Я там классифицировала одну гостиницу и познакомилась с директором, мы с ним неоднократно встречались, и он все время говорил: «Как мне нравится работать директором гостиницы!». Он был просто счастлив. Для него это была смена профессии, он пришел в гостиничный бизнес из совершенно другой сферы. И он с удовольствием учился, постигал секреты гостеприимства, ему это очень нравилось.

А потом в один прекрасный момент случилось «страшное»: он пришёл в понедельник на работу после выходных, и ему сообщили, что он больше здесь не работает! И более того, нигде не будет работать в гостиничном бизнесе в пределах этого региона. Поскольку жена одного высокого начальника в субботу или воскресенье захотела пойти в парикмахерскую, которая была в их гостинице, но находилась в аренде, то есть директор гостиницы к ней не имел никакого отношения. Гостя обслуживанием оказалась недовольна. А претензии все были к директору гостиницы. И с работы сняли директора гостиницы. Несмотря на то,

что она к структуре управления гостиницы не имела никакого отношения. Это реальный случай.

— На сайте отеля и в информационной папке в номерах написано, что в гостинице работают два кафе, два ресторана и лобби-бар. Но на рецепции мне сказали, что на сегодняшний день работает только один ресторан и одно кафе, однако ресторан закрыт на спецобслуживание, то есть работает только одно кафе. Проходя мимо закрытого на мероприятие ресторана, я перепутал дверь и попал в действительно неработающий ресторан. Позже я узнал, что этот ресторан открывают только на завтраки и в случае большого заезда. То есть меня, получается, обманули в службе приема.

Тут главное не то, что вас обманули. Сейчас очень многие рестораны при гостиницах нерентабельны, потому что все ходят в соседние рестораны, городские, и ресторан в гостинице стоит пустой. Хотя открыт и работает. Но за городом – выбора нет. Постоялец приехал, питаться он может только в данном комплексе. Или он должен уехать из этого дома отдыха. Поэтому питание в загородном отеле имеет очень большое значение, и иметь один ресторан и кафе в большой гостинице недопустимо. Однако, в данном случае это дом отдыха, позиционирующий себя как отель. Но как говорится в русской пословице: «Назвался груздем – полезай в кузов!» Но руководство этого дома отдыха, по всей видимости, так не считает! Я думаю, что они открывают ресторан в зависимости от загрузки гостиницы. Они думают только о своей рентабельности. А это неправильно...

— Была еще непонятная ситуация с лобби-баром. Вечером, в 10 часов, я хотел заказать кофе, но бармен мне сказал, что они уже не работают- закрыты. Я уточнил: на табличке «часы работы» написано «с 9:00 до 23:00», а сейчас 22 часа. На что получил ответ: «А мало ли, что написано. Написано до 11, а работаем до 10» и потом добавил: «Мы сегодня просто не в 9 открылись, а в 8».

— Если они сегодня открылись в 8, это их проблема. Значит у них не хватает персонала. Нет достаточного количества персонала для обеспечения бесперебойной работы. Потому что в загородной гостинице всё усугубляется по одной причине: у клиента нет возможности выбора пойти куда-то в другое место. Он здесь живёт, здесь же должен развлекаться, проводить время, и, если ему захотелось есть, он должен иметь возможность здесь же попасть в ресторан. За городом предоставление всего спектра услуг особенно важно. Даже если гость живёт один и вокруг никого нет. Я вам могу привести такой пример. Я жила в гостинице на Кипре. Владелец гостиницы был русский. Российская гостиница в прекрасном месте, где стоят самые дорогие отели. Наш отель стоял практически на первой линии. И когда я приехала, то удивилась, что там вообще никого нет. Ни одного человека! Я со своими друзьями была одна в этой гостинице. А все остальные гостиницы рядом, на побережье, были не просто полны, а переполнены, просто не было мест! Там был и ресторан, и бассейн, но российский собственник всё это использовал для себя любимого. Он отдыхал там со своими друзьями, даже жарил барашка! Нам было как-то даже неудобно, что мы там живем. В этой гостинице было все, но ничего не работало. А зачем, а кому тогда все это надо? Как можно содержать гостиницу для себя? Целую гостиницу для себя. Они не думали о клиенте. Он им был не нужен. И клиент отвечал им взаимностью! То есть не останавливался в этой гостинице, выбирая другие отели! И в данном случае я чувствую, что здесь приблизительно такая же ситуация. Главное, чтобы начальство, которое приехало, было довольным, а клиент – он чужой на этом празднике жизни.

— Была еще неловкая ситуация. Фронт менеджеры взяли мой паспорт для заполнения анкеты и не передали обратно, он остался на рецепции. Я попросил

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

Фокус – Москва и столичный регион

своего товарища забрать документ, когда он будет проходить мимо. И на рецепции, на просьбу передать паспорт, ему ответили: «Пусть сам спускается».

— И они были правы. Они правы, потому что паспорт – это очень важный документ. Такие документы другим людям не передаются. Но они могли бы это сделать в более вежливой форме. И если бы в этой гостинице были стандарты и проводились бы тренинги с персоналом, то они бы знали, что нужно употреблять в речи очень много «этикетных» слов. Когда звонишь в гостиницу, где проводят такие тренинги, они с вами «на автомате» так разговаривают. У нас в культуре разговаривать так не принято, поэтому только тренинги позволяют сделать так, чтобы это вошло в привычку. Но часто бывает и руководство само хамит своему персоналу. Я часто в беседах с руководителями гостиниц говорю: «Если не хотите, чтобы персонал хамил клиенту, – не хамите персоналу. То есть если начальство этой гостиницы хочет воспитать вежливый персонал, руководитель не должен хамить своему подчиненному.

Отсутствие информационных материалов на английском языке.

— Вот здесь еще меня настораживает то, что все информационные материалы только на русском языке. Нет ничего на английском языке. Это позволяет предположить, что иностранными языками персонал не владеет. А для гостиницы 4-х звезд знание персоналом иностранных языков обязательно. И ответ, что здесь иностранцы не бывают, означает, что здесь они и не будут никогда бывать! Давайте посмотрим на баллы, которые вы поставили. Здесь нужно по качественным показателям набрать 26, а по этим критериям номер набирает 25. Причиной недобора послужили: грязное напольное покрытие и плохое освещение. Полы не были пропылесосены, т.е. опять тот же самый вывод – проблема в персонале. Нет управленческой структуры. Нет контроля за работой персонала, значит, для руководства это неважный аспект. А освещение? В чем проблемы с освещением?

— Очень мало света. В номере роль основного освещения выполняют два настенных светильника, которые находятся на уровне прикроватных. Вечером очень темно.

— Я часто работаю в гостинице, и для меня освещение в номере очень важно. И проблема в том, что очень тяжело читать или работать при таком свете. Но я лично думаю, что в данном случае владельцы этого средства размещения просто сэкономили на освещении.

И когда мы говорим о баллах дома отдыха в целом, то получается, что по общему количеству он даже превосходит необходимый уровень, вместо 133 баллов — 171. А вот по качественным характеристикам набор баллов невелик: из необходимых 50, они набрали только 48. Тут по требованиям Системы классификации всё очень строго и не получится эти 2 балла на чём-то другом добрать. И складывается ощущение, что-либо эксперты вообще здесь не были, либо если и были, то не обладали необходимым уровнем знаний. Если эксперты были, то в случае, если чего-то нет, эксперт дает рекомендацию, а гостиница дает гарантийное письмо, что она эти рекомендации выполнит, устанавливаются сроки. И, может быть, докладывают, что их выполнили, а на самом деле не выполнили. А может быть, что эксперты были в этом доме отдыха днём, свет не включали, им показали только один стандартный номер, в котором всё было чисто!

Сейчас знаете какая проблема возникла? Гостиницы не понимают, что «звездам» нужно соответствовать. Для чего они вообще. И когда приезжает эксперт, чтобы дать оценку соответствия требованиям Системы классификации, он оказывает просто консалтинговую услугу. У меня сейчас складывается

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

Фокус – Москва и столичный регион

ощущение, что у многих руководителей есть желание, чтобы эксперт не приезжал. Часто слышу ответ «а никто не жаловался», то есть если никто не жаловался, значит, ничего не надо менять и зачем нужно, чтобы кто-то приезжал и что-то советовал! Не выполняют данные рекомендации: обещал, но не сделал, перенес на следующий раз. Вот поэтому сейчас и ставится вопрос о том, что, если эксперт дает рекомендацию, срок ее выполнения должен быть не более 90 дней.

— В номере не было зубной щетки. Я позвонил в службу горничных и через 5 минут мне принесли зубной набор и счет на сто рублей. Деньги небольшие, но все равно неприятно. И еще я обратил внимание, что в ванной нет телефона или тревожной кнопки, единственный телефонный аппарат стоит на письменном столе в комнате. Очень неудобно.

— Я уже отмечала при анализе представленных Вами документов, что это совершенно недопустимо для гостиницы категории «4 звезды» Часто сотрудники гостиницы начинают убеждать Вас, что просто обычно клиенты привозят с собой свои зубные щётки, но это совершенно неверно! А брать за это деньги, это вообще обман потребителя, поскольку он за эту щётку уже заплатил при заезде (её стоимость должна входить в стоимость номера). А отсутствие дополнительной телефонной трубки или кнопки вызова — персонала-это тоже существенный недостаток, который делает невозможным присвоение данному средству размещения категории «4 звезды»

— Исходя из заполненных нами документов, этот дом отдыха во многом соответствует своим «4 звездам», а вот в чём-то не соответствует, так в чем же основная проблема?

— Основная беда, опять же, в отношении и понимании того, что такое клиент. Если бы собственник или руководитель дома отдыха, что такое клиент, и поставил бы себя на его место, он бы понимал, что ему нужно. Приезжает человек в дом отдыха, проделав значительный путь, устал с дороги, ему хочется как можно быстрее разместиться в номере, разгрузив багаж. И ему не хочется, чтобы эта процедура затянулась. В данной ситуации этого не понимает персонал. Гости прогоняют с парковки и так далее. То есть приём такой, что можно уже не заселяться. Значит, не понимают этого. Не понимают и того, что с клиента нельзя брать деньги за то, что обязано быть в номере, а также того, что клиент должен иметь возможность позвать на помощь, если ему стало плохо! То есть нет понимания, что такое клиент. И опять же, его нет ни у руководства, ни у персонала. А в целом здесь состояние материальной базы вполне хорошее, приличное, и качественные характеристики тоже вполне хорошие, но опять же — без персонала и без внимания к гостю гостиница мертва! Потому что клиент никогда не приезжает только для того, чтобы пожить в гостинице. Вот, мы с вами пришли в булочную, хочется есть. Я съел, и уже доволен. Булочная выполнила свою задачу.

Но в гостиницу я приезжаю не из-за того, что мне жить негде. Я приезжаю, чтобы отдохнуть, чтобы воспользоваться какими-то услугами, а не просто получить кровать для ночлега. А здесь получается, что вам дали кровать, радуйтесь. Вот поэтому это ощущение отдыха, это ощущение «добро пожаловать», «welcome» должно быть везде и у каждого. Добро пожаловать, клиент, добро пожаловать в ресторан, добро пожаловать в наш дом отдыха, добро пожаловать, мы вам рады!

— Подводя итоги, мы можем сказать, что этот дом отдыха соответствует категории «4 звезды»?

— Нет, не соответствует! Однако тут уже дело не в «звездах». В итоге данное средство размещения накажет сам потребитель. В том смысле, что не

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

Фокус – Москва и столичный регион

будет в него ездить. Гостиница, как и любое другое средство размещения, включая дом отдыха, — это очень сложный организм: она не может выпускать продукцию и работать «на склад». Если, например, я выпускаю обувь и сегодня не могу ее продать, я кладу ее на склад и продаю в сезон. Здесь так работать нельзя. Вот сегодня номер не продан, значит он потерян, вы его уже не компенсируете. Вы не можете выбросить на рынок те услуги, которые когда-то были потеряны. Тем более, что пустая гостиница — это освещение, отопление и всё равно персонал, то есть большие затраты. То есть для гостиницы более, чем для кого бы то ни было, важно и приоритетно, чтобы клиент приехал. По количеству банкротств гостиничный бизнес стоит на первом месте. Потому что разорить гостиницу очень просто. Просто в неё не приехать, и она закроется сама по себе. Тем более сейчас в Подмоскowie гостиницы плодятся как грибы. Их очень, очень много. Они все разные, и среди них много хороших. Поэтому, в данном случае, боюсь, что этот дом отдыха накажет сам потребитель.

Олег Иванов

Справка по исследованию

Анализ представленных на рассмотрение документов, касающихся оценки дома отдыха заявленной категории «4 звезды» (проверка №2 дом отдыха (более 50 номеров) в соответствии с порядком классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями (УТВЕРЖДЁН ПРИКАЗОМ МИНИСТЕРСТВА КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ОТ 11 ИЮЛЯ 2014 ГОДА № 1215, ЗАРЕГИСТРИРОВАН В МИНЮСТЕ РОССИИ 29 ДЕКАБРЯ 2014Г. №35473)

На рассмотрение были представлены 5 документов:

Анкета, в которой были отмечены результаты наблюдения одного из гостей за работой сотрудников различных служб дома отдыха во время своего краткосрочного проживания.

Анализ данного документа позволяет сделать вывод о том, что-либо в данном средстве размещения вообще нет никаких стандартов, регламентирующих правила работы персонала, либо если таковые и имеются, то по ним не проводится тренингов, следствием чего и является их полное несоблюдение сотрудниками (невнимательное отношение сотрудников к приехавшим гостям-требование немедленно убрать машину со стоянки и прочее)

С другой стороны, совершенно очевидно, что количество сотрудников не позволяет обеспечить чёткую работу всех служб, вследствие чего нет подносчиков багажа. Что касается отсутствия швейцара, то ввиду того, что это дом отдыха с несколькими корпусами, для таких коллективных средств размещения как в дома отдыха и другие аналогичные средства размещения, допускается отсутствие швейцара.

Документ №2 о соответствии дома отдыха минимальным требованиям, предъявляемым к средствам размещения категории «4 звезды» с учётом того, что это дом отдыха с количеством номеров более 50 номеров.

Анализ данного документа показал, что большинство обязательных требований выполняются, однако не выполняются несколько важных требований, а именно:

- поднос багажа (из машины в номер и из номера в машину), который должен осуществляться круглосуточно в обязательном порядке;
- организация встреч и проводов;

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

Фокус – Москва и столичный регион

— бронирование и/ или продажа билетов на различные виды транспорта.

Документ № 3 о соответствии стандартного номера требованиям к номеру «первой категории» в средстве размещения категории «4 звезды».

Анализ данного документа показал, что из 76 обязательных требований не выполняются только 7, однако многие из них относятся именно к тем требованиям, которые отличают средство размещения категории «4 звезды» от категории «3 звезды», а именно:

— Если отсутствие карманного фонаря отсутствие розетки рядом с кроватью и отсутствие пакетов для предметов гигиены (в диспенсере) являются нарушением обязательных требований как для средств размещения категории «4 звезды» так и для «трёх звёзд», то следующие требования относятся именно к категории «4 звезды»;

— Отсутствие дополнительной телефонной трубки или шнура/кнопки вызова персонала с целью оказания помощи;

— Недостаточное количество полотенец;

— Отсутствие зубной щётки;

— В то же время отсутствие информационных материалов на английском языке позволяет усомниться в знании иностранных языков персоналом, занимающимся приёмом и обслуживанием гостей!

Документ № 4 о соответствии стандартного номера необходимому количеству баллов по критериям балльной оценки.

Анализ данного документа показал, что из необходимых 26 баллов по качественным характеристикам стандартный номер этого средства размещения набирает только 25 баллов. Проблема в состоянии напольного покрытия и в освещении, и если можно усомниться в оценке проверяющим напольного покрытия, то освещение только от прикроватных и настенных светильников явно не может быть достаточным!

Документ № 5 о соответствии гостиницы в целом необходимому количеству баллов по критериям балльной оценки

Анализ данного документа показал, что несмотря на то, что по общему количеству баллов гостиница даже превосходит необходимый уровень (вместо 133 баллов – 171 баллов), а по качественным характеристикам недобор баллов невелик (из необходимых 50 баллов по качественным характеристикам данная гостиница набирает 48 балла, однако складывается впечатление, что либо эксперты вообще не были в этой гостинице, либо если были, то не обладали необходимым уровнем знаний, позволяющим дать рекомендации для приведения номеров данного дома отдыха в соответствие с приказом Минкультуры.

Учитывая вышеизложенное, крайне досадно, что в настоящее время при таком состоянии номерного фонда и качестве обслуживания с отсутствием ряда обязательных услуг и несмотря на то, что в целом качество оборудования и оснащения данного средства размещения заслуживает высоких оценок, этому дому отдыха не может быть присвоена категория «4 звезды» !!!

М.Э. Немоляева, кандидат экономических наук, доцент, разработчик Порядка классификации объектов туристской индустрии в части классификации гостиниц и иных средств размещения.

<http://polytika.ru/info/73671.html>

Как отели лишаются звезд. "Ялта-Интурист", "СПА-Отель Ливадийский". Кто следующий? Случайность или тенденция.

Перечень российских отелей, категория которых была аннулирована или приостановлена, опубликован на сайте Федерального перечня туристских объектов. На сегодняшний день в перечне находятся два крымских отеля: гостиничный комплекс "Ялта-Интурист" и гостиничный комплекс "СПА-Отель Ливадийский". В опубликованных материалах указаны причины, по которым были приняты столь жесткие решения. Между тем, для того, чтобы "звездность" отеля была пересмотрена, вполне достаточно простого обращения частного лица.

Информация о том, что пятизвездочный отель "Ялта-Интурист" лишился своих звезд впервые появилась в начале 2016 году. Свидетельство о получении соответствующей категории гостиница получила 5 ноября 2015 года. Однако с начала февраля гостиница стала фигурировать на сайте Федерального перечня туристских объектов как объект без классификации. Информацию о том, что "Ялта-Интурист" потеряла свои звезды, подтвердили и крымские власти, однако никаких подробностей этой истории до недавнего времени озвучено не было. Опубликованные материалы расставляют точки над i.

Некоммерческая организация "Российская Гостиничная Ассоциация" – аккредитованная организация, проводившая экспертизу объекта – в ходе плановой инспекционной проверки 5 февраля 2016 года инспекционную выяснила, что ее руководство не выполнило рекомендации, данные в ходе экспертной оценки объекта 19 октября 2016 года. Эксперты РГА потребовали от руководства отеля устранить выявленные недостатки, а также провести ремонт 335 гостиничных номеров: 301-310, 312, 314, 316, 318 342, 345, 346, 349, 350, 353, 354, 357, 358, 361, 362, 366, 369, 370, 373, 374, 377, 379, 381, 382, 385-397, 401-410, 412, 414, 416, 418-464, 466, 468-494, 1101-1160, 1201-1260, 1301-1360.

Решением РГА от 8 февраля действие свидетельства о присвоении категории "5 звезд" было приостановлено в срок до 5 мая 2016 года.

Однако по итогам повторной проверки отеля эксперты аккредитованной организации выявили, что требования, выставленные в ходе февральской проверки, удовлетворены не были.

- Не все письменные стандарты для персонала, фиксирующие функциональные обязанности и установленные правила работы, были доработаны в соответствии с требованиями к средству размещения категории "пять звезд".

- В ванных комнатах не были установлены телефонные аппараты или кнопки вызова персонала.

- Не была проведена аттестация руководителей среднего звена, не имеющих требуемого стажа работы.

- Ремонт 335 номеров произведен не был.

В итоге 5 июня 2016 года Российская Гостиничная Ассоциация приняла решение об аннулировании свидетельства о присвоении гостинице "Ялта-Интурист" категории "пять звезд". Решение принято в соответствии с п. 19 "Порядка классификации объектов туристской индустрии, включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и пляжи, осуществляемой аккредитованными организациями", утвержденного приказом Минкультуры от 11 июля 2014 г. № 1215.

СИСТЕМА КЛАССИФИКАЦИИ ОБЪЕКТОВ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ
АККРЕДИТОВАННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ПО КЛАССИФИКАЦИИ
ГОСТИНИЦ И ИНЫХ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКАЯ ГОСТИНИЧНАЯ АССОЦИАЦИЯ



Регистрационный номер в Федеральном перечне: 220000009

Решение
об аннулировании
свидетельства категории Объекта туристской индустрии
от 05 июня 2016 года

Тип Объекта туристской индустрии	Курортная гостиница
Характеристика Объекта туристской индустрии	Гостиница с числом номеров более 50
Присвоенная категория Объекту туристской индустрии	Пять звезд
Регистрационный номер свидетельства	550002641
Наименование Объекта туристской индустрии	Курортная гостиница «Ялта-Итурист»
Наименование юридического лица, индивидуального предпринимателя, которому Объект туристской индустрии принадлежит на праве собственности, аренда или ином законном основании	ПАО «Гостиничный комплекс «Ялта-Итурист»
	ОГРН: 1149102067782
	ИНН: 9103007038
Место нахождения (адрес) Объекта туристской индустрии	298600 Республика Крым, г. Ялта, ул. Драматического, 60
Основание для приостановки действия свидетельства категории	Приостановка действия свидетельства категории Пункт 19 «Порядка классификации»: выявленные при проведении плановой инспекционной проверки (дат от 05.02.2016): - не выполнение в полном объеме рекомендаций экспертной комиссии, данных по итогам экспертной оценки объекта от 09.10.2015 г.; - произвольная на Объекте туристской индустрии замена, влияющие на соответствие Объекта туристской индустрии требованиям Порядка классификации для присвоенной категории «пять звезд» (изменение состава и численности комнатного фонда, находящегося в эксплуатации); Срок приостановки действия свидетельства категории До 05 мая 2016 года на период устранения выявленных несоответствий: - выполнение в полном объеме рекомендаций экспертной комиссии, данных по итогам экспертной оценки объекта от 09.10.2015 г.; - появление рынка номеров 301-310, 312-314, 316-318, 342, 345, 346, 349, 350, 353, 354, 357, 358, 361, 362, 366, 369, 370, 373, 377, 378, 381, 382, 385-397, 401-410, 412, 414, 416, 418-464, 466, 468-484, 1101-1160, 1201-1260, 1301-1360 (всего 339) номеров; Решение о приостановке действия свидетельства категории От 08 февраля 2016 года
Результаты инспекционной проверки выполнения Заявителем рекомендаций экспертной комиссии и решения аккредитованной организации от 08.02.2016	Рекомендации экспертной комиссии, данные по итогам экспертной оценки объекта от 09.10.2015 г. выполнены не в полном объеме: - не все писанные стандарты для персонала, фиксирующие функциональные обязанности и установленные правила работы доработаны, с учетом всех гостиничных технологий служебных обязанностей каждого сотрудника с учетом требований Порядка к средству размещения категории «пять звезд»; - телефонные аппараты или кнопки вызова обслуживающего персонала в ванных комнатах не установлены.

аттестация руководителей среднего звена управления гостиничного комплекса, не имеющих требуемого стажа, на соответствие должности по итогам работы 2015 г. не проведена. Ремонт номеров 301-310, 312, 314, 316, 318, 342, 345, 346, 349, 350, 353, 354, 357, 358, 361, 362, 366, 369, 370, 373, 377, 378, 381, 382, 385-397, 401-410, 412, 414, 416, 418-464, 466, 468-484, 1101-1160, 1201-1260, 1301-1360 (всего 339) не произведен (письмо ПАО «ГК «Ялта-Итурист» от 04.06.2016 № 7607 - прилагается)	В соответствии с п.19 «Порядка классификации объектов туристской индустрии включающих гостиницы и иные средства размещения, горнолыжные трассы и т.п., осуществляемой аккредитованными организациями», утвержденного приказом Министерства культуры РФ от 11 июля 2014 г. N 1215 аккредитованная организация принимает решение аннулировать свидетельство категории «пять звезд» регистрационный номер 550002641, выданное курортной гостинице «Ялта-Итурист» и внести соответствующее изменение в Федеральный перечень классифицированных объектов.
---	--

Руководитель аккредитованной организации,
президент, исполнительный директор
Российская гостиничная ассоциация



Г.А. Лапшин

Второй объект, лишившийся звезд, правда временно, – "СПА-Отель Ливадийский" вместимостью 138 номеров (276 мест).

Отель получил категорию "четыре звезды" 10 декабря 2015 года. Аккредитованная организация, проводившая экспертизу – ГУП РК "Крымский туристский центр" – 22 июля 2016 года провела повторную проверку объекта и выявила, что отель не в полной мере соответствует "четырем звездам".

Целая серия замечаний касалась невыполненных предписаний экспертной комиссии, сделанных во время первичной проверки.

- Вход для гостей не оборудован козырьком, защищающим гостей от атмосферных осадков, а сотрудники консьерж-службы не предоставляют гостям зонты.

- Отсутствует внутреннее радиовещание с возможностью радиотрансляции во всех помещениях, включая лифты.

- Во всех номерах отсутствует телефония – внутренняя, городская, междугородняя и международная. Телефонов нет ни на прикроватной тумбочке, ни в ванной комнате (как и кнопки вызова персонала).

- В коридорах отсутствуют электронные замки.

- У изголовья кроватей отсутствует выключатель основного источника света.

- В номерах отсутствуют ковры или ковровое покрытие пола.

- В номерах отсутствуют плотные занавеси или жалюзи, обеспечивающие затемнение помещения.

- Отсутствует выкладка швейного набора, телефонного справочника и ежедневной газеты.

- В ряде номеров отсутствует косметическое зеркало для бритья, а также ручка на ванне или на стене у ванны для страховки от падения при скольжении.

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

Фокус – Москва и столичный регион

В итоге, решением от 23 июля аккредитованная организация приостановила действие свидетельства о присвоении категории в срок до 22 октября 2016 года. Подтверждение категории отеля, должно было осуществиться в срок до 21 октября 2016 года, однако на данный момент, "СПА-Отель Ливадийский" фигурирует в Федеральном перечне туристских объектов как отель без классификации.

Редакция Hotelier.PRO подчеркивает тот факт, что вся приведенная в

Государственная система классификации объектов туристской индустрии
аккредитованная организация
Государственное учреждение «Иркутский туристский центр»
Иркутский туристский центр
Адрес: № 63 от 28.03.2016 года Министрства культуры и туризма Республики Крым
Регистрационный номер в Федеральном перечне: 22000076

РЕШЕНИЕ ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ПОВТОРНОЙ ОЦЕНКИ
О ПРИСВОЕНИИ КАТЕГОРИИ

г. Симферополь «23» июля 2016 г.

ГП РК «Крымский туристский центр», аккредитованное в качестве органа по классификации гостиниц и иных средств размещения и именуемое в дальнейшем ИСПОЛНИТЕЛЬ, в лице директора Виктора Петровича, действующего на основании устава, и соответствия с договором № 002-К от «15» ноября 2015 г. на основании требований нормативных документов «Системы классификации и иных средств размещения».

Процедура оценки соответствия критериям Приказа 1215, Приложение 1, ТРЕБОВАНИЯ К ГОСТИНИЦАМ И ИНЫМ СРЕДСТВАМ РАЗМЕЩЕНИЯ	№ 1	от	«22» июля 2016 г.
Процедура оценки соответствия критериям Приказа 1215, Приложение 2, ТРЕБОВАНИЯ К НОМЕРАМ ГОСТИНИЦ И ИНЫМ СРЕДСТВАМ РАЗМЕЩЕНИЯ	№ 2	от	«22» июля 2016 г.

РЕШИЛИ: присвоить Гостиничному комплексу «СПА-ОТЕЛЬ ЛИВАДИЙСКИЙ» категорию ЧЕТЫРЕ ЗВЕЗДЫ

СПА-ОТЕЛЬ ЛИВАДИЙСКИЙ
Наименование средства размещения
295555, г. Ялта, ПЛТ, ЛИВАДИЯ, УЛИЦА ВИНОГРАДНАЯ, 55
Юридический адрес средства размещения
Общество с ограниченной ответственностью «Ялта-Сити»
Наименование юридического лица (далее – заявитель)
295555, г. Ялта, плт, Ливадия, улица Виноградная, 55
Номерной фонд 138 Юридический адрес Заявителя номерной фонд 278 нест

На основании:
Поскольку оценка №1 соответствия критериям Приказа 1215, Приложение 1, ТРЕБОВАНИЯ К ГОСТИНИЦАМ И ИНЫМ СРЕДСТВАМ РАЗМЕЩЕНИЯ
Процедура оценки №2 соответствия критериям Приказа 1215, Приложение 2, ТРЕБОВАНИЯ К НОМЕРАМ ГОСТИНИЦ И ИНЫМ СРЕДСТВАМ РАЗМЕЩЕНИЯ

Экспертная комиссия заключает:
СПА-ОТЕЛЬ ЛИВАДИЙСКИЙ не в полном объеме соответствует заявленной категории «Четыре звезды», поскольку не были устранены следующие обязательные требования Системы классификации:

1. Вход для гостей не оборудован кодыриком, защищающим гостей от атмосферных осадков, отпугивающим (кодырикс-служба) не предоставляла услугу «индивидуальная защита зонтика».
2. Отсутствует внутреннее радиосвязное с возможностью радиосвязи во всех помещениях, включая входы.
3. Отсутствует телефония в номерах отеля: внутренние (без выхода за пределы средств размещения), парадная, консьерж-служба и консьерж-служба в 100% номеров.
4. Отсутствуют электронные звонки в коридорах.
5. В номерах отсутствуют выключатель дистанционного управления освещением и розетки в углах кроватей.
6. В номерах отсутствуют телефонный аппарат с номером на парикмахерской, туалетной, в ванной комнате, дополнительные в зонах номера (бюро, кухня, номера обслуживаемого персонала).

2017 г. Симферополь, Республика Крым, г. Ялта, ул. Виноградная, д. 55, этаж 1-12, тел. +7(978)544-4777

2017 г. Симферополь, ул. Виноградная, д. 55, этаж 1-12, тел. +7(978)544-4777

ГП РК «Крымский туристский центр»

Государственная система классификации объектов туристской индустрии
аккредитованная организация
Государственное учреждение «Иркутский туристский центр»
Иркутский туристский центр
Адрес: № 63 от 28.03.2016 года Министрства культуры и туризма Республики Крым
Регистрационный номер в Федеральном перечне: 22000076

7. В номерах отсутствуют КОВЕРЫ или ковровые покрытия пола.
8. В номерах отсутствуют Плотные занавеси (или жалюзи), обеспечивающие затененность помещений.
9. Выкладка раскладного отсутствует: Швейный набор, телефонный справочник, Справочник ежедневной газеты.
10. В ряде номеров отсутствует косметическое зеркало для бритья, а также Рукава на ванне или на стене у ванны для страховки от падения при скольжении (при наличии ванны).

На основании вышеизложенного экспертная комиссия решает:

1. Срок действия свидетельства № 550003022	«22» октября 2016 года
2. Подтверждать категорию	Не позднее «21» октября 2016 года
3. Применять Знак категории после подтверждения на основании экспертной оценки	ЧЕТЫРЕ ЗВЕЗДЫ

Эксперт(ы) по классификации гостиниц и иных средств размещения

Подпись:

Член комиссии: Королёва Мария-Ива Альбиновна, эксперт по классификации

Член комиссии: Вукан Алексей Михайлович, эксперт по классификации

В присутствии: Гупок Сергей Сергеевич, заместитель начальника управления курорта – заместителю отделению взаимодействия со средствами размещения Министерства курортов и туризма Республики Крым

2017 г. Симферополь, ул. Виноградная, д. 55, этаж 1-12, тел. +7(978)544-4777

ГП РК «Крымский туристский центр»

материале информация взята из открытых источников, а именно – из Федерального перечня туристских объектов, и не направлена на подрыв репутации ни одного из упомянутых средств размещения.

Опубликованные документы свидетельствуют, что борьба за качественный сервис в гостиничной индустрии России выходит на более высокий уровень и новые "звездопады", в том числе в отелях высших категорий, в будущем более чем вероятны. Процесс классификации средств размещения в России только набирает обороты, и в него пока еще не вовлечено подавляющее число отечественных средств размещения.

Вместе с тем, как отмечают эксперты, существующая нормативно-правовая база позволяет практически любому физическому лицу потребовать пересмотра присвоенной отелям категории, что может серьезно усложнить жизнь, как отелям, так и аккредитованным организациям. Более того, по неофициальной информации, подобного рода "жалобы с мест" уже используются в гостиничной индустрии как элемент конкурентной борьбы.

Редакция Hotelier.PRO надеется на то, что данный материал поможет отелям подготовить свой сервис к любым возможным проверкам, а значит – отстоять свои "звезды" и свою репутацию.

http://hotelier.pro/index.php?option=com_k2&view=item&id=2064:nostars&Itemid=278

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

Фокус – Москва и столичный регион

3 Анализ и события московского и региональных рынков туристско-гостиничных услуг

Туристы забронировали все отели в Петербурге на Новый год

Представители туриндустрии в Северной столице празднуют успех — на Новый год в отелях города забронированы все номера в отелях.

К концу ноября в городе забронировали 70 процентов номеров. В пик бронирования, ожидаемый в первые две недели декабря, загрузка отелей достигнет 80 процентов. К этим праздникам популярность петербургских гостиниц возросла по сравнению с минувшим Новым годом. Согласно подсчётам, тогда отели были загружены на 70–75 процентов.

«Практически никогда не бывает 100 процентов на Новый год. Всё-таки у нас не южные моря, а достаточно холодно, нет достаточного количества ярких развлечений именно в Новый год. Чаще всего на Новый год в Петербург приезжают россияне из других городов, а иностранцы едут на неделю раньше, в своё Рождество», — рассказала вице-президент Ассоциации малых гостиниц Петербурга Тамара Буйлова.

Больше всего в город приедет китайцев. На втором месте — немцы, а затем — итальянцы и американцы. В процентном отношении резко увеличилось количество иранцев, индийцы стали в разы чаще ездить в Петербург. Кроме того, Южная Корея увеличила свои позиции благодаря облегчению визового режима.

<http://spb.mk.ru/articles/2016/11/29/turisty-zabronirovali-vse-oteli-v-peterburge-na-novyy-god.html>

Courtyard by Marriott Kazan Kremlin взят штурмом. ОАО "Гостиничная компания" возвращается

Отель Courtyard by Marriott Kazan Kremlin 4*, находящийся в самом центре столицы Татарстана — возле Казанского кремля, оказался заблокирован в результате конфликта хозяйствующих субъектов. Работа отеля парализована, заселение гостей не ведется, попасть внутрь здания невозможно. Пока полностью достоверной информации о происходящем нет. Редакция Hotelier.PRO восстанавливает картину по сообщениям СМИ и имеющейся неофициальной информации.

Внешняя картина событий

Как сообщил портал "Реальное время", с 28 ноября 2016 года отель оказался заблокирован, а ручка входной двери сломана. Открыть дверь можно только изнутри. Журналисты заметили внутри задания полицейских в зеленой форме, похожей на форму СОБРа и много мужчин в спортивной одежде и джинсах. В отеле отказались прокомментировать ситуацию, сообщив, что заселения гостей прекращено из-за поломки сервера. Внутри дежурят представители ОМОН.

По сообщению портала "БИЗНЕС Online", с 27 ноября ведется борьба за управлением отелем. Руководство отеля находится в гражданско-правовом споре с управляющим, они привлекли к этому сотрудников частного охранного предприятия. Начиная с воскресенья охрану общественного порядка обеспечивает полиция".

В настоящее время заблокированы все двери в здание включая ту, что ведет в находящийся при Marriott ресторан Steakhouse. Сам ресторан не работает.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Несколько проясняет картину информация портала Inkazan. По данным СМИ, СОБР приехал в Marriott из-за разногласий учредителя с арендатором. "У обоих хозяев есть решение арбитражного суда. Полиция в отеле занимается охраной общественного порядка. Сотрудники СОБРа находились в отеле, чтобы разногласия учредителей не привели к драке", – цитирует Inkazan информацию источника.

ВТБ, суд и Петр Читипаховян

Согласно данным из картотеки Арбитражного суда РТ, истец ООО "СиУай Казань Отель Лизинг" (казанский отель Marriott) 22 ноября подал исковое заявление к ООО "Динамикс Групп" и ОАО "Гостиничная компания" о признании недействительным договора аренды недвижимости, заключенного 3 февраля 2011 года. Суд принял заявление и возбудил производство по делу. Предварительное заседание состоится 22 декабря.

По данным сервиса Spark-Interfax, ООО "Динамикс Групп" находится на стадии ликвидации. Учредители компании – Алла Спицкая (95%) и московская фирма ООО "Полис Сервис Девелопмент". Арбитражный управляющий ООО "Динамикс Групп" – Павел Лесников, он также указан в качестве третьего лица.

В значительной мере происходящее в казанском отеле объясняет материал, который редакция Hotelier.PRO опубликовала почти год назад. Речь шла о возможном переходе здания отеля в собственность структур группы ВТБ.

По информации "БИЗНЕС Online", владелец здания ООО "Динамикс Групп" находился в состоянии банкротства. Компания оказалась в такой ситуации, став в 2013 году поручителем по кредиту, взятому у Банка Москвы (Группа ВТБ), холдинговой компанией "Транс Девелопмент Капитал" (ТДК). Из-за резкого падения рубля ТДК оказалась не в состоянии расплатиться с банком. По сведениям портала, обе организации, находятся под контролем Трансстройбанка (владелец – Петр Степанович Читипаховян), развивающего сеть отелей Marriott в России.

Решением суда в декабре 2015 года в отношении ТДК введена процедура наблюдения. Размер задолженности в пересчете на рубли зафиксирован в размере 5,3 млрд рублей.

Официального подтверждения связи бизнесмена с казанским Marriott нет, однако, на сайте Трансстройбанка, указывается, что именно этот банк был инвестором строительства отеля, которое завершилось в 2011 году. В свою очередь, по информации "БИЗНЕС Online", Трансстройбанк на 85% принадлежит Петру Читипаховяну. Более того, по данным "Контур-Фокус", Читипаховян числится владельцем 99% уставного капитала ТДК – компании-должника.

Управляющие против управляющих

Если суть спора между банком и собственником отеля (кто бы он ни был), в целом ясна, то конфликт между управляющей компанией и собственником, казалось бы, из этой схемы выпадает.

До недавнего времени управляла гостиницей ООО "СиУай Казань Отель Лизинг", генеральный директор – Джон Эндрю О'Браен. В качестве учредителя значится частная компания "Комфорт Отель Менеджмент Б.В.", расположенная в Нидерландах. Судя по всему, компания действовала по договору франшизы.

Однако, как пишет портал "Реальное время", со ссылкой на пресс-службу ВТБ, в августе 2016 года компания "Динамикс Групп" была признана банкротом и по заявлению конкурсного управляющего Павла Лесникова договор с оператором был прекращен. **После этого Лесников привлек в казанский Marriott**

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

Фокус – Москва и столичный регион

нового оператора. Судя по всему, им стало небезызвестное ОАО "Гостиничная компания". Соответственно новым собственником отеля объявила себя группа ВТБ.

Редакция Hotelier.PRO напоминает, что 84% акций ОАО "Гостиничная компания" принадлежит банку ВТБ. Компания владеет 11 гостиницами в столице, в основном формата 2-3 звезды, в октябре 2016 года было объявлено о том, что все они будут распроданы. Однако ничего не мешает компании продолжить работу в качестве управляющей структуры.

Суть текущего конфликта в том, что прежний оператор ООО "СиУай Казань Отель Лизинг" требует от старого собственника и нового оператора расторгнуть договор аренды, заключенный еще при открытии отеля – 3 февраля 2011 года.

Дальнейшие выводы зависят от того, кому в реальности подконтрольно ООО "СиУай Казань Отель Лизинг". Если это компания, независимая от структур Читипаховяна, возможно, это попытка выйти из игры с максимальными предпочтениями для себя, например, получив через суд неустойку. Если это аффилированная структура бизнесмена, то возможно речь идет о попытке сдать отель новому собственнику с наименьшим ущербом для своего бизнеса, на каких-либо дополнительных условиях.

Дополнение

Как сообщил portalу БИЗНЕС Online" гендиректор управляющей отелем компании "СиУай Казань Отель Лизинг" Джон О'Браен, конкурсный управляющий ООО "Динамикс Групп", владеющий зданием, Павел Лесников 10 ноября в одностороннем порядке разорвал с отелем договор аренды.

17 ноября новые управляющие попытались перехватить контроль над зданием силовым методом, но безуспешно. Вторая попытка, предпринятая 28 ноября в 4 часа утра, оказалось удачной. По словам О'Браена, порядка 120 человек в масках, перчатках и жилетах, с оружием, вооруженные кувалдами, монтажками, ворвались в здание отеля, вели агрессивные силовые действия против сотрудников отеля, парализовали нормальную операционную деятельность отеля".

Представители "новой управляющей компании" объявили отель закрытым и запретили размещать гостей, а также велели выселить уже проживающих гостей. В числе прочего из отеля выставили GM-а отеля, хотя он там официально прописан. "Большая часть мебели и оборудования отеля выведена из строя и сломана", – говорит Джон О'Браен.

ООО "СиУай Казань Отель Лизинг" считает расторжение договора аренды незаконным и предлагает решать все спорные вопросы через суд, а не силовым путем. Нынешнюю операцию в компании считают прямым нарушением определения Арбитражного суда РТ от 25 ноября о наложении обеспечительных мер и запрете управляющему как-либо препятствовать деятельности ООО.

В пресс-службе ВТБ portalу "БИЗНЕС Online" сообщили, что прежняя управляющая компания не платила за аренду. Представители ООО "СиУай Казань Отель Лизинг" в ответ на эти обвинения заявляют, что в последние месяцы "Динамикс Групп" попросту перестал выставлять им счета, куда перечислять деньги – не понятно.

На данный момент конфликт не урегулирован, но в самом банке подчеркивают, что отель "Кортъярд Марриотт Казань Кремль" "продолжит работать в штатном режиме, по-прежнему оказывая услуги высокого качества своим гостям".

Полной информации о происходящем пока нет, поэтому все выводы и предположения – условны. Региональный Директор по продажам в Восточной Европе, России и в странах с развивающимися рынками Marriott International Оксана Леоненко, сообщила, что компания пока не комментирует события вокруг Courtyard by Marriott Kazan Kremlin, считая необходимым разобраться в ситуации. Однако в ближайшем будущем последует официальное заявление.

http://hotelier.pro/index.php?option=com_k2&view=item&id=2111:kazanshturm&Itemid=278

Жители курортов не хотят идти в горничные

Кадровый дефицит на российских курортах заполняется за счет приезжих из других регионов страны. Из-за оплаты транспортных расходов и аренды жилья сотрудников отелей увеличивается себестоимость туристических продуктов. По мнению экспертов, исправить ситуацию может строительство специальных поселков для персонала.

Заместитель председателя комитета Госдумы по физической культуре, спорту, туризму и делам молодежи Сергей Кривоносов рассказал «Известиям», что уже ведет переговоры на эту тему с администрацией Сочи.

— В условиях снижения покупательской способности населения очень важно делать всё возможное, чтобы снизить себестоимость продукта. Однако местные предпочитают сдавать свои жилые помещения, они на этом неплохо зарабатывают, особенно если учитывать, что далеко не все из них платят налоги, — сказала «Известиям» генеральный директор компании «Пегас Туристик» Анна Подгорная.

По мнению директора ассоциации «Турпомощь» Александра Осауленко, если бы местные пошли работать в крупные отели, это снизило бы стоимость предложений на внутреннем туристическом рынке примерно на 10%.

— Изменить ситуацию можно, создав условия для того, чтобы приезжий персонал оставался жить в курортных зонах, — сказал Осауленко.

Сергей Кривоносов полагает, что для специалистов, приезжающих работать на российские курорты, нужно строить поселки, в которых стоимость аренды будет ниже, чем у частных.

— Я обсуждал эту тему с главой города Сочи, но пока конкретного решения нет. Тем временем российские курорты нуждаются в высококлассных поварах, менеджерах и супервайзерах с мировым опытом, — сказал Кривоносов.

Генеральный директор «НТК интурист» Виктор Тополкараев рассказал, что одна из главных проблем российских курортов — недостаток квалифицированных кадров. Высококласные профессионалы не ездят на сезонные работы.

— У нас сезон длится максимум четыре месяца. Необходимо его удлинять. Если люди будут заняты круглый год, у них появится перспектива профессионального роста. Это позволит сделать соотношение цены и качества конкурентоспособным, что очень важно. Ведь со следующего года наши объекты будут соперничать не только с соседями по пляжу, но и с курортами Турции и Египта, — сказал Виктор Тополкараев.

Однако сейчас высококлассные специалисты, наоборот, покидают российские курорты. Эта тенденция особенно выражена в олимпийском регионе.

— В ходе подготовки к проведению Олимпиады в Сочи было построено много новых объектов, силами местных специалистов запустить их вряд ли бы удалось. Однако теперь столичные специалисты начали возвращаться домой.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Дальше местные должны справляться сами, — сказала Марианна Королева, генеральный директор компании «Премьер-Дил», специализирующейся на обучении персонала гостиничной индустрии.

А вот линейный персонал, наоборот, всё больше прибывает на курорты. По словам Марианны Королевой, в крупных сетевых отелях неплохие зарплаты, горничная может получать до 40 тыс. рублей. Но местные не привыкли трудиться на хозяина, а вот жители большинства регионов страны с радостью идут работать за такое вознаграждение.

— Крупные гостиничные предприятия объединяются и совместно арендуют большие коттеджи для людей, приезжающих на сезонную работу, — сказала Королева.

Подносчик багажа одного из отелей курорта «Роза Хутор» Андрей Бабич рассказал, что приехал из станицы Брюховецкой Краснодарского края. Большинство его коллег — тоже приезжие, многие из дальних регионов: Хабаровска, Владимирской области, Санкт-Петербурга. А вот из местных никто в отеле не работает.

— Мы живем в частном коттедже в Адлере. Работаем два дня через два. До Красной Поляны добираемся на автобусе. Местные почему-то не хотят идти в отель. Моя подруга из Адлера работает в кинотеатре. Там зарплата ниже, но она даже не думает о том, чтобы сменить работу, — сказал Бабич.

50-летняя жительница Адлера Арменуи продает на ярмарке в «Роза Хутор» чурчхелу и фрукты.

— У нас местные очень работающие, особенно женщины. Но я в гостинице не хочу работать, даже если хорошая зарплата. Горничной я, что ли, буду? Нет, у меня высшее образование, — сказала Арменуи и повесила на прилавок вязанку сушеной хурмы.

Ее соседка, торгующая на ярмарке чаем и медом, рассказала, что живет в Красной Поляне. Вариант устроиться на работу в отель она тоже никогда не рассматривала.

— Во всей России людям живется тяжело, а у нас всё хорошо. Здесь же большинство еще с советских времен сдают комнаты. После Олимпиады туристов стало еще больше. А когда строились олимпийские объекты, стоимость земли взлетела. Цена за сотку достигала \$100 тыс. Многие продали свои участки и обеспечили себя до конца жизни, — сказала продавщица.

<http://izvestia.ru/news/647441#ixzz4RPUZ4yLL>

4. Практика, новинки и события туристско-гостиничного дела за рубежом и в странах СНГ

Инвестиции в европейские гостиницы сократились за 9 месяцев на 34% - эксперты

Инвестиции в европейскую гостиничную недвижимость по итогам трех кварталов 2016 года сократились по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 34% - до 10,3 миллиардов евро, говорится в сообщении консалтинговой компании CBRE.

Купюры евро© РИА Новости, Илья Питалев

МОСКВА, 16 ноября — РИА Недвижимость. Инвестиции в европейскую гостиничную недвижимость по итогам трех кварталов 2016 года сократились по сравнению с аналогичным периодом прошлого года на 34% — до 10,3 миллиардов евро, говорится в сообщении консалтинговой компании CBRE.

В третьем квартале объем инвестиций в европейскую гостиничную недвижимость составил 3,8 миллиарда евро, сообщается в пресс-релизе.

В нем поясняется, что снижение инвестиций в гостиничный бизнес связан с общим замедлением на рынке европейской коммерческой недвижимости. При этом темпы спада на гостиничном рынке замедляются, что позволяет специалистам компании прогнозировать рост в сегменте в начале 2017 года.

Лондон показал наибольший рост ставок аренды торговых площадей в Европе - эксперты

Рекордный квартальный рост объема инвестиций в гостиничную недвижимость отмечен экспертами компании в Испании: прирост в годовом исчислении в третьем квартале составил 162%, а объем сделок достиг 537 миллиона евро.

Наиболее привлекательным для инвесторов, по данным CBRE, остается рынок гостиничной недвижимости Германии, в которой объем сделок в третьем квартале достиг 856 миллиона евро.

http://riarealty.ru/news_cre/20161116/408127157.html

Сфера F&B в британских отелях приходит в упадок. Тренды последних 15-ти лет. Как зарплаты снижают рентабельность.

В связи с уменьшением доходности и увеличением общих расходов, прибыль сегмента F&B в расчете на один номер упала в отельном бизнесе Великобритании почти на 20%. Об этом свидетельствуют данные отчета Benchmarking Beyond RevPAR, составленного HotStats, исследовательской компанией, занимающейся углубленным изучением гостиничной индустрии.

В основу отчета легла выборка из 45 000 гостиничных номеров по всей стране за более чем 15-летний период. Результаты показывают, что в настоящее время доходы от F&B составляют всего лишь 34,3% от общей выручки отелей в британских регионах и 22% в Лондоне.

Размер среднего F&B-дохода на номер (RevPAR) в 2015 году в региональных гостиницах Великобритании составил £31,65, что на 8,5% меньше, чем максимальная цифра в £34,46, зафиксированная в 2007 году. Тем не менее, сегмент показывает небольшое восстановление по сравнению с минимумом в 2011 году, когда его RevPAR был равен £29,98.

Почти треть (30%) дохода гостиничного сегмента F&B приносит организация конференций и банкетов – причем как в Лондоне, так и в регионах.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Тем временем, на обслуживание номеров в 2015 году в региональных отелях приходится 4,2% всех доходов (по сравнению со столичными 6,7%).

Основным фактором, влияющим на рентабельность системы F&B, для региональных отельеров является увеличение стоимости рабочей силы. За последние 15 лет заработная плата работников в этом сегменте (также в перерасчете на RevPAR) выросла на 11,8%.

В дополнение к этому, на снижение выручки в регионах повлияло, в том числе, и падение конверсии прибыли с 39,2% в 2000 году до 33,8% в 2015 году, несмотря на экономию в себестоимости реализуемой продукции (-1%) и прямых расходах (-1,2%).

Отели в Лондоне также фиксируют аналогичный рост фонда заработной платы (11,7%), однако увеличение F&B-доходов на 6,2% дало возможность столичным отельерам получить в 2015 году рекордный общий доход на номер в размере £ 143,04.

В целом, лондонским гостиницам удалось сохранить прибыль в сегменте F&B – 37,0% в 2015 году, по сравнению с 37,2% в 2000 году. Однако доход в £24,85 на данный момент эквивалентен лишь 22% от общего дохода отелей, в то время как в 2000 году он составлял более четверти (25,6%).

"Рост доходов F&B за последние 15 лет очень сильно отставал от роста доходов на номер, – говорит генеральный директор HotStats Пабло Алонсо. – Если бы ситуация складывалась иначе, сегодня бы мы говорили о совсем другом соотношении P&L, а общий RevPAR в Лондоне составлял бы не £143, а около £175".

Он подчеркивает, что "в регионах положение дел в системе F&B выглядит несколько мрачнее, но если отельеры пересмотрят свое отношение к этому сегменту и уделят ему больше внимания, он сможет стать одним из ключевых источников как доходов, так и прибыли".

4hoteliers.com / перевод и адаптация Hotelier.PRO

http://hotelier.pro/index.php?option=com_k2&view=item&id=2089:fnb&Itemid=395

5. Методические советы

3 способа увеличить продажи с помощью электронной почты.

Пока все фокусируются на Facebook, Google Hotel Ads, метапоиске и других дежурных инструментах маркетолога, не стоит забывать о старой доброй, проверенной электронной почте. Бывалые маркетологи знают, что почтовый маркетинг – отличный и рабочий способ привлечения заказов.

Социальные медиа, как когда-то и предполагали, стали влиятельным игроком в сфере потребительских коммуникаций, но в течение долгого времени они развивались больше в сторону уведомлений и сервисных каналов, так и не став основным способом для привлечения клиентов. И хотя некоторые бренды получили отличную отдачу от своих страниц в Facebook, кажется, что именно сейчас скромная электронная почта становится эффективным инструментом маркетолога.

В электронных письмах можно сообщать все, что угодно: напоминания о регистрации, новости или специальные предложения.

Вот три подсказки, используя которые каждый отель может увеличить конверсии.

Будьте дружелюбны к мобильным технологиям

Что делает большинство людей, только проснувшись? Правильно, хватает мобильный телефон и просматривает свой почтовый ящик. Почти 65% электронных писем теперь открываются на планшете или смартфоне. Исследования показывают, что 71% людей немедленно удалят сообщение, если оно будет некорректно отображаться на мобильном устройстве. Если вы не будете обращать внимание на потребности потенциальных клиентов, вы, вероятно, потеряете их навсегда.

Необходимо, чтобы не только дизайн электронной почты быть оптимизирован для мобильных устройств, но и контент также должен быть создан с учетом мобильной аудитории. Придумайте короткий формат, смелые заголовки и картинки, большие кнопки призыва к действию и много белого пространства для удобного просмотра.

Придумайте яркую тему сообщения

Почтовые ящики с входящими сообщениями, как правило, переполнены. И яркая тема сообщения может сыграть большую роль в успехе вашей маркетинговой кампании. Если ваша тема сообщения недостаточно хороша, само письмо никто не прочитает.

Исследования доказывают, что 35% получателей откроют электронную почту, если их заинтересует тема сообщения. Тема сообщения должна привлекать внимание, быть релевантной и понятной. Намекните, что ждет гостя. Если вы продвигаете предложение "3-я ночь бесплатно", вы должны сказать это прямым текстом, например, "Торопитесь, предложение ограничено по времени: 3-я ночь бесплатно".

Кроме того, темы сообщения очень эффективны при сегментировании списка адресов электронной почты. Вы можете создавать списки по географическому признаку или типу путешествия (романтический, семейный, деловая поездка и т.д.). Так вы адаптируете свои сюжетные линии для соответствия своим клиентам

Сделайте верный призыв к действию

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

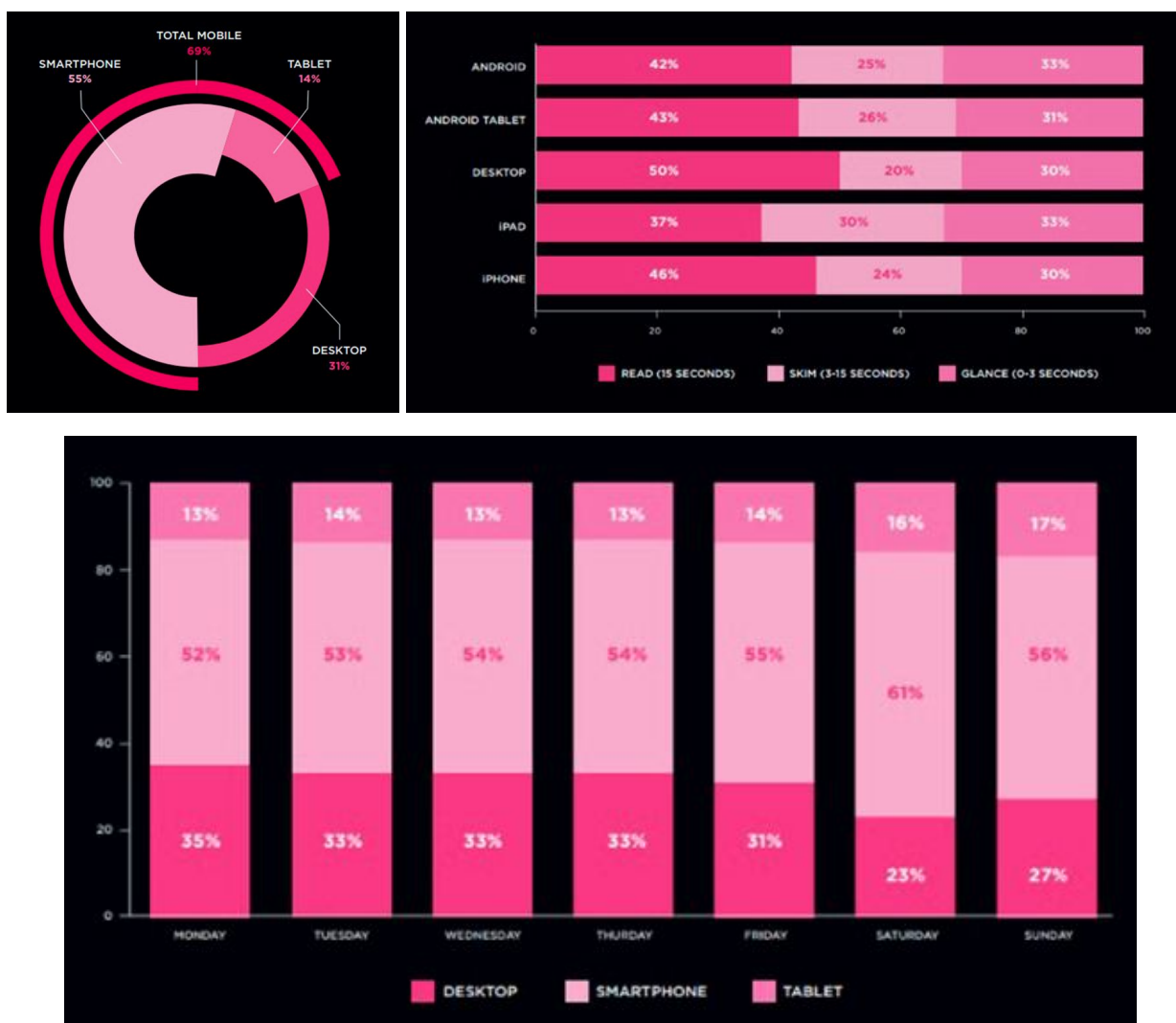
Фокус – Москва и столичный регион

Общая проблема "плохих" электронных писем – отсутствие очевидного и значащего призыва к действию (СТА: Call to action). Например, "Бронируй прямо сейчас", "Попробуйте наши номера люкс" или "Начните ваше путешествие". Иначе, электронная почта будет немедленно удалена. Никогда не полагайтесь на то, что ваши клиенты сделают первый шаг самостоятельно, подтолкните их.

Удостоверьтесь, что СТА совпадает с уровнем интереса получателя: если вы будете вслепую посылать электронную почту людям, которые никогда не слышали о вашей гостинице, сомнительно, что они ответят на призыв "Забронируй прямо сейчас". Вместо этого вежливо пригласите их "присмотреться" к вашей гостинице. Также учтите, что многие люди просматривают свою электронную почту на ходу. Таким образом, дайте своему СТА видное место, с убедительной графикой или кнопкой.

Статистика использования электронной почты

Эксперты из Movable Ink недавно проанализировали три миллиарда электронных писем, отправленных туристическими брендами американским потребителям с июля по сентябрь. Исследование помогло понять, как и когда потенциальные клиенты читают электронную почту, коэффициент открытия писем и многое другое.



Как выяснилось, коэффициент открытия писем на мобильных устройствах (особенно смартфонах) очень высок. Коэффициент открытия писем достигает

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

Фокус – Москва и столичный регион

недельного максимума по субботам. Зато на стационарных компьютерах – десктопах письма читают дольше и внимательнее.

http://hotelier.pro/index.php?option=com_k2&view=item&id=2110:email&Itemid=281

Квалификационный апгрейд гостиничного рынка. От экспатов к россиянам. IT-технологии и персонал.

О кадровом потенциале российских отелей, системе управления качеством и про повышение квалификации гостиничных кадров с Hotelier.PRO эксклюзивно поделилась *Наталья Обыденнова, генеральный директор отеля "Сретенская" ("Русские Отели" / УК "ГОСТ Отель Менеджмент")*.

Андрей Рябов / Hotelier.PRO: Наталья, спасибо за время и возможность пообщаться с нашей аудиторией. Чем для Вас оказался интересен CongreFest-2016, в чем его особенность, ключевые моменты с точки зрения обмена компетенциями?

Наталья Обыденнова / "Сретенская": Congrefest-2016 - очень интересное мероприятие, которое позволяет коллегам из отрасли общаться, делиться опытом. Причем, есть возможность увидеть опыт не только Москвы, но и регионов – Сочи, Крыма, Екатеринбурга... Я увидела яркие примеры отелей, в том числе несетевых, которые показывают на личном опыте, как можно привлечь большое количество гостей, повысить показатели эффективности. Форсайт-сессия - прекрасный формат. Изначально она выглядела как тренинг, ведь добиться от экспертов, чтобы они работали в группах и делились мнением, достаточно сложно, однако, это получилось, и, главное - привело к результату – к созреванию возможных проектов, которые будут реализованы в будущем. Они помогут привлечь дополнительных гостей в регион, сделать его более привлекательным, решить проблему нехватки и непрофессионализма кадров – те проблемы, которую, мы до сих пор много обсуждаем, но решить пока окончательно не можем.

Сегодня, например, родилась идея гостиничного кампуса. Тема не новая, но интересная, именно с точки зрения привлечения молодежи в отрасль и повышения престижа профессии. Многие скептически относятся к тому, что молодой человек пойдет учиться на официанта. Это как-то не "статусно". Однако в Европе официанты во многих люксовых отелях – это люди с опытом, в возрасте 45 лет, они не только соблюдают стандарты сервиса, они уже психологи. И это повышает уровень отеля. Поэтому я считаю, что форсайт-сессия – это отличная история, которую нужно продолжать и масштабировать на свои компании. Это помогает работать мозгу, генерировать те самые идеи, которых мы все так ждем.

Андрей Рябов / Hotelier.PRO: Давайте поговорим о кадровых вопросах, линейном персонале, менеджменте. Что за последнее время изменилось в уровне профессионализма сотрудников, в их мотивации, в желании повышать квалификацию?

Наталья Обыденнова / "Сретенская": Я могу сказать об этом достаточно позитивно. Я преподаю в РАНХиГС, у меня есть студенты, которые уже проходили практику, кто-то уже вышел на работу. И я вижу хорошо мотивированных людей, которые хотят работать в отрасли, им это приносит удовольствие. Знаний, конечно, с каждым годом требуется все больше. Необходимо углубленное изучение того или иного продукта.

Мы на рынок гостеприимства вышли не так давно. У нас была стратегия обработки входящего трафика. Мы, что называется, "заказывали музыку",

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

Фокус – Москва и столичный регион

задавали тон: хотим – селим, хотим – нет. При этом не было практически никаких требований к тем, кто работает в гостиницах, но сейчас ситуация глобально поменялась, нам необходимо привлекать гостей. Это задача, которая требует других инструментов и знаний. Требования к сотрудникам становятся все выше и выше, начиная от хорошего образования в маркетинге, электронной коммерции, IT-технологиях.

Администраторы службы приема и размещения должны обучаться еженедельно, ежемесячно, потому что рынок меняется кардинально. Растет конкуренция, требования к сотрудникам возрастают. Если раньше сотрудник должен был знать свой родной язык плюс английский, то сейчас преимущество при приеме на работу у тех, кто знает не один иностранный язык, а как минимум – два, или второй - хотя бы базово.

Я являюсь генеральным директором отеля "Сретенская" (управляющая компания "ГОСТ Отель Менеджмент"), мы входим мы в содружество брендов "Русские отели". Так как сейчас идет популяризация внутреннего туризма, а также подготовка к чемпионату мира по футболу, мы стараемся обучать персонал чаще и больше.

IT-технологии и обучение персонала – вот два тренда, занимающих центральное место в наших стратегических планах развития.

Андрей Рябов / Hotelier.PRO: На Ваш взгляд, насколько изменился качественный уровень отечественных отелей и их поведение на рынке? Как сместились акценты и приоритеты?

Наталья Обыденнова / "Сретенская": У нас конкуренция. И она позволяет более качественно и эффективно относиться к бизнесу. Заставляет задуматься – если у нас такая же стратегия, такие же стандарты, как и у других, то почему идут к ним, а не к нам?

Помимо IT-технологий и подключения к GDS, все остальное как независимые отели мы уже вполне можем. Я не могу говорить за всю Россию, но что касается Москвы – уровень качественного сервиса в независимых отелях вырос в разы. Иначе мы просто не сможем существовать на рынке, к нам никто не пойдет, а главное – не останется. А мы знаем, что именно 20% постоянных гостей дают 80% дохода. Все придумано до нас. Главное – правильно управлять качеством, управлять сервисом, внедрять стандарты и проводить их по моделям, то есть планировать, проверять, улучшать.

Это проверено веками – управление качеством началось еще тогда, когда были караван-сарай. Работало "сарафанное радио" – если где-то кого-то плохо обслужили – передали другим, и никто туда больше ехал. Сейчас сложнее. Сейчас о плохом сервисе узнают не 10 человек, а, условно, 150. Есть социальные сети, сделали негативный пост – и он разлетелся.

Прекрасный пример с Сергеем Минаевым – мы все видели результаты эффективности соцсетей. Кто прав, кто не прав – обсуждать не будем. Однако синергетический эффект негативного впечатления достаточно велик. И нужно на входе процессной модели понимать, как сделать так, чтобы этого не допустить.

Внедрение системы менеджмента качества – это целая серьезная стратегия, и это не только международные стандарты. Мы все привыкли воспринимать стандарты, как сервисно-операционные процедуры. Однако это лишь последнее ответвление от системы менеджмента качества. Есть глобальные документы, которые регулируют сервис, руководства по качеству, политика в области качества. Документированные процедуры, где четко прописано, кто, когда и за что отвечает, что необходимо проверить и главное – как на это повлиять.

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

Фокус – Москва и столичный регион

Начинать всегда нужно с анализа бизнес-процесса, с любого этапа обслуживания гостя. Цикл должен быть завершен, это очень важно. То есть, начиная с бронирования, каждый отдел, каждый сотрудник должен работать на 100%, и тогда мы получим стопроцентный результат. Если мы получаем 80%, нужно разбирать, на каком этапе у нас нет стыковки, взаимодействия.

Может быть, мы не донесли информацию, может быть, нет инструментов – материально-технической базы или информационных технологий. Ведь администратор не может выдержать стандарт поселения гостя в 3-5 минут, если у него нет программного обеспечения, если он должен открыть "шахматку", записать где-то и так далее.

Или, например, ответ на бронирование в течение двух часов – а если у сотрудника завис компьютер, программа не открывается? То есть, всегда нужно дробить, и на каждом этапе постоянно смотреть, что мы можем улучшить для облегчения бизнес-процесса, чтобы работа выполнялась каждым сотрудником эффективно. Мы должны всегда работать на облегчение труда. И тогда люди будут получать удовольствие от работы, а это самое важное. Я это говорила, говорю и буду говорить – в гостеприимстве без удовольствия работать нельзя.

Что касается нашего отеля – мне очень понравился отзыв на Booking.com, когда гость написал: "Спасибо вам за то, что вы не предоставляете американизированный сервис". Это – про натянутую улыбку, где все "по стандарту", шаг вправо шаг влево...

Основное, что я стараюсь доносить на всех тренингах и что стараюсь внедрять – чтобы гостей встречали, как дома. Вы в первый раз оказываетесь в городе, в первый раз забронировали гостиницу, кому вы вопросы задаете? Конечно, сотруднику на ресепшн! Как добраться куда-то, где ближайшая аптека, куда сходить развлечься, где поесть и так далее.

Кстати, в преддверии чемпионата мира по футболу мы разрабатываем методические пособия для отельеров, где четко прописано, что, например, знание достопримечательностей – это обязанность администратора, а не что-то сверх ожидания гостя. Так же, как улыбка. Это должностная инструкция, сервисная операционная процедура.

Администратор обязан знать, как минимум, пять достопримечательностей – как до них добраться, сколько это стоит, где заказать билет, в какое время их можно посетить и так далее. И это – стандарт внедрения. Потому что мы принимаем и иностранных гостей, и российских, и мы должны знать свой город очень хорошо, чтобы уметь рассказать об этом своим гостям.

Андрей Рябов / Hotelier.PRO: Но работа с персоналом, так или иначе, начинается с топ-менеджмента...

Наталья Обыденнова / "Сретенская": То, что главное – заинтересованность руководства, идет лейтмотивом всей системы менеджмента качества. Это придумали, опять же, до нас.

И, кстати, я считаю очень правильной законодательную инициативу по поводу введения профстандартов, рамок квалификации. По моему мнению, это оздоравливает отрасль. Мы обсуждали это в кулуарах на конференции и видим на примерах, что руководитель, генеральный менеджер должен, как минимум, три года отработать на линейных позициях, чтобы понимать процесс изнутри. Ведь наше отельное образование складывается из практики.

Да, есть такие примеры стратегии развития, когда люди, не имеющие профессионального образования, построили очень хорошую карьеру в сфере гостеприимства. Такое тоже бывает, однако, учитывая профстандарты, мы должны четко понимать, что руководящую позицию должен занимать человек,

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

Фокус – Москва и столичный регион

который в том или ином виде получил профессиональное образование и имеет определенный опыт работы. Только с этой позиции мы начинаем рассматривать кандидата на управленческую должность.

Это опыт еще времен Советского Союза – когда вы отучились в институте и обязаны были пять лет отработать по специальности. По-другому быть не должно. Я считаю, что это очень хорошая инициатива, она поможет оздоровить отрасль и повысить качество сервиса до нужного уровня.

Андрей Рябов / Hotelier.PRO: Продолжим тему гостиничного менеджмента. Насколько повысился профессиональный уровень российских управленцев? В состоянии ли они на равных конкурировать с зарубежными профессионалами?

Наталья Обыденнова / "Сретенская": Думаю, что на данный период мы уже каким-то образом конкурировать можем. Мне сложно говорить за всю Россию, хотя, опять же, такие мероприятия, как это, позволяют оценить уровень – и он очень неплохой. Есть прекрасные примеры – Екатеринбурга, Нижнего Новгорода и других городов, где топ-менеджмент с хорошим образованием, опытом показывает хорошие результаты в своей работе.

Тенденция – экспатов становится все меньше, российского менеджмента – больше, и это хорошо. Потому что знание менталитета дает определенный плюс в управлении, построении эффективной системы внутри отеля, взаимодействии с персоналом. Это же психология – сделать удовлетворенным "внутреннего клиента", как вы будете относиться к персоналу, так он будет относиться к вашим гостям.

Мы живем в век изменений, причем, очень быстрых. Если вы не успеваете подстраиваться под эти изменения, вы отстали. Поэтому нужно учиться, не стесняться спрашивать, обмениваться опытом. Надо ездить на мероприятия, общаться с коллегами и делиться инструментами и наработками, которые на вашем предприятии принесли хорошие результаты. Мы должны задумываться не только о частном – о своих отелях, сетях, но и о гостеприимстве в целом, гостеприимстве России – особенно в преддверии таких крупных мероприятий, как чемпионат мира. Для нас это определенная проверка – мы должны показать наше гостеприимство себя с лучшей стороны.

Четыре способа улучшить работу с отзывами гостей. ORM, SWOT, семантика и обратная связь.

Представьте себе, что ваш сотрудник проигнорировал жалобы гостей, а потом удалил с почтового ящика все электронные письма с претензиями. Скорее всего, вы бы его уволили. Интернет-обзоры – та же самая обратная связь с гостями. Так почему же отели так отвратительно работают с обзорами?

Чаще всего, гости с негативными воспоминаниями очень красноречивы. Люди от 36 до 50 лет с доходом более \$150 000 долларов в год охотно поделятся своими историями о плохом сервисе. Отельные не могут контролировать то, что гости говорят в Сети, но они должны учитывать такие обзоры, как если бы сами стояли за стойкой регистрации и слушали жалобы гостей.

Плохой обзор не означает то, что вы потеряли клиента навсегда или то, что вы нанесли непоправимый ущерб своей репутации. Как правило, 95% клиентов готовы дать отелю второй шанс, если менеджмент ответит на их жалобы вежливо и своевременно.

Таким образом, интернет-обзоры – не неприятность. Они содержат полезную информацию, используя, которую менеджмент может улучшить сервис. И вот четыре способа наладить работу с интернет-обзорами вашего отеля:

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

Фокус – Москва и столичный регион

Вложите деньги в управление репутацией в Сети

Время драгоценно, а кадровые ресурсы ограничены. Инструменты управления репутацией в Сети (ORM) могут сэкономить время, и вам не придется внимательно следить за обзорами на сайтах. Эти инструменты позволяют следить за определенными темами, что поможет внимательно следить за тенденциями. Вы также можете использовать их для отправки вашим гостям ответов с помощью электронной почты, но не забудьте перед этим проконсультироваться с вашим бренд-менеджером.

Сравните производительность с конкурентами

Используйте ORM-инструменты для определения эффективности и рейтинга интернет-обзоров. Вы можете также проанализировать услуги и удобства конкурирующих отелей, которые вызывают отклики у постояльцев. SWOT-анализ поможет оценить сильные и слабые стороны вашего отеля, возможности и угрозы. Все это даст объективную картину для работы с конкурентами.

Усиьте семантический анализ содержания обзоров

Проанализируйте, что именно говорят гости о вашей гостинице, таким образом, вы найдете свои сильные стороны и те, где ваш отель "провисает". Обязательно изучите, что говорят о регистрации и еде. Используя эту информацию, можно внести нужные коррективы и получить более высокий рейтинг.

Отдайте обратную связь вашей команде

Интернет-обзоры дают очень полезную информацию о вашей гостинице. У вас должны быть несколько сотрудников, которые будут работать с ответами на отзывы. Каждый по своей теме. Часть критики может быть необоснованной, но многие факты могут обозначить реальные проблемы. Регулярное разделение отчетов позволит вашей команде отслеживать прогресс.

http://hotelier.pro/index.php?option=com_k2&view=item&id=2095:orm&Itemid=281

Только «атмосферные» гостиничные сайты смогут выиграть у ОТА

В прошлом году примерно половина всех бронирований номеров в отелях (49 %) было осуществлено через каналы дистрибуции, и только каждое шестое бронирование (14 %) происходило непосредственно на сайте отелей и гостиниц. В этом году через ОТА было произведено более 30% заказов, и каждое четвертое бронирование было сделано напрямую.

Такие сведения были получены благодаря системе TravelLine. Это система компании TravelLine, которая занимается разработкой стандартов онлайн-продаж для успешных отельеров. Она создаёт инструменты повышения онлайн-продаж для отелей и гостиниц и модули онлайн-бронирования для гостиничных сайтов, разрабатывает и сопровождает сайты для гостиниц по всему миру.

Александр Галочкин — генеральный директор компании TravelLine, выступая на Hotel Business Forum-2016, рассказал о том, как увеличить привлекательность и эффективность гостиничного сайта. В качестве примера он использовал сайт гостиницы Санкт-Петербурга, которая выигрывает в битве с ОТА (онлайн-трелвел агентствами).

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

Фокус – Москва и столичный регион

По мнению Галочкина, в настоящее время очень важна картинка, так как покупают «глазами». Поэтому сайт отеля должен быть «атмосферным». Важно правильно подбирать фотографии, уделять внимание к деталям и подаче текста. Если у отеля или гостиницы имеется своя уникальная история, то об этом надо обязательно рассказать посетителям сайта.

Не следует оформлять специальные предложения в виде баннеров, так как многие посетители, предпочитают их не видеть вовсе и мало обращают на них внимания. Важна цифровая клиентоориентированность. Когда гость осуществляет бронирование онлайн, то и многое другое ему удобно делать также онлайн: задать вопрос, посмотреть номер и т.п.

Для увеличения доли прямых онлайн-продаж можно использовать и другие мотиваторы, которые широко применяются в ОТА. Эффективен приём показа оставшихся номеров, если их будет всего 2, 3 или 4, то клиент будет быстрее думать и реагировать на предложение.

Кроме этого, с гостем надо работать как до момента заселения, так и после выезда. Для этой цели можно использовать функционал welcome-письма, встроенный в форму бронирования, который автоматически отправляет приветственное сообщение, путешественнику, зашедшему на сайт. Такое приветствие нужно написать с теплотой. Feed-back-письма способствуют повышению рейтинга отеля. После того как клиент уже покинул номер, можно поблагодарить его за выбор именно вашей гостиницы и попросить оставить отзыв, допустим, на TripAdvisor.

Александр Галочкин считает, что продажи лучше открывать на год вперёд и соблюдать жёсткий паритет цен с ОТА.

Эксперт рассказал об основных ошибках на гостиничных сайтах:

- 1) устаревшие акции, их надо незамедлительно удалять с сайта.
- 2) непонятное описание услуг и использование плохих словосочетаний «свадебный пакет» и т.п.
- 3) небрежное оформление страницы и специальных предложений.

Представитель TravelLine рекомендовал отельерам разработать мобильную версию сайта и заниматься продвижением хештега гостиницы в сети Instagram. Так как, по его словам, в «хвастограмме», обычно, содержится только позитивный контент.

<http://prohotel.ru/news-219966/o/>

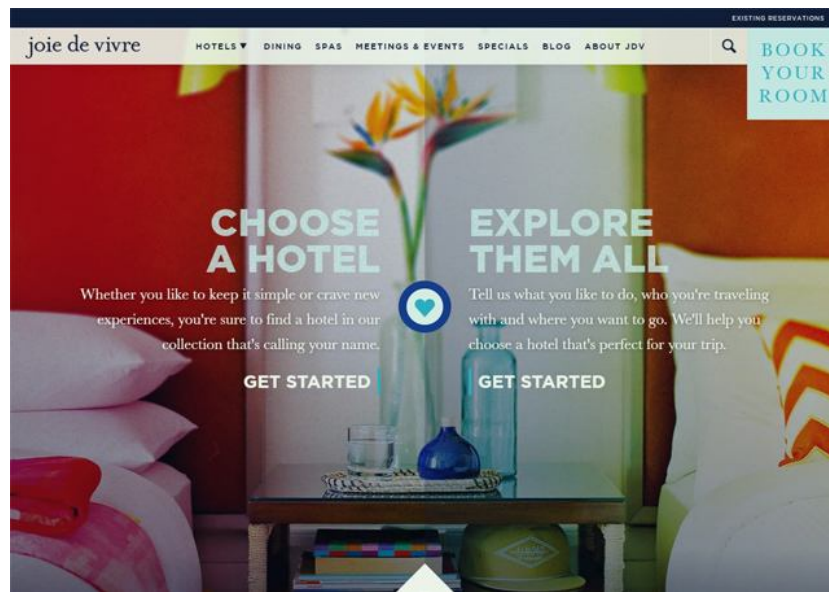
Дополнение: Лучшие дизайны сайтов отелей

Давно что-то в блоге не публиковались красивые вдохновляющие материалы, все про [шрифты](#) да про [шрифты](#). Сегодня эту ситуацию буду исправлять! А поскольку недавно работал над шаблоном для сайта отеля, то решил подобрать лучшие дизайны данной тематики. В итоге получилось найти около 25-ти разных работ, которыми сегодня с вами и поделюсь.

Если внимательно присмотреться к сайтам отелей, то можно увидеть в них общие черты и приемы. Причем я имею ввиду не только похожие пункты меню или повсеместное наличие формы бронирования. По стилистике и манере представления информации, использованию эффектов, графики и т.п. можно выделить некоторые тренды в данной сфере. Так что, если у вас стоит задача создания макета сайта отеля, будет полезно просмотреть подборку дизайнов ниже.

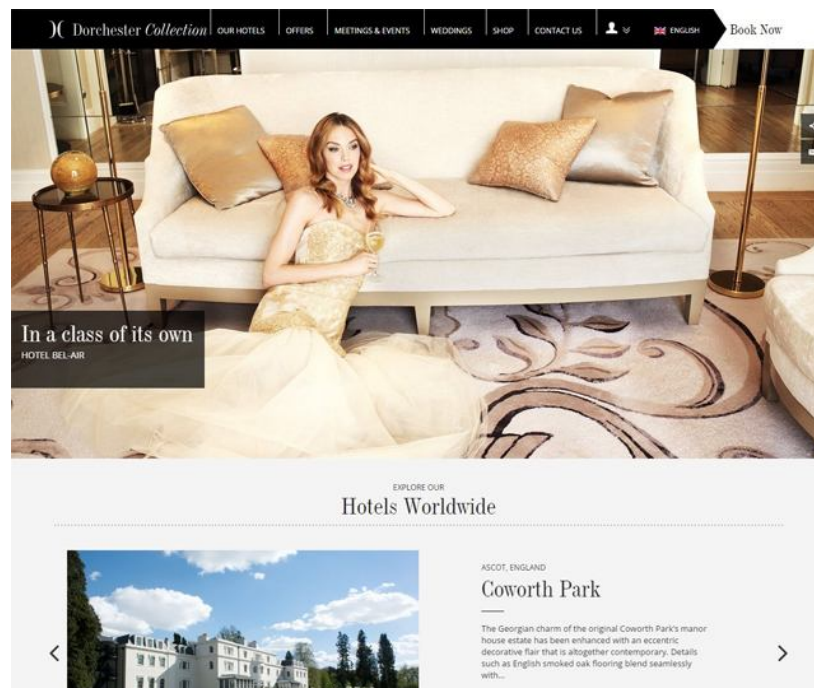
К сожалению, скриншоты не могут полностью передать функциональность и все дизайнерские решения в проектах, поэтому по каждому из них я написал пару слов о своих впечатлениях и наблюдениях. В любом случае советую переходить на приглянувшиеся работы и смотреть их в живую.

Joie De Vivre



Проект комплексный, поскольку содержит данные сразу о нескольких отелях. Разработчикам пришлось постараться над функциональностью дабы органично вместить всю информацию на одном сайте.

Dorchester Collection

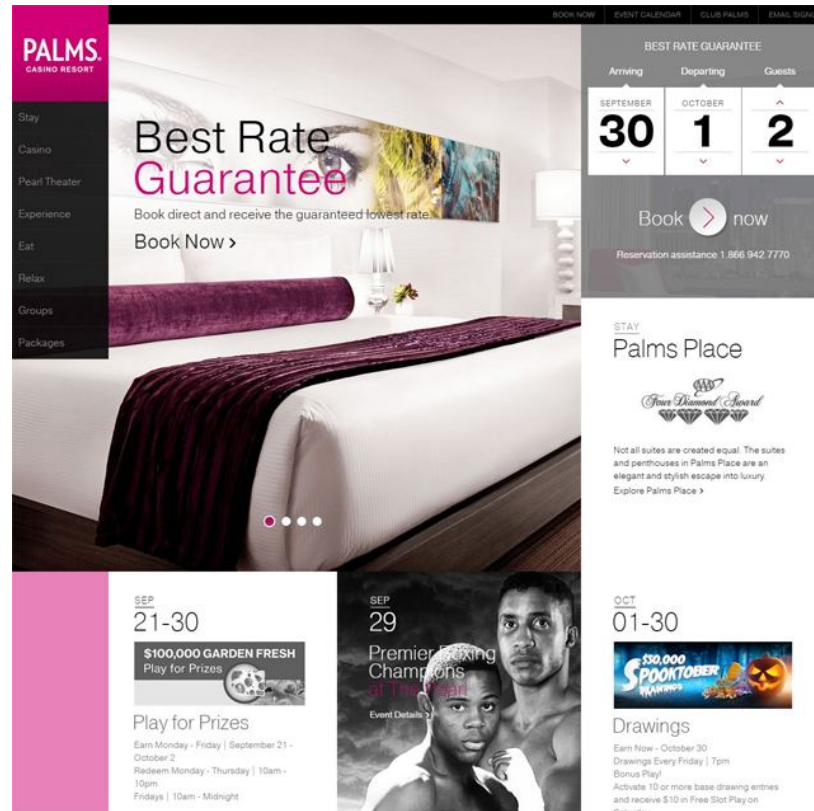


Элегантный дизайн, который подчеркивают большие красивые фото и соответствующие по стилистике шрифты. Последние мне особенно нравятся — типографика идеальная.

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

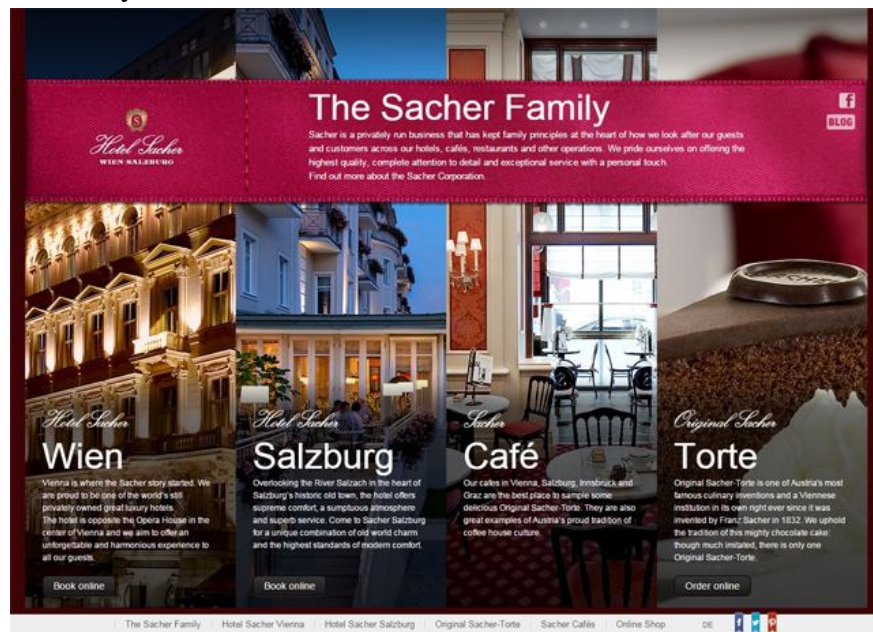
Фокус – Москва и столичный регион

Palms



Яркий современный дизайн. Он выполнен преимущественно в темных черно-серых тонах с использованием розово-фиолетовых цветов в разных элементах. Эффектно.

The Sacher Family

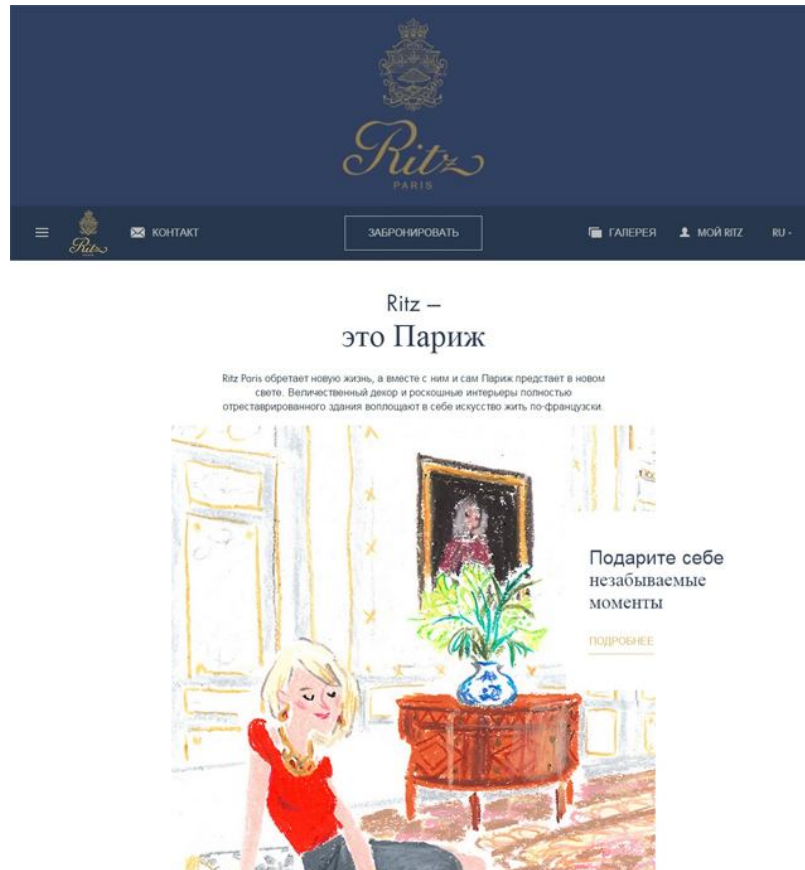


Такой себе типичный дизайн сайта отеля, который часто видим в шаблонах, исключением может быть разве что главная страница. Выглядит неплохо, качественные фотографии, хотя скрипты и некоторые CSS стили работают «коряво».

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

Фокус – Москва и столичный регион

Ritz Paris



В этом сайте сразу несколько интересных деталей: во-первых, музыка и видео в шапке, во-вторых, рисованные иллюстрации и простой одностраничный формат. Причем все это нисколько не преуменьшает статус отеля. Интересное решение.

Faena

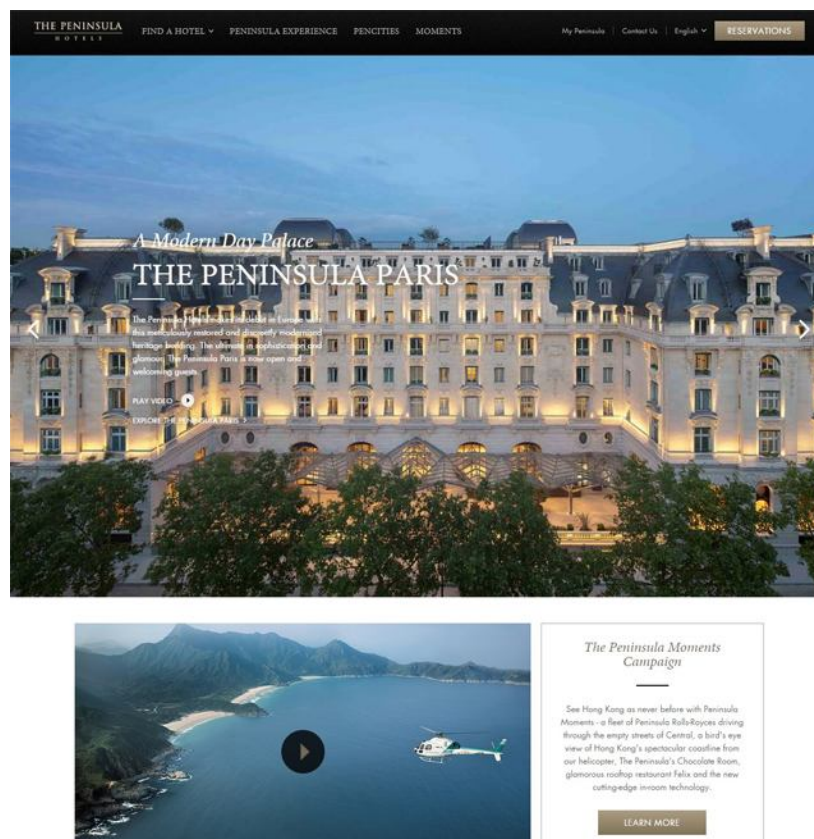


Здесь определенно акцент делается на визуальную составляющую — картинки, фото, видео и все в том же духе. Дизайн имеет некий блочный «квадратный» формат, из-за которого информация воспринимается максимально легко. Практически каждая страница обладает своим оформлением будь то раздел апартаментов или «О нас» (где, кстати, найдете красивое видео).

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

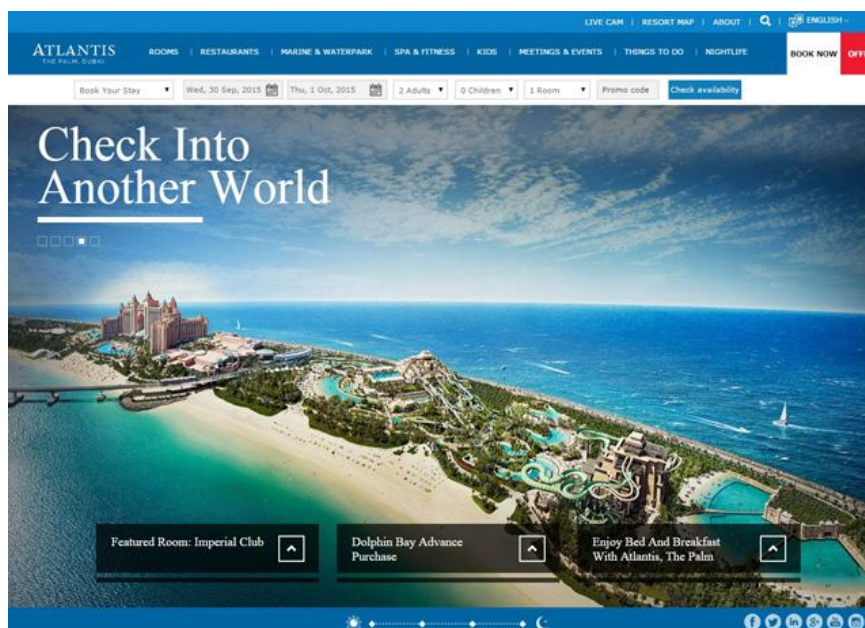
Фокус – Москва и столичный регион

The Peninsula



По дизайну это такой себе классический корпоративный сайт. Здесь нет каких-то специфических изысканных решений, все четко и понятно. Сложность для этого и подобных ему проектов в том, что нужно разместить достаточно много информации о целой сети отелей, но при этом не запутать пользователя (чтобы ему было удобно и понятно).

Atlantist



На сайте много графики и изображений, текст — лишь как дополнительный элемент. Выглядит красочно и ярко. Захотелось сразу на отдых:)

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

Фокус – Москва и столичный регион

El Conquistador Resort



Проект выполнен в стиле одностраничных сайтов, он достаточно простой визуально, без изысков. Понравится тем, кто любит быстро находить нужную информацию на сайте. Плавающее меню с формой бронирования — хорошая идея.

Capo La Gala



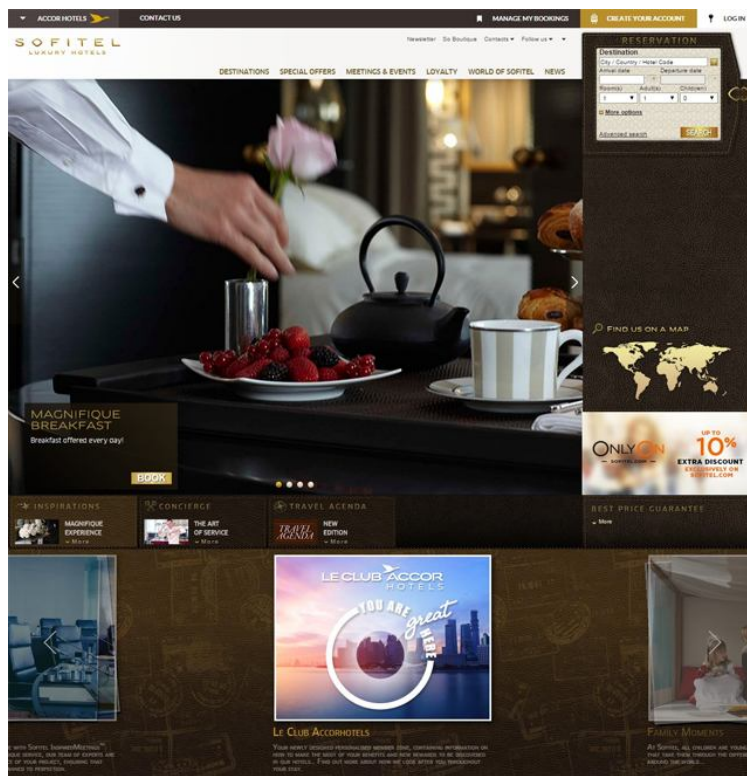
Еще один одностраничный сайт, причем похожий на шаблоны, где при прокрутке страницы тексты появляются с эффектами. К счастью, эти переходы не раздражают, а наоборот делают проект «живеньким» и интересным. Меню спрятано по умолчанию и появляется лишь при клике на соответствующий

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

Фокус – Москва и столичный регион

элемент — нашим юзерам этот механизм явно не подойдет (т.к. они с ним не особо знакомы).

Sofitel



В принципе, неплохой сайт — в меру функциональный и стильный, хотя немного «отдает стариной». Выпадающие меню, приемы, дизайн — все это напоминают сайты из 2010 года или около того. Еще и картинки на главной не лучшего качества.

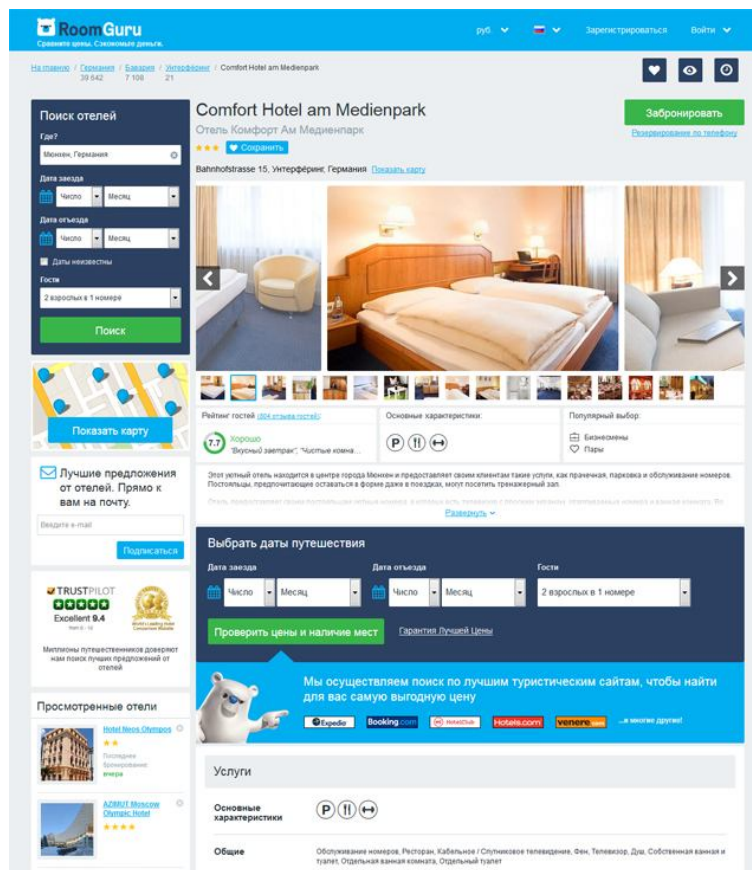
Aria Hotel



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

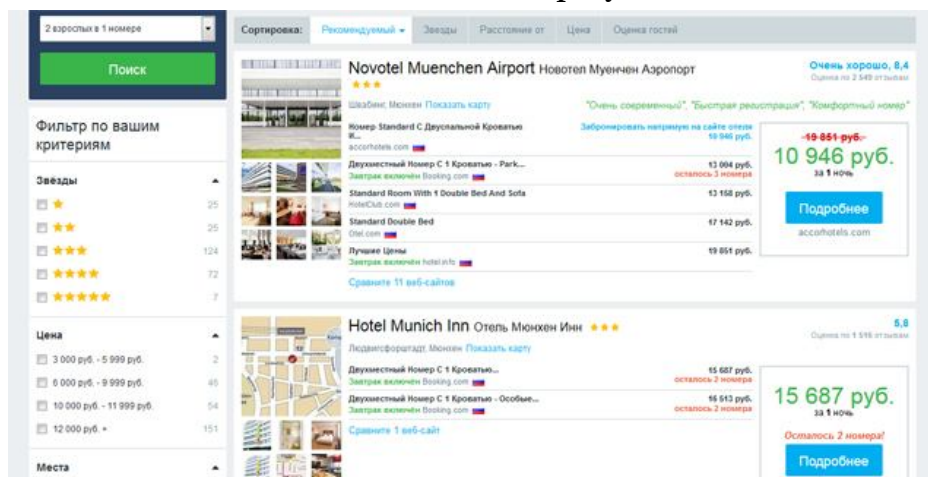
Достаточно много сайтов отелей делаются простыми с акцентом на содержимое, а не креатив. Сложно сказать какой дизайн более привлекателен — одни пользователи любят получить максимум информации, другие «клюют» на красочные картинки — наверное, подход зависит от направленности отеля и его ценовой политики.

Room Guru



Кстати, о ценах. Среди всех сайтов отелей можно встретить проекты, позволяющие сравнивать разные предложения — например, [RoomGuru](#). Это достаточно удобно для тех, кто любит много путешествовать и желает при этом немного сэкономить. Мощный инструмент поиска отелей собирает информацию с туристических сайтов (Booking.com, Expedia, HotelTravel, HolidayInn, Hotelopia) и выдает вам лучшие варианты.

Для таких проектов, понятное дело, ключевым моментом является информация об отелях: описание, условия проживания, рейтинг, цены, интерьер и т.п. Причем важно компактно подавать ее в результатах поиска.

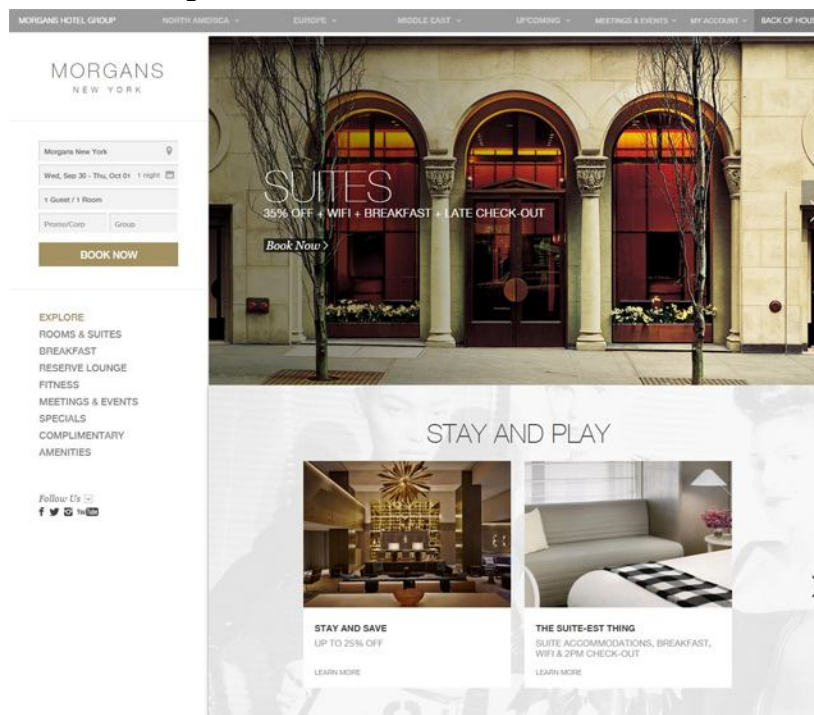


Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

На страницах городов можно разместить чуть больше данных, например, о и популярных местах того или иного города. Карточка (профиль) отеля обязательно должен содержать фотографии интерьера и чем больше, тем лучше. Вообще подобные сайты сейчас, весьма популярны.

Morgans Hotel Group



Как по мне, это один из самых стильных и современных сайтов отелей. Глядя на страницы проекта, можно понять в каком дизайне выполнен интерьер самого отеля. У разработчиков отлично получилось передать стилистику объекта.

The Hoxton

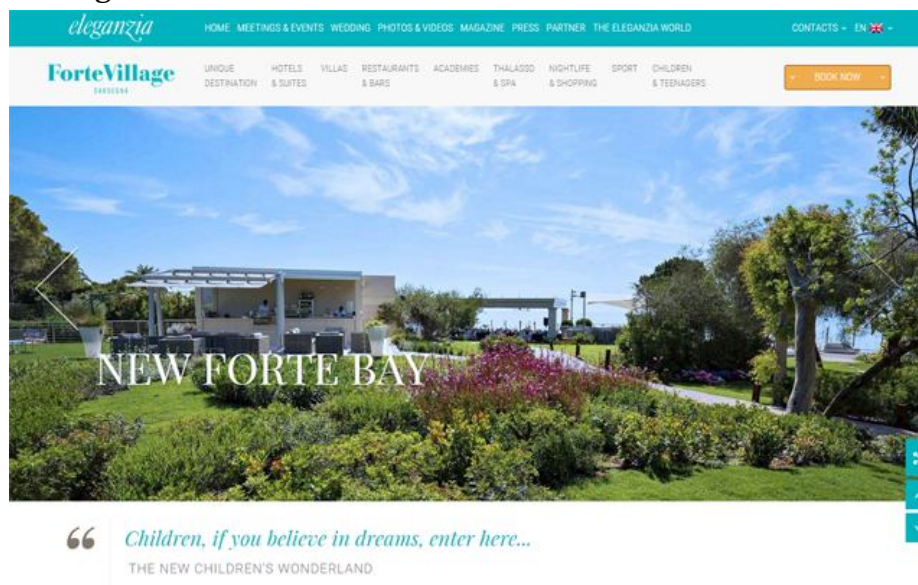


Еще один очень классный атмосферный дизайн, хоть и выполнен совсем в ином направлении нежели предыдущий. Выглядит модно, стильно и молодежно. Оригинальная навигация.

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

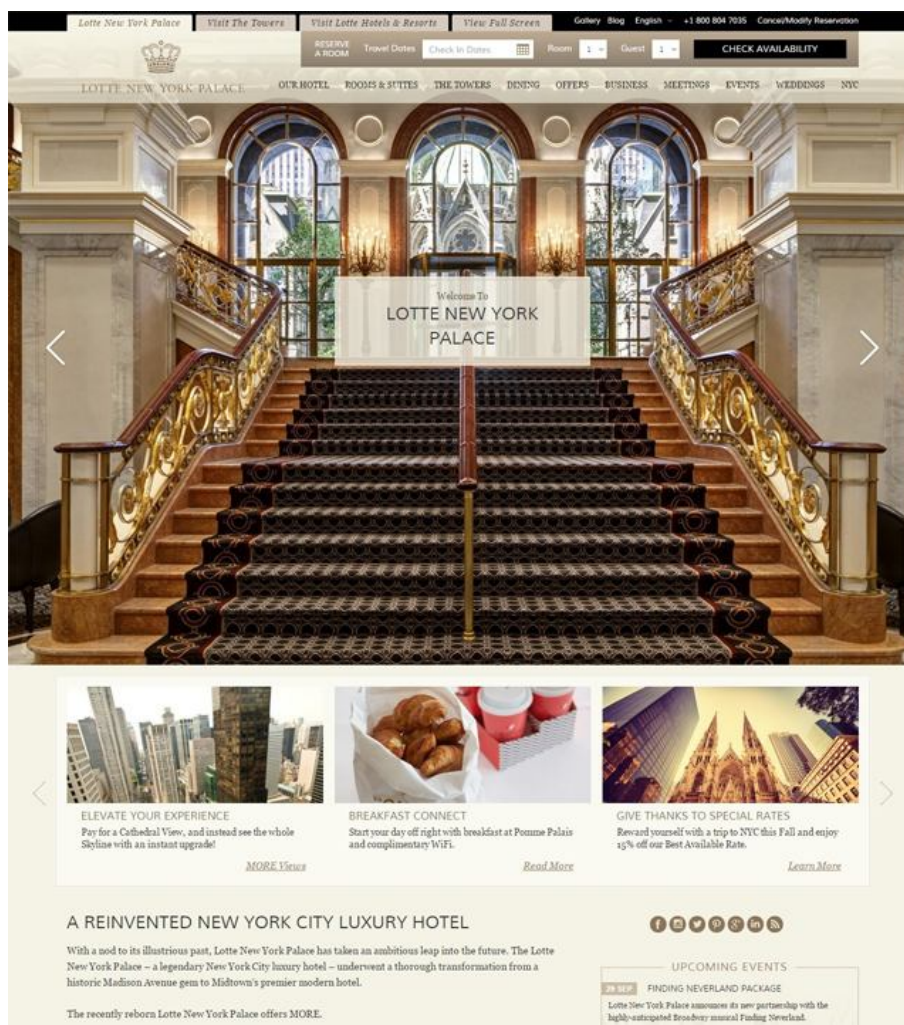
Фокус – Москва и столичный регион

Forte Village Resort



Весьма красивый и функциональный дизайн. Разработчикам удалось поместить максимум фотографий, которые бы не только не отвлекали от основной информации, а и усиливали положительное впечатление от отеля.

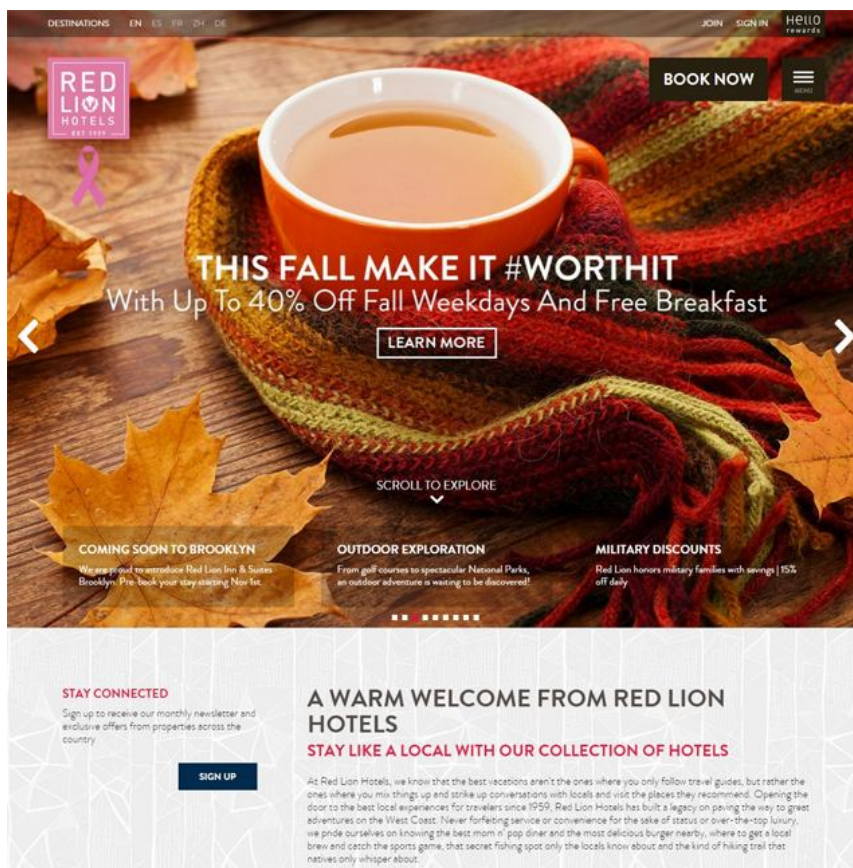
Lotte New York Palace



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

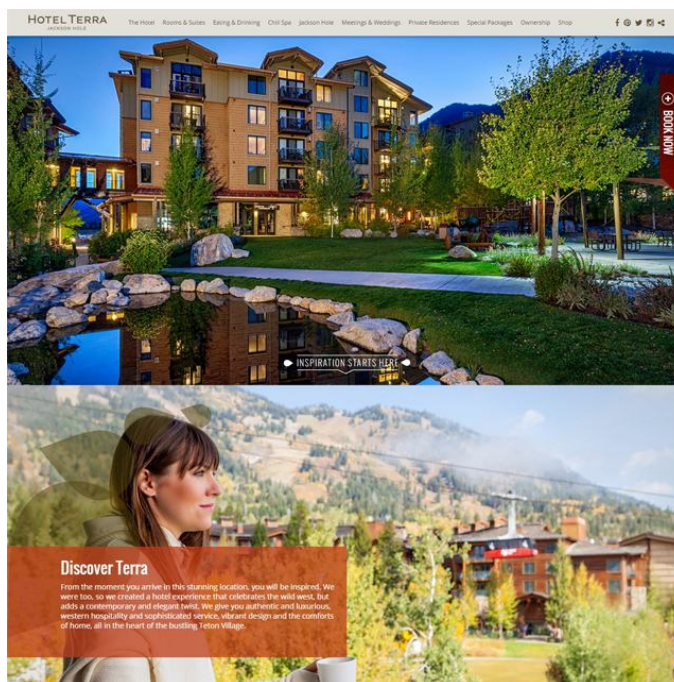
Как по мне, это классический дизайн сайта отеля — все просто и доступно. Хорошо ощущается американская стилистика отеля, хотя, возможно, это все из-за фотографий интерьера.

Red Lion



В целом прикольный сайт — спокойный дизайн, читабельный текст не смотря на разнообразные фоновые текстуры. Есть несколько оригинальных эффектов, например, в меню и для заголовка страницы.

Hotel Terra Jackson Hole

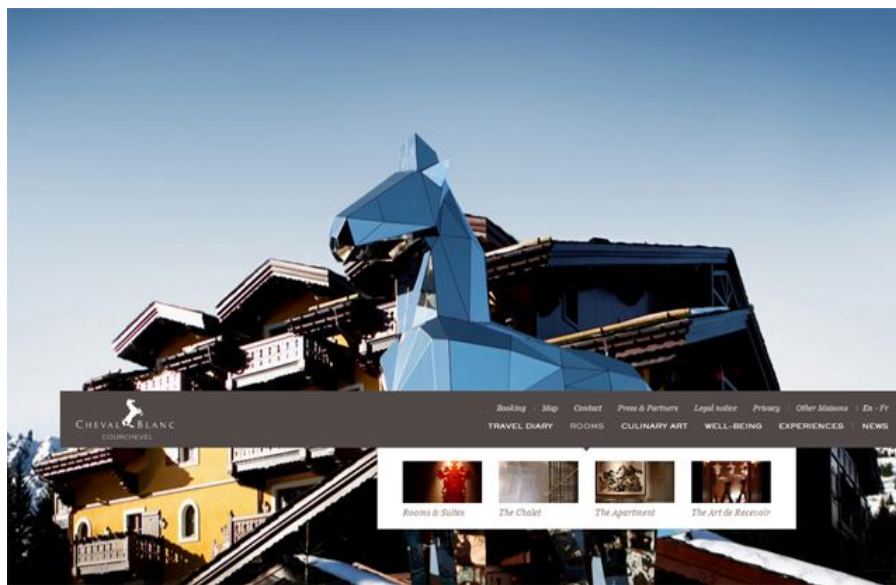


Дайджест ООО «Строим Отель»: актуальные новости для профессионалов.

Фокус – Москва и столичный регион

На сайте очень много фотографий. По сути, они являются фоном практически для каждой страницы, а текст здесь как дополнение. Нельзя сказать, что эта графика напрягает, скорее наоборот дает понимание об интерьере отеля.

Cheval Blanc



Достаточно оригинальный дизайн для сайта отеля. Большие яркие фоновые фотографии, музыка и видео на главной, эффектная навигация — все это делает проект действительно интересным.

The George Hotel



Ближе к концу статьи начали попадаться действительно крутые и оригинальные дизайны. В этом сайте очень интересная навигация, причем все это выглядит максимально стильно, необычно и функционально. Один из лучших вариантов в подборке определенно.

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

Фокус – Москва и столичный регион

BoziOko



Весь проект является своего рода видео туром по отелю — прокручивая колесо мышки, вы передвигаетесь по территории отеля и можете заглядывать в апартаменты или смотреть другую информацию. Эффект присутствия гарантирован. Классный сайт.

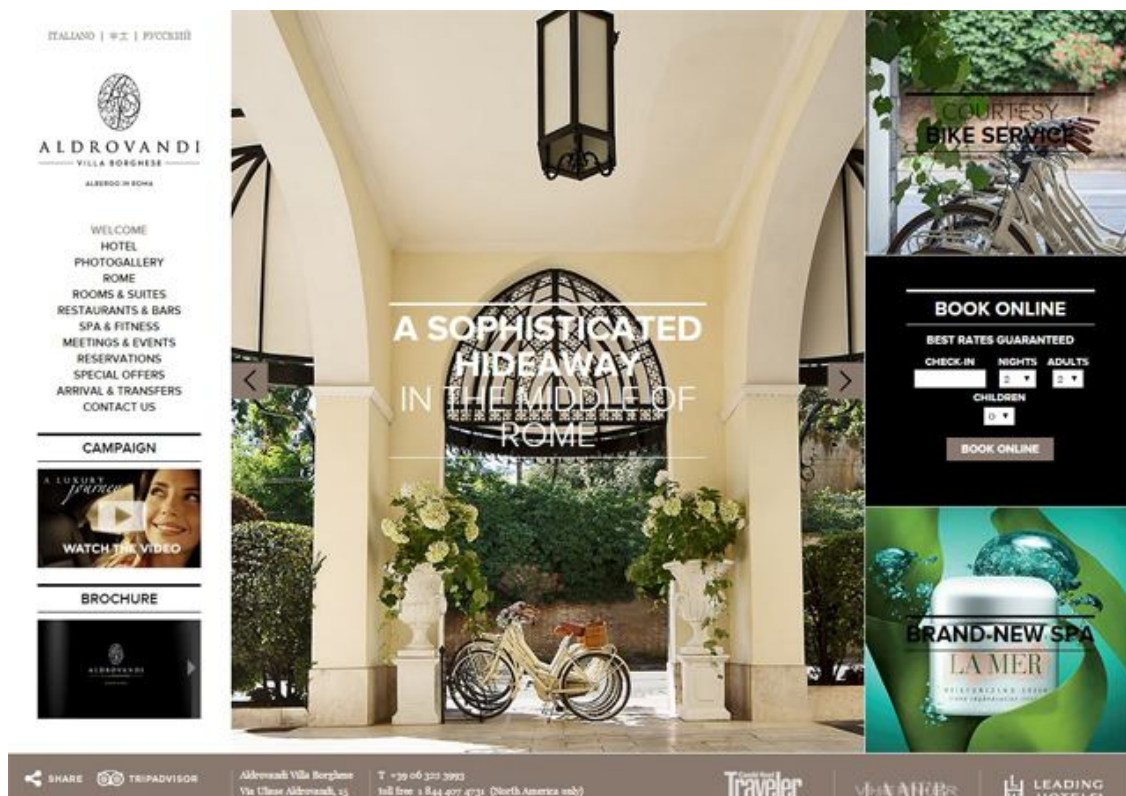
Bourg Tibourg



Дизайнеры очень постарались над графическим оформлением данного сайта — иллюстрации потрясающие. Однако функциональность при этом выглядит немного слабо, что немного портит итоговое впечатление.

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

Aldrovandi



Весь сайт находится «в одном экране», то есть отсутствует вертикальная полоса прокрутки. Такое решение смотрится компактно, стильно, и никаких сложностей с навигацией при этом нет.

EME Catedral Hotel



Если честно, сайт достаточно простоват, хотя и смотрится неплохо. Нет здесь какой-то изюминки.

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

Фокус – Москва и столичный регион



Еще один проект, где основной акцент делается на графику — для каждой страницы своя фоновая иллюстрация. Выглядит стильно, однако непонятно почему для текста создан такой маленький блок. Странно использовать колесо прокрутки, когда на странице столько свободного места, хотя, возможно, создатели не хотели закрывать изображения.

Итого. Надеюсь подборка вам понравилась. Пару слов об основных тенденциях:

Графика. Ее используют все без исключения. Оно и правильно — эффектные картинки привлекают внимание пользователей. Большинство при этом делает ставку на красочные фотографии интерьера.

Навигация — важный элемент, который нужно тщательно продумывать. Особенно актуально для сайтов сети отелей, где много информации.

Оригинальность — проекты, у которых есть свой креативный подход производят максимальный WOW эффект. Да, при выборе отелей это не всегда играет решающую роль, но посетителям они, думаю, наиболее интересны.

Ключевым моментом для меня лично является некая гармония в дизайне, когда идеально сочетаются графика, тексты и еще какие-то эффекты. Сайт может быть не перегруженным фотографиями, но стильным или наоборот состоять только из изображений, но не напрягать. Также интересно было увидеть какой-то новый подход, а не банальное шаблонное решение.

<http://design-mania.ru/inspiration/hotel-sites/>