



ОСНОВНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ И ПРАВИЛА
 ЗАНЕСЕНИЯ ДАННЫХ В ИНСТРУМЕНТ
КРІ BENCHMARKING
 СИСТЕМЫ «АНАЛИТИКА ГОСТИНИЧНОГО РЫНКА»

KPI Benchmarking (Key Performance Indicators benchmarking) —

один из инструментов системы «Аналитика гостиничного рынка», позволяющий корректно и с учетом текущих рыночных условий оценивать результат продаж отеля по всем каналам, источникам и сегментам в сравнении с конкурентами.

СПОСОБЫ ВНЕСЕНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

Внесение показателей отеля за предыдущий день происходит на ежедневной основе. Возможны два варианта: автоматизированный и вручную.

Автоматизированный

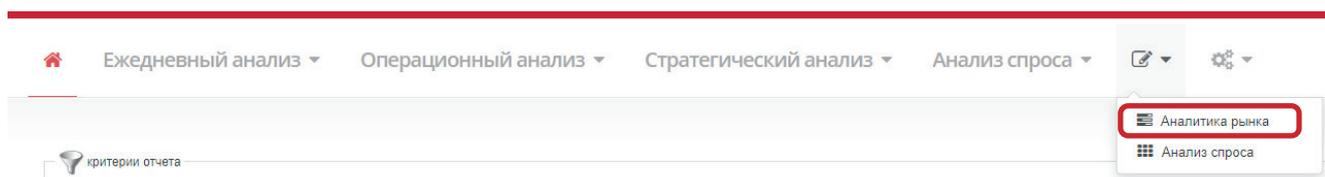
С основными системами управления отелем (PMS или АСУ) для платформы «Аналитика гостиничного рынка» реализована интеграция: Fidelio, Эдельвейс, ECVI, Travelline. С остальными – интеграция еще в процессе разработки. В случае настроенной интеграции с АСУ необходимые показатели выгружаются автоматически в строго определенное время.

Для активации выгрузки необходимо обратиться к вашему поставщику гостиничной системы управления.

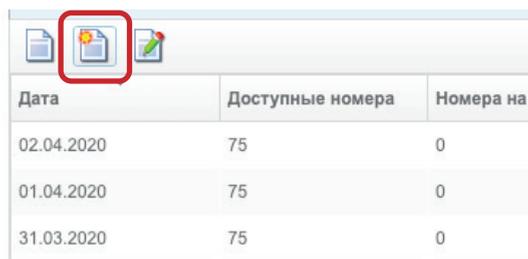
Вручную

В случае отсутствия интеграции данные вносятся администраторами после процедуры ночного аудита или в любое время после закрытия рабочего дня. Время внесения - до 7 утра.

Раздел внесения показателей находится во вкладке «Внесение показателей» – «Аналитика рынка».



Возможно занесение данных сотрудниками и в более позднее время. Но мы рекомендуем всем участникам делать это в одно и то же время, чтобы к моменту начала рабочего дня необходимые данные отеля и данные по конкурентной группе уже были в системе.



Дата	Доступные номера	Номера на
02.04.2020	75	0
01.04.2020	75	0
31.03.2020	75	0

КАКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ ВНОСЯТСЯ

На ежедневной основе в систему вносятся следующие показатели* отеля за предыдущий день:

- количество проданных номеров;
- количество номеров на ремонте;
- количество бесплатных номеров;
- выручка от проданных номеров;
- общая выручка отеля;
- количество заездов;
- количество гостей.

В случае если отель работает с группами, в разделе «Группы» вносятся показатели проданных номеров и выручки номерного фонда для групп.

*Термины, определения и правила расчета показателей для работы инструмента приведены ниже в разделе Основные термины и определения.

НАСТРОЙКА ОГРАНИЧЕННОГО ДОСТУПА

При необходимости для администраторов или других сотрудников, кто будет отвечать за внесение показателей, может быть настроен ограниченный уровень доступа, который предполагает только возможность внесения данных и ограничивает доступ к остальной аналитической информации инструмента. Эти настройки делаются в разделе «Учетная запись» – «Ограниченный доступ».

С данным уровнем доступа сотрудники смогут только вносить показатели. Другие разделы инструмента будут им недоступны.

КОРРЕКТИРОВКА ВНЕСЕННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

После внесения показателей за прошедший день система разрешает их корректировку только до наступления следующего дня. Если в течение рабочей смены были выявлены ошибки во внесенных показателях вчерашнего дня, их можно исправить самостоятельно. Для редактирования достаточно кликнуть на строку с данными.

Дата	Доступные номера	Номера на ремонте	Проданные номера	Выручка	Осс (%)	ADR	RevPar
11.05.2012	50	0	37	219 178,30	74,00	5 923,69	4 383,53
10.05.2012	50	0	38	211 177,33	76,00	5 557,30	4 223,55
09.05.2012	50	0	29	174 784,00	58,00	6 027,04	3 495,68

Корректировка показателей предыдущих дней осуществляется только через Службу поддержки. Для этого отправьте запрос на адрес market@hoteladvisors.ru с указанием даты и показателей, которые необходимо исправить.

ПРАВИЛА ВНЕСЕНИЯ ПОКАЗАТЕЛЕЙ

Правила внесения доступных номеров

- для каждого отеля всегда должно быть указано общее количество номеров в отеле;
- для открывающихся гостиниц даже на период предварительного открытия отеля (soft opening) сразу должен указываться весь номерной фонд;
- для отелей, увеличивающих номерной фонд, вновь построенные номера должны быть указаны в доступности в день их введения в обращение.

Правила внесения проданных номеров

Номера, учитываемые как проданные:

- все номера с выручкой;
- номера в рамках предложений «3 ночи по цене 2» или «4 ночи по цене 3» и т.п., номера в рамках контрактов с партнерами, например, при размещении группы в 50 номеров один номер бесплатно.

Номера, не включаемые в проданные:

- не заехавшие номера;
- дневное использование номера: номер, проданный несколько раз в течение дня без проживания ночь, не учитывается как проданный; учитывается только выручка;
- бесплатные номера: бесплатно занятые сотрудниками, управляющим, собственниками, участниками ознакомительных туров.

Правила внесения исключенных из продажи номеров

- номера, выведенные на ремонт до 6 месяцев, указываются в системе в разделе «Закрытые номера», но не вычитаются из общего количества номеров. Статус номеров out of order – это статус свободных номеров, обозначающий состояние номера, выведенного на ремонт до 6 месяцев. В целях корректного учета и сравнения показателей в системе «Аналитика гостиничного рынка» номера на ремонте не вычитаются из доступных для продажи в рамках указанного периода;
- в случае осуществления отелем ремонта на период 6 и более месяцев, отель должен уведомить администратора системы «Аналитика гостиничного рынка», и данные номера могут быть выведены из доступных в целях корректности учета.

Правила учета выручки номерного фонда

Включается в выручку номерного фонда:

- выручка за все проданные за деньги номера, включая налог;
- ранние заезды/поздние выезды;
- дополнительные места/детские кровати;
- размещение дополнительного человека;
- дневное размещение (day use);
- номера, используемые под проведение мероприятий (break out rooms).

Не учитываются в показателе выручки номерного фонда:

- завтрак, а также любой доход ресторанной службы;
- парковка, услуги консьержей, спа, интернет;
- пакетные составляющие, не относящиеся в выручке номерного фонда;
- «минусовки» и возвраты;
- штрафы за отмену номера или неявка гостей (индивидуалы и группы);
- курортные и сервисные сборы.

Примечания

- выручка агрегаторов (wholesaler) заносится без учета комиссии (net revenue);
- выручка номеров от поставщиков учитывается без комиссии, если она вычитается поставщиком, например, [expedia/hotels.com](https://www.expedia.com/hotels.com);
- если комиссия учитывается раз в месяц, то тарифы учитываются с включенной комиссией (например, [Booking.com](https://www.booking.com));
- завтрак вычитается из стоимости номера;
- в случае пакетированных тарифов и предложений только выручка номерного фонда должна учитываться в расчетах;
- бронирования с GDS учитываются с комиссией.

ОСНОВНЫЕ ТЕРМИНЫ, ОПРЕДЕЛЕНИЯ, ПОКАЗАТЕЛИ И ФОРМУЛЫ РАСЧЕТА В УПРАВЛЕНЧЕСКОМ УЧЕТЕ

Номера в наличии (количество номеров в отеле, номерной фонд отеля) (1)	<p>Общее количество номеров в гостинице, доступных и не доступных для продажи. Включает в себя: занятые номера, свободные номера и номера, исключенные из продажи.</p>
Номера, закрытые на длительный срок (2)	<p>Номера, исключенные из продаж на период 6 и более месяцев ввиду повреждений в результате стихийных бедствий, землетрясения, пожара, а также номера, находящиеся на реновации. Информация о реновации номеров (более 6 месяцев) должна быть передана аккаунт менеджерам системы Аналитика гостиничного рынка заранее, чтобы внести корректировки в систему учета.</p> <p>Примечание: в текущей версии программы количество номеров, закрытых на длительный срок, регулируются через администратора системы.</p>
Номера, закрытые на период несезона (3)	<p>Если операционная деятельность гостиницы последовательно из года в год полностью или частично прерывается на срок более 30 дней из-за сезонных колебаний спроса, то количество номеров в течение этого периода времени должно быть исключено из общего количества номеров, доступных для продажи.</p> <p>Примечание: в текущей версии программы количество закрытых номеров на период несезона регулируются через администратора системы.</p>
Номера для внутреннего использования (4)	<p>Номера, исключенные из продаж на период 6 и более последовательных месяцев, которые используются для проживания сотрудников гостиницы (например, управляющие или привлеченные иностранные сотрудники).</p> <p>Примечание: в текущей версии программы количество номеров, выведенных отелем для внутреннего использования, регулируются через администратора системы.</p>
Общее количество номеров, исключенных из продаж (5)	<p>Формула: Номера, закрытые на длительный срок (2) + Номера, закрытые на период несезона (3) + Номера для внутреннего использования (4).</p>
Доступные номера (6)	<p>Формула: Номера в наличии (1) – Общее количество номеров, исключенных из продажи (5).</p>
Проданные номера (7)	<p>Количество номеров, которое было продано за ночь (всем сегментам гостей: индивидуальные гости, группы, корпораты, агентства).</p> <p>Включают в себя:</p>
Индивидуальные номера (7.1.)	<p>Общее количество номеров, проданных индивидуальным гостям. Включают в себя все номера, проданные на регулярной основе, а также номера, проданные без оплаты в рамках определенных программ продвижения или специальных контрактов.</p>

Групповые номера (7.2.)

Общее количество номеров, проданных гостям в составе группы (10 и более номеров, проданных в одну ночь, при этом возможны разные даты заезда и выезда). Включают в себя все номера, проданные на регулярной основе, а также номера, проданные без оплаты в рамках определенных программ продвижения или специальных контрактов.

Групповые номера (7.2.)

Общее количество номеров, проданных гостям в рамках долгосрочных контрактов на размещение (корпоративные и агентские договора). Включают в себя все номера, проданные на регулярной основе, а также номера, проданные без оплаты в рамках определенных программ продвижения или специальных контрактов.

Бесплатные номера (8)

Общее количество номеров, предоставленных любым гостям на бесплатной основе, не связанными особыми договорными отношениями с гостиницей (собственники, сотрудники, участники ознакомительных поездок, друзья, члены семей и т.п.). При расчете показателя загрузки они не учитываются как проданные, так как не приносят доход.

Важно! Номера, предоставляемые в рамках специальных договоров, связанных с продвижением гостиницы (например, предложения «3 ночи по цене 2-х») или в рамках групповых договоров (например, «Забронируйте 50 номеров, получите 1 номер бесплатно») не классифицируются как бесплатные. Они должны учитываться в соответствующей категории дохода (индивидуальный, групповой или контрактный).

Занятые номера (9)

Формула: Проданные номера (7) + Бесплатные номера (8).

Свободные номера (10)

Формула: Доступные номера (6) – Занятые номера (9)

Подразделяются на следующие категории:

- **Вышедшие из строя** (out of order (ООО), закрытые номера) - номера, выведенные из продаж на период менее 6 месяцев в связи с ремонтными работами, временными неисправностями или иным проблемами, делающими их непригодными для размещения гостей.
Важно! Если номера закрыты на краткосрочный ремонт на несколько дней или на срок менее 6 месяцев, они учитываются как доступные и не участвуют в расчете показателя загрузки.
- **Временно закрытые** (out of service, OOS) – номера, выведенные из продаж на период менее 6 месяцев по причине, отличной от причин в категории «out of order». Номера также учитываются как доступные для продажи и не вычитаются из номерного фонда отеля.
- **Не занятые номера** – номера, доступные для продажи, но не проданные.

Количество заездов (11)	Количество номеров, захваченных в определенный день или дату, включая бесплатные номера.
Количество гостей (12)	Количество проживающих в отеле гостей в определенную дату или период. Данный показатель учитывает детей в возрасте от 3-х лет и включает гостей, проживающих в номерах, предоставленных бесплатно.
Выручка номерного фонда (13)	<p>Сумма всех начислений/тарифов, по которым были проданы номера. Ранний заезд, поздний выезд, повышение категории номера, стоимость размещения дополнительного человека, дополнительная кровать входят в показатель выручки номерного фонда. Штрафы за отмену номера или незаезд гостей не входят в показатель выручки номерного фонда. (индивидуальный и групповой) и относятся к категории «прочие доходы отеля».</p> <p>Выручка в системе учитывается с учетом налогов (любых), но не включает завтрак и иные типы питания.</p> <p>Выручка считается не по кассовому методу, а по методу начислений.</p>
Общая выручка отеля (14)	<p>Сумма всех начислений/тарифов за все услуги, оказываемые и предоставляемые отелем (не сторонней и не аффилированной с собственниками отеля организацией), которые были начислены гостям за прошедшую ночь (ресторан, бар, минибар, спа, фитнес, сувениры, транспортные услуги).</p> <p>Примечание: если, например, ресторан, управляется сторонней компанией, не аффилированной с отелем, выручка ресторана не должна считаться в общей выручке отеля.</p>
KPI	Key performance indicators, ключевые операционные показатели эффективности работы гостиницы.
Осс - оссирансу, загрузка	<p>Показатель, характеризующий занятость номерного фонда гостиницы.</p> <p>Формула: отношение количества проданных номеров (7) к общему количеству доступных для продажи номеров (6).</p>
ADR	<p>Average daily rate. Средний тариф продажи номера в отеле.</p> <p>Формула: отношение выручки номерного фонда (13) к количеству проданных номеров (7).</p>
RevPAR	<p>Revenue per available room. Доход на доступный к продаже номер.</p> <p>Формула: отношение выручки номерного фонда (13) к общему доступному для продажи количеству номеров отеля (6).</p>
Комиссия	Сумма выплат агентствам и партнерам, в том числе ОТА, за отчетный период (месяц).

Net Revenue

Выручка номерного фонда без учета комиссии агентствам, партнерам, ОТА, а также транзакционных расходов.

Net ADR

Средний тариф продажи номера в отеле, очищенный от комиссии и транзакционных расходов. Рассчитывается как отношение выручки номерного фонда без учета суммарного комиссионного вознаграждения агентствам, партнерам, ОТА и транзакций к количеству проданных номеров.

Net RevPAR

Доход на доступный к продаже номер, очищенный от комиссии и транзакционных расходов. Рассчитывается как отношение выручки номерного фонда без учета суммарного комиссионного вознаграждения агентствам, партнерам, ОТА и транзакций к общему доступному для продажи количеству номеров отеля.
