

УДК 338.48

Василенко Е.А.

ТРАНСНАЦИОНАЛЬНЫЕ ГОСТИНИЧНЫЕ ЦЕПИ В РФ

Вопрос развития гостиничного хозяйства в РФ стоит достаточно остро, особенно, после глобального финансового кризиса. За последнее время ряд крупных гостиничных операторов первой величины подтвердили планы по экспансии в России. Рынки гостиничного хозяйства двух столиц уже достаточно освоены, и цепи заинтересовались регионами. Однако уже двум крупным операторам может стать тесно даже в городе-миллионнике: при запуске второго сетевого отеля показатели первого значительно ухудшаются. Спрос на качественные отели в столицах и крупных региональных центрах высокий, а объем номерного фонда и его качественные характеристики недостаточны, поэтому новые проекты под управлением международных гостиничных операторов повысят уровень конкуренции в данном сегменте.

The question of development of the hotel industry in the Russian Federation is the item on the agenda, especially, after global financial crisis. Recently a number of large hotel operators of the first size has confirmed the plans of Russian expansion. The markets of the hotel industry of two capitals are already enough mastered, and chains have become interested in regions. However already it can be closely for two large operators even in a city with more than a million of citizens: when second network hotel starts developing, indicators

of the first considerably worsen. Demand for qualitative hotels in capitals and the large regional centers is high, and the volume of rooms fund and its qualitative characteristics are insufficient, therefore new projects under control of the international hotel operators will raise competition level in the given segment.

Гостиничное хозяйство играет чуть ли не самую главную роль в развитии туристического бизнеса во всем мире. Однако нас больше интересует состояние российского гостиничного рынка.

Гостиничная индустрия формируется под воздействием как внутренних, так и внешних процессов. Внутренними считаются процессы, которые воздействуют на отдельное предприятие либо гостиничную индустрию в целом. А внешние факторы (политическая ситуация, демографическая обстановка, экономическое положение и т.д.) оказывают влияние на формирование современных концепций развития гостиничных корпораций. Немалую роль здесь играют процессы транснационализации гостиничных хозяйств страны, которые проявляются в создании транснациональных гостиничных цепей.

Гостиничная цепь представляет собой группу отелей (два и более), имеющих общее руководство, концепцию продвижения продукта и торговую марку. Цепь появляется, когда оба элемента (гостиницы и управляющая компания) объединены формально, и, что важно, они находятся в единой технологической среде, созданной и поддерживаемой управляющей компанией. На сегодняшний момент в мире сложилось более 300 гостиничных цепей, вышедших за рамки национальных границ. По данным агентства Deloitte на их долю приходится более 7 млн номеров из почти 13 млн мировых (более 50% гостиничных номеров в мире). По данным на 2009 г. лидерами среди мировых гостиничных цепей считаются уже несколько лет английская корпорация InterContinental Group и американская корпорация Cendant Corporation (Wyndham Worldwide).

Гостиничное хозяйство в России получило развитие относительно недавно. Активное формирование гостиничного рынка в стране началось в середине 1990-х гг. XX в. Оно сопровождалось выходом на рынки страны международных гостиничных операторов и упрочением позиций отечественных управляющих компаний. Развивающиеся рынки всегда привлекательны для крупных гостиничных цепей, поэтому российский рынок не являлся исключением в те времена и не является таковым сейчас.

В последнее время все более заметным становится реальное, а не заявленное расширение сферы присутствия международных гостиничных операторов в России. Такие факторы, как существенное превышение спроса над предложением, рост платежеспособности населения, увеличение деловой активности и, соответственно, числа бизнес-туристов, повышение инвестиционной привлекательности страны в целом и гостиничного рынка в частности, высокий уровень максимальной первоначальной доходности отелей (особенно, в Москве и Санкт-Петербурге, а также крупных региональных центрах) объясняют тот факт,

что практически все ведущие гостиничные корпорации считают Россию ключевым рынком развития. Возможно, процесс внедрения зарубежных операторов окажет большое влияние на будущее гостиничной индустрии. Мировой опыт развития показывает, что привлечение профессионалов к управлению существенно улучшает финансовые показатели проекта, повышая уровень доходности объектов.

По данным Госкомстата в России насчитывается 4 тыс. гостиниц [6]. Лишь 1% из всех гостиниц находится в иностранной и совместной собственности или имеют договоры на управление или франшизу с какой-либо известной иностранной компанией. В России сейчас действует 11 международных гостиничных операторов, которые уже обладают достаточным номерным фондом, а еще 4 оператора только начинают запускать свои проекты: оператор Scandic, который, по мнению экспертов компании Jones Lang LaSalle, «очень жестко контролирует издержки», заявил о выходе на рынок с первым объектом. В Екатеринбурге недавно открылся отель под брендом Ramada. Также планирует функционировать в России компания Shangri-La Hotels & Resorts. Кроме того, в 2010 году в Москве южнокорейская сеть отелей Lotte Hotels & Resorts открыла пятизвездный отель Lotte Hotel Moscow. Этот отель является первым азиатским отелем в России (данная сеть управляет шестью отелями класса люкс, расположенными в Сеуле, Пусане, Ульсане и на острове Чеджу).

Количество отелей международных брендов в России в 2008 году достигло 48. На конец 2010 года, несмотря на глобальный финансовый кризис, их насчитывается уже более 50. Стоит отметить, что сейчас большинство отелей международных сетей, представленных в России, относятся к верхнему ценовому сегменту (4-5*). Иностранные туристы предпочитают останавливаться именно в отелях высокого класса. Что же касается региональной дислокации сетевых объектов, необходимо обозначить, что в Москве и Санкт-Петербурге, в отличие от других российских городов, уже сложилась конкуренция гостиничных сетей, поскольку столичные рынки начали развиваться ранее других региональных рынков.

В начале 1990-х гг. открылись – после реконструкции отель «Националь», входивший на тот момент в цепь InterContinental Hotels Group (впоследствии договор был расторгнут, теперь гостиница принадлежит цепи Le Mèredien Hotels & Resorts), Olympic Penta Renaissance (позднее был включен в сеть Marriott International), одна за другой сдавались в эксплуатацию гостиницы цепей The Rezidor Hotel Group, Kempinski Hotels & Resorts, ACCOR Group, Marco-Polo и др. Сегодня на московском рынке представлена лишь малая часть международных гостиничных брендов. В основном они позиционируют себя в категории 4-5*, а трехзвездный сегмент до сих пор остается неосвоенным [4].

Однако если для гостиничного рынка Москвы и Санкт-Петербурга применим термин «конкуренция», то для основной массы региональных

рынков сам факт наличия оператора, особенно международного, ставит объект на ступень выше аналогичных. Пока многие крупные города практически лишены качественных гостиниц, притом что ожидаемый спрос довольно велик. Однако уже двум крупным гостиничным операторам может стать тесно в одном городе-миллионнике - постояльцев на всех может не хватить: проблема с регионами состоит в том, что этот рынок довольно узок – при наличии одного отеля, принадлежащего международному оператору, второй может значительно ухудшить показатели загрузки первого.

Вместе с тем при существующем дефиците номеров наличие известного бренда у гостиничного объекта не является необходимым условием его эффективного функционирования. Но по мере развития бизнеса, расширения гостиничного предложения и усиления конкуренции преимущества профессионального управления становятся более очевидными.

Объектов размещения высокой категории и гостиниц туристского уровня, отвечающих международным стандартам, в крупных российских городах слишком мало. Необходимость в хорошем, качественном и сегментированном размещении возрастает год от года. Международные гостиничные цепи первыми почувствовали эти изменения и начали применять отработанные схемы внедрения на региональный рынок. Они предпочитают регионы и города с высокой деловой активностью, так как именно в таких городах отели способны принести стабильный доход, в отличие от российских курортов, где ярко выраженная сезонность не позволяет обеспечить достаточной рентабельности. Международные операторы вполне осознают, что возможность расширять собственные цепи дает им неоценимые преимущества. Однако, на сегодняшний момент действующих объектов международных гостиничных цепей в регионах всего 7.

Тем не менее, после финансового кризиса, заморозившего на некоторое время строительство гостиниц международных сетей, мы можем говорить о восстановлении их интереса к российским регионам. В частности, в ближайшие четыре года гостиниц под управлением оператора ACCOR Group станет в три раза больше – в общем 17 отелей с совокупным номерным фондом в 3 900 номеров. Гостиничная сеть Hilton Worldwide планирует построить новые отели в Москве, Казани, Ярославле (ранее был анонсирован отель Hilton Garden Omsk). Цепь InterContinental Hotels Group в 2011 году планирует ввести в эксплуатацию три новых отеля в России – один отель в Москве и два – в Санкт-Петербурге.

Наращивают темпы и российские гостиничные операторы. В частности, новые гостиницы отечественного гостиничного оператора «Азимут» открылись в Новосибирске и Ставрополе, а также был взят в управление отель в горнолыжном курорте Сочи «Роза Хутор».

Было выявлено, что регионами с наибольшей концентрацией предприятий международных гостиничных операторов являются

Центральный и Северо-Западные федеральные округа. А вот Приволжский федеральный округ и отдаленные от центра регионы, например, Сибирский, Уральский или Дальневосточный федеральные округа, несмотря на заявленные планы по расширению в них присутствия международных операторов, пока обладают небольшим количеством международных гостиничных предприятий. Возможно, такое распределение предприятий международных операторов по территории страны связано с незначительным периодом их функционирования на российском рынке, а также с активным экономическим ростом Южного федерального округа и устойчивыми позициями Центрального и Северо-Западных федеральных округов.

Совокупный номерной фонд отелей международных гостиничных цепей в регионах составляет 1 068 номеров, тогда как в Москве их количество достигает 6 500 номеров, а в Санкт-Петербурге – 5 332 номера. Соответственно, совокупный номерной фонд действующих отелей гостиничных ТНК в России составляет всего 12 900 номеров, что в 17 раз меньше общего номерного фонда России (219 380 номеров). Самыми исследованными являются Москва и Санкт-Петербург, средним сосредоточением предприятий международных операторов обладает Южный федеральный округ, а их концентрация в Приволжском федеральном округе и удаленных от центра регионах незначительна.

Таким образом, мы видим, что гостиничные цепи очень легко создают новые проекты – запланировано ввести в эксплуатацию около 50 объектов в регионах. Такая ситуация получается в связи с тем, что, как правило, гостиничная сеть занимается не строительством объекта, а предоставлением услуг менеджмента. А для девелоперов, вкладывающих свои деньги в объект, риски по инвестиционному проекту связаны, прежде всего, с его долгосрочностью, так как в лучшем случае срок окупаемости гостиницы составляет 5 лет, а в среднем это 12-15 лет.

Однако далеко не все гостиничные операторы принимают существующие объекты в управление, так как большинство гостиниц не соответствуют жестким стандартам западных сетей. Отечественные операторы гораздо охотнее принимают под свой бренд индивидуальные отели.

Принято считать, что за время кризиса российский гостиничный рынок показал большую устойчивость в отличие от рынка офисной и жилой недвижимости. Также после кризиса было обнаружено новое явление – попытки репрофилирования офисных площадей в гостиницы. Однако в большинстве случаев такие проекты трудновыполнимы в связи с различным назначением зданий.

Как уже было отмечено выше, далеко не все заявленные проекты получают осуществление. Тем не менее, по мнению экспертов, в ближайшие годы стоит ожидать серьезного увеличения конкуренции на гостиничном рынке России среди крупных зарубежных операторов. Рост конкуренции между операторами является положительным моментом для

девелоперов, у которых таким образом создается выбор, так как некоторые операторы готовы соинвестировать в проект и давать гарантии собственникам по окупаемости [2, с.32-34].

Подводя итог, необходимо отметить, что многие международные цепи очень заинтересованы в российском рынке. Это связано с тем, что экономика России стремительно набирает обороты. Благодаря бурному развитию крупнейших городов страны растет спрос на отели класса люкс международных цепей. Некоторые направления привлекают особое внимание ввиду перспектив развития инфраструктуры, рынка труда, а также роста спроса на рынке гостиничных услуг. Региональные гостиничные рынки в России исследованы максимум на 10% своих совокупных возможностей. Постепенное насыщение наблюдается лишь в двух центральных городах России – Москве и Санкт-Петербурге, где сфокусированы наиболее активные действия сильных игроков, представленных международными гостиничными брендами. В ближайшее время подобная тенденция будет наблюдаться и в других регионах России, ведь на сегодняшний момент перспектива строительства гостиниц в России кажется более выгодной в связи с постоянно растущим спросом на высококачественные услуги и пока слабо выраженным предложением. В первую очередь, на российские рынки выйдут крупные и авторитетные международные гостиничные сети, которые будут вступать в естественную конкуренцию друг с другом. В регионах есть колоссальные возможности для инвестирования в гостиничный бизнес, поскольку большинство региональных центров зачастую вообще не располагают пятизвездными отелями мировых брендов. При этом значительный сегмент рынка остается за российскими сетевыми отелями и несетевыми средствами размещения. Международные бренды будут в большей степени представлены в городах-миллионниках, а в менее крупных городах появятся национальные гостиничные операторы. Немногие открытия, которые произошли за последний год, связаны с достройкой уже запущенных проектов. В такой ситуации, по словам экспертов, можно ожидать, что конкурентная борьба, которая развернется между крупными гостиничными операторами, в особенности на региональных рынках, будет и за клиентов, и за качественные объекты.

1. *Гостиничные сети: принципы формирования, тенденции рынка, планы развития* // ProОтель. 2008. №4 (10). С.20 – 56.
2. *Охота на девелопера* // Коммерческая недвижимость. 2010. № 22 (151). С.22, 32-34.
3. *Мовсесян А.Г. Транснационализация в мировой экономике*. М.: Изд-во Логос, 2001.
4. *Саак А.Э., Якименко М.В. Менеджмент в индустрии гостеприимства (гостиницы и рестораны)*. СПб: ООО Пултер Пресс, 2007.
5. *Transnational Corporations and the Infrastructure Challenge. World Investment Reports. UN, New York and Geneva, 2005-2008.*
6. *Федеральная служба государственной статистики [Электронный ресурс]. URL: <http://www.gks.ru/i> (дата обращения 25.11.2010)*