

УПРАВЛЯТЬ ПО-РУССКИ

ИНДУСТРИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА РОССИИ ПОЛУЧИЛА НОВЫЙ СТИМУЛ ДЛЯ РАЗВИТИЯ: ПОСЛЕ УХОДА С РЫНКА ЗАРУБЕЖНЫХ ОПЕРАТОРОВ ИХ МЕСТО АКТИВНО СТАЛИ ЗАНИМАТЬ ОТЕЧЕСТВЕННЫЕ УПРАВЛЯЮЩИЕ КОМПАНИИ. В КАКИХ НАПРАВЛЕНИЯХ В БЛИЖАЙШЕЕ ВРЕМЯ БУДЕТ РАЗВИВАТЬСЯ ОТЕЛЬНЫЙ БИЗНЕС, УЗНАВАЛ КОРРЕСПОНДЕНТ BUSINESS GUIDE КИРИЛЛ ОРЛОВ.

Елена Соловьева, директор по продажам компании «СЗ Про-Сервис», говорит, что с прошлого года гостиницы и сегмент сервисных апарт-отелей столкнулись с тремя крупными проблемами. Первая — отмена прямого авиасообщения с большинством стран и фактическое закрытие границ для путешественников из Европы. С другой стороны, начиная с 2020 года показатели внутреннего туризма взмыли вверх. Вторая — остановка работы приложений Booking.com и Airbnb для объектов на территории России. Именно они генерировали большой объем трафика со стороны индивидуальных путешественников. И третья — уход международных гостиничных операторов, как и еще десятка западных компаний, так или иначе связанных со сферой гостеприимства. Как ни странно, но отечественные управляющие компании — это один из самых ярких примеров успешного импортозамещения.

По данным NF Group, в конце 2021 года на территории РФ осуществлял деятельность 21 международный оператор, номерной фонд под их управлением был на 43 тыс. номеров. Часть отелей в 2022 году перешла под собственное управление из-за прекращения сотрудничества с зарубежными управляющими компаниями, некоторые из них сменили название, некоторые продолжили работу под прежним. Так, например, Hyatt Regency Sochi прекратил сотрудничество с брендом и переименовался в Grand Karat Sochi. В 2022 году в Сочи открылся Adagio Le Rond Sochi (международный оператор Accor) в начале 2023 перешел под управление Cosmos Hotel Group и стал первым апарт-отелем в портфеле компании.

По состоянию на май 2023 года в стране действует более 30 российских управляющих компаний с номерным фондом 58 тыс. номеров. В 2022 году крупные российские гостиничные сети Azimut Hotels и Cosmos Hotel Group показали высокую активность на рынке гостиничной недвижимости.

В конце 2021 года в Москве, по данным NF Group, работало 67 отелей (более 16 тыс. номеров) под управлением международных брендов. По состоянию на май 2023 года шесть международных гостиничных операторов прекратили свою деятельность в Москве. 25 отелей с общим номерным фондом 6,5 тыс. номеров перешли под управление российскими компаниями, два из них начали функционировать под брендом Cosmos (Cosmos Paveletskaya и Cosmos Smart Dubininskaya Hotel). 42 отеля продолжают функционировать под международными брендами. В компании отмечают, что уход международных операторов с российского рынка привел к задержке ввода в эксплуатацию новых гостиничных объектов, а также открытию под новыми брендами. Так, например, осенью 2022 года в Москве открылся первый отель китайской управляющей компании Soluxe Hotel Moscow на 340 номеров, ранее планировалось открытие под брендом Crown Plaza. В начале 2023 года открылся отель «Azimut Отель Комсити» на 150 номеров, ранее планировалось открытие под брендом Novotel. В целом по итогам 2022 года уход международных операторов не отразился на количестве гостиничных объектов. При условии сохранении уровня качества сервиса обслуживания в отелях уход международных игроков не должен отразиться на московском рынке гостиничной недвижимости.

ПОПУЛЯРНЫЙ ЦЕНТР Санкт-Петербург сохраняет свои позиции популярного туристического центра. По итогам 2022 года турпоток составил 8,1 млн человек, что на 33% больше результата 2021 года.



В КОНЦЕ 2021 ГОДА НА ТЕРРИТОРИИ РФ ОСУЩЕСТВЛЯЛ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ 21 МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЕРАТОР, НОМЕРНОЙ ФОНД ПОД ИХ УПРАВЛЕНИЕМ БЫЛ НА 43 ТЫС. ЕДИНИЦ

Прирост туристического потока был обеспечен исключительно внутренними туристами, доля иностранных путешественников осталась на уровне 2021 года: 3–4%. Количество туристов продолжит расти, в городе активно развивается туристическая инфраструктура, расширяется событийная программа, формируются точки притяжения, например, «Остров фортов», «Новая Голландия» и «Севкабель Порт».

По данным Nikoliers, в начале 2023 года в Петербурге под управлением международных операторов находилось 6,7 тыс. гостиничных номеров, в то время как в 2019 году этот показатель был на уровне 9,9 тыс. Таким образом, в Северной столице в управлении иностранными компаниями осталась только четверть всего номерного фонда гостиниц категорий «три, четыре и пять звезд» (общий качественный номерной фонд, по подсчетам Nikoliers, — 26,3 тыс. единиц).

В течение 2022 года с российского рынка ушли несколько иностранных компаний, а их отели продолжили работу в Петербурге с новыми названиями и под управлением российских операторов. В частности, сменили вывески гостиницы, ранее находившиеся под управлением британской компании InterContinental Hotels Group: два отеля сети Crowne Plaza, три отеля сети Holiday Inn и апарт-отель бренда Staybridge Suites. Упоминание бренда Sokos в названии потеряли две гостиницы, которым ранее управляла финская компания S-Group: теперь это Palace Bridge Hotel в Биржевом переулке и Vasilievsky Hotel на 8-й линии В.О. Один из отелей американского оператора Marriott International в результате смены владельца был переименован еще в 2021 году и стал River Palace Hotel, в 2022 году к нему присоединились Cort Inn St. Petersburg Hotel & Conference Center (бывший Courtyard by Marriott St. Petersburg Center) и Renartiss

Isaakiy St. Petersburg Hotel (бывший Marriott Renaissance St. Petersburg Baltic Hotel). А гостиница немецкой международной сети Kempinski Hotels превратилась в «Гранд Отель Мойка 22».

Большинство международных брендов работали достаточно давно на рынке России. Фактически они формировали стандарты качества на нашем гостиничном рынке. В начале 2022 года о приостановке деятельности на территории России объявили шесть международных операторов: IHG, Marriott, Hilton, Hyatt, Best Western и Sokos Hotels. На данные управляющие компании приходилось 48,7% предложения качественных гостиниц в России на начало 2022 года.

В большинстве случаев международные сетевые бренды не владеют гостиницами, а только осуществляют управление, поэтому закрытия отелей не произошло. Некоторым владельцам гостиниц удалось привлечь другого качественного оператора. Так, гостиница Marriott International на Павелецкой перешла в управление Cosmos HG и изменила название на Cosmos Paveletskaya Hotel. Аналогично произошел ребрендинг у Holiday Inn Express Paveletskaya, который стал называться Cosmos Smart Dubninskaya Hotel.

БРЕНДЫ УШЛИ, ЛЮДИ ОСТАЛИСЬ «Другие владельцы гостиниц предпочли стать независимыми и сменить только бренд. Например, Ararat Park Hyatt Moscow, убрав название оператора, стал Ararat Park Hotel Moscow. Courtyard by Marriott Moscow City Center теперь можно найти под названием «Отель Арткорт Москва Центр», вместо Holiday Inn Express Baumanskaya на Бауманской улице находится Pana Express Baumanskaya. К концу 2022 года качественный номерной фонд уходящих сетевых гостиниц сократился с 9572 до 7368», —

говорит Евгения Тучкова, заместитель директора департамента консалтинга Nikoliers.

Александр Кравцов, управляющий партнер Fizika Development, рассуждает: «Несмотря на то, что многие крупнейшие отельные сети, такие как Marriott, Hilton и Hyatt, покинули российский рынок, нельзя сказать, что это критично подкосило гостиничную отрасль или сектор сервисных апарт-отелей. Все те стандарты и критерии качества, которые были привнесены на российский и петербургский рынок международными операторами, были переняты, адаптированы, а порой и усовершенствованы отечественным бизнесом. По оценке некоторых экспертов, доля ушедших операторов составила всего 5–7% от общего объема рынка». Он считает, что пока говорить о появлении новых крупных операторах гостиниц рано, но этот сектор развивается.

«В долгосрочной перспективе отсутствие международных сетей повлияет на привлекательность российского направления для иностранцев. Однако стоит отметить, что многие российские девелоперы создают качественные продукты без иностранных брендов. Учитывая, что российские команды обучались и развивались на базе знаний международных операторов, у девелоперов есть все шансы создать новые качественные гостиничные сети», — добавляет госпожа Тучкова.

Генеральный директор компании «МК-Элит» Петр Войчинский более пессимистичен: «Новые операторы вряд ли будут поддерживать сервис на прежнем уровне. Им это не нужно. Российские и китайские туристы менее требовательны и (главное) менее состоятельны, а для обеспеченных путешественников вполне хватит двух-трех отелей уровня „пять звезд“, как это и было в советское время. Успешно выживать будут те, кто научится контролировать издержки». ➔ 54