

УДК 640.4:339.13.017

В.А. Жуков

АНАЛИЗ ГОСТИНИЧНОГО РЫНКА МОСКВЫ

Аннотация. В статье рассмотрены тенденции развития гостиничного рынка г. Москвы, проанализировано состояние гостиничного комплекса столицы, выделены крупные гостиничные сети и сделан PEST-анализ рынка гостиничных услуг в Москве.

Ключевые слова: гостиница, международные гостиничные сети, гостиничные операторы, гостиничный бизнес, номерной фонд, программы лояльности клиентов, классность гостиниц.

Vadim Zhukov

ANALYSIS MOSCOW HOTEL MARKET

Annotation. In the article the tendencies of development of the hotel market in Moscow are considered, the state of the hotel complex of the capital is analyzed, the major hotel chains is highlighted and PEST-analysis of hotel market in Moscow is done.

Keywords: hotel, international hotel chains, hotel operators, hotel business, number of rooms, customer loyalty programs, proficiency hotels.

Последние десять лет российский гостиничный рынок ежегодно рос на 15–20 %. По итогам 2013 г. объем рынка составил порядка 5 млрд долл. США [4].

По имеющимся данным, всего в российской столице 34,4 тыс. гостиничных номеров, 40 % приходится на гостиницы категории «три звезды», 28 % – на «две звезды», 18 % – на «четыре звезды», 8 % – на «пять звезд». Сейчас в Москве 369 гостиниц на 86,4 тыс. мест. До конца 2016 г. планируется построить 154 гостиницы на 31 тыс. номеров, с 2017 по 2025 г. – 210 гостиниц на 58,7 тыс. номеров. К 2025 г. гостиничная сеть увеличится на 167,9 тыс. мест.

Рентабельность гостиниц в регионах составляет 15–20 %, а в Москве 17–25 %. Это почти в 2,5 раза больше, чем в Европе, где аналогичный показатель не превышает 10 % [3].

К ключевым тенденциям развития гостиничного бизнеса в России относятся:

- постепенное насыщение сегментов жилой, офисной и складской недвижимости и приток инвесторов в гостиничный бизнес;
- ускоренное развитие сегмента гостиничной недвижимости в регионах;
- выход на гостиничный рынок инвесторов, не связанных с гостиничным бизнесом;
- увеличение привлекательности многофункциональных объектов для инвесторов;
- создание производств полного цикла российскими туроператорами;
- консолидация гостиничного бизнеса;
- покупка зарубежных гостиниц российскими компаниями и предпринимателями.

По оценке экспертов ВТО, Российская Федерация занимает 15-е место в мировой классификации по посещаемости иностранцами, что составляет 2,5 % мирового рынка въездного туризма [1].

На сегодня наиболее востребованным остается сегмент трехзвездочных отелей, дефицит которых ощущается во всех крупных городах России. Гостиницы в России являются достаточно привлекательным рынком. Доходность бизнеса на этом рынке может достигать 20 % в год и более. Изучение гостиничного рынка на примере города Москвы не случайно, в данном регионе сосредоточены основные транспортные связи, а также объекты национального, мирового культурного и исторического наследия [1].

Согласно официальной статистики, собранной Комитетом по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы, в первом квартале 2014 г. в Москву приехало на 21 % больше иностранцев, чем за тот же период 2013 г. Количество приезжих составило 4,5 млн иностранцев. География приез-

жающих туристов главным образом представлена странами дальнего зарубежья: Германия, Китай, Франция, США, Италия, Турция и Великобритания [3].

Тем не менее, потенциал города и его экономические возможности не использованы в полной мере. Согласно исследованию международного информационного агентства «Euromonitor International», в рейтинге: ТОП–100 туристических городов по посещаемости в 2014 г. Москва занимает 27-е место при этом по их подсчетам ежегодный поток туристов составляет 4 170 000 чел. Британское исследовательское агентство Euromonitor International ежегодно составляет рейтинг популярных у туристов городов. Рейтинг составляется на основе количества туристов, приезжающих в города в течение года [3].

В связи с этим Правительством Москвы были введены стимулирующие меры по повышению туристической привлекательности города. По прогнозам специалистов при успешной реализации данных программ к 2025 г. число туристов увеличится больше чем в три раза и составит 14,8 млн туристов в год [1].

Согласно официальным данным, предоставленным Департаментом культуры города Москвы, в столице расположено более трети всех организаций туриндустрии Российской Федерации. Таким образом, туристические операторы реализуют около трети общего объема туристических услуг. Более того, 36,8 % всех доходов гостиничного хозяйства Российской Федерации сосредоточено в столице. По количеству размещений Москва также занимает лидирующее положение – 17,9 % номерного фонда и 4,3 % всех гостиничных предприятий Российской Федерации [3].

Среди компаний, представляющих своих отели на рынке, большую роль стали играть международные гостиничные сети, постепенно приобретающие популярность и своих клиентов в Москве. Данное утверждение подтверждается отчетом компании EY, изучающей особенности распространения международных гостиничных сетей в России. По их сведениям, с выходом первых компаний под брендом Radisson Славянская, Renaissance Moscow Olympic, Baltshug Kempinski в 1990 г. на российский рынок, темпы развития данного направления значительно возросли. По состоянию на октябрь 2013 г. в России было зарегистрировано около 100 отелей, находящихся под управлением международных сетей [5].

Большая часть данных отелей приходится на Москву и Санкт-Петербург (66 %), а также на Сочи (7 %), Екатеринбург (5 %). Согласно данным, собранным компанией EY в октябре 2013 г. самыми крупными международными сетями в России являются The Rezidor Hotel Group, InterContinental Hotels Group, Marriott International и Accor [5].

Основными крупными игроками на рынке являются гостиничные сети, представленные как зарубежными, так и российскими компаниями. Согласно исследованию, проводимому на гостиничном рынке в России, были выделены десять крупнейших сетей: «The Rezidor Hotel Group», Amaks Hotel Resorts, «ГОСТ Отель Менеджмент», «Marriott International», «InterContinental», «Accor», «Cronwell Hotels & Resorts», «Intourist Hotel Group», «Heliopark Group». Аналогичный отчет был проведен и консалтинговой компанией EY среди зарубежных сетей, представленных на российском рынке по состоянию на октябрь 2013 г., выделены: «The Rezidor Hotel Group» (28 % рынка), «Marriott International» (14 %), «InterContinental» (16 %), «Accor» (13 %), «Starwood Hotels & Resorts» (4 %), «Sokos Hotels» (4 %), Kempinski Hotels (4 %), «Hilton Worldwide» (3 %) [2]. Можно видеть, что по разным данным крупнейшие игроки совпадают, однако списки не являются абсолютно одинаковыми. Это можно объяснить тем, что в первом случае рассматривались все игроки на рынке, во втором же только те компании, которые входят в международные отельные сети. Кроме того, ни в одном из источников не указывался конкретный критерий для определения доли рынка.

Мы будем рассматривать только те сети, которые имеют гостиницы на территории Москвы, так как именно столичный рынок представляет для нас интерес как крупный культурный и бизнес-

центр. В качестве критериев будут использованы: географическое расположение отелей, суммарное количество номеров в сети, уровень гостиницы не ниже 4 звезд, наличие программ лояльности. Применяв данные критерии к международным гостиничным операторам, на наш взгляд, целесообразно выделить пять крупнейших гостиничных сетей на гостиничном рынке Москвы (см. табл. 1).

Для получения информации по данным отельным сетям был проведен анализ официальных сайтов компаний на русском и английском языках с целью анализа отелей, находящихся на территории Москвы. В выбранных отельных сетях мы будем проводить сравнительный анализ отелей одной ценовой категории в пределах от 7000 до 15 000 руб. за стандартный двухместный номер по ценам, данным на сайте Booking.com.

Таблица 1

Сравнительный анализ крупнейших отельных сетей

Название сети	InterContinental	Marriott International	The Rezidor Hotel Group	Accor Group	Starwood Hotels&Resorts
Общий номерной фонд отелей сети	2434	1868	1724	1692	756
Отели, входящие в сеть	InterContinental : Moscow – Tverskaya; Crowne Plaza : Moscow – World Trade Centre; Holiday Inn : Moscow – Lesnaya; Holiday Inn : Moscow – Simonovsky; Holiday Inn : Moscow – Sushevsky; Holiday Inn : Moscow – Sokolniki; Holiday Inn : Moscow – Vinogradovo	Marriott Grand Hotel; Marriott Royal Aurora Hotel; Marriott Tverskaya Hotel; The Ritz-Carlton; Renaissance Moscow Monarch Center Hotel; Courtyard Moscow City Center; Courtyard Moscow Paveletskaya	Radisson Royal Hotel; Radisson Blu Belorusskaya Hotel Park Inn by Radisson; Park Inn by Radisson Odintsovo; Park Inn by Radisson, Sheremetyevo Airport; Radisson Slavyanskaya Hotel and Business Centre	Mercure Arbat; Mercure Moscow Paveletskaya; Aparthotel Adagio Moscow Paveletskaya; Ibis Paveletskaya; Ibis Moscow Centre Bakhrushina; Novotel Center; Novotel Moscow City; Novotel Sheremetyevo Airport	Hotel National; Sheraton Palace Hotel; Sheraton Moscow Sheremetyevo Airport Hotel
Программы лояльности отельных сетей	«IHG Rewards Club	Marriott Rewards	Club Carlson	Le Club Accorhotels	Starwood Preferred Guest
Географическое расположение	Москва, центр	Москва, центр	Москва, центр, аэропорт	Москва, центр, аэропорт	Москва, центр, аэропорт
Классность отелей	4–5 звезд	4–5 звезд	4–5 звезд	4–5 звезд	4–5 звезд

Проведем PEST-анализ на рынке гостиничных услуг в Москве. События, указанные в каждой группе факторов, были выделены после анализа важнейших изменений в каждой сфере в таких источниках, как портал РБК, сайт Комитета по туризму и гостиничному хозяйству города Москвы, отчет компании ЕУ по международным отельным брендам. Для экспертной оценки факторов было проведено интервью с менеджером по проектам компании «Ассог» Дмитрием Пакутиным (см. табл. 2).

Таблица 2

Проведение PEST-анализа рынка гостиничных услуг в Москве

Группы факторов	События/ факторы	Опасность (-) / Возможность (+)	Вероятность события (0–100 %)	Значимость/ Влияние на компанию (от 1 до 5)	Итоговая оценка
Политические	1. Осуществление государственной программы «Развитие индустрии отдыха и туризма на 2012–2016 гг.»	+	60	3	1,8
	2. Проведение событий международного значения в России: (Гонка Формула 1 в Сочи в 2014 г.; Чемпионат мира по футболу в России в 2018 г. (FIFA WorldCup))	+	95	5	4,75
	3. Нестабильная политическая обстановка	-	50	3	-1,5
Экономические	1. Сезонность в колебании спроса на гостиничные услуги	-	90	4	- 3,2
	2. Слабый рост ВВП за 2013 г. на 1,3 %	-	100	3	- 3
	3. Выделение бюджетных средств на развитие сферы туризма	+	50	2	1
	4. Нестабильна экономическая ситуация в стране	-	70	3	- 2,1
Социальные	1. Имидж Москвы на мировом туристическом рынке как интересного, но небезопасного города	-	60	4	- 2,4
	2. Низкий уровень английского у россиян (согласно исследованию «Индекс EF 2013» Россия входит в группу стран с низким уровнем языка[30])	-	60	2	- 1,2
	3. Закрытый менталитет россиян, отсутствие отзывчивости к незнакомцам в России	-	60	2	-1,2

Окончание таблицы

Группы факторов	События/ факторы	Опасность (-) / Возможность (+)	Вероятность события (0–100 %)	Значимость/ Влияние на компанию (от 1 до 5)	Итоговая оценка
Технологические	1. Низкий уровень инноваций	-	80	2	-1,6
	2. Развитие современных технологий для строительства быстровозводимых зданий	+	80	1	0,8
	3. Рост покрытия города 3G сетями	+	90	1	0,9

Проведя анализ, можно отметить, что при наличии благоприятных политических условий, создаваемых государством путем внедрения специальной стимулирующей политики, существуют некоторые отрицательные экономические и социальные факторы, влияние которых также стоит учесть. К ним можно отнести негативное представление о России и ее жителях у иностранных туристов, подтвержденное обсуждениями на форумах отельных сетей, а также отзывами на таких сайтах, как Booking.com и Tripadvisor.

Политические факторы в большей степени характеризуются довольно сильным положительным влиянием организации событий международного значения в России. В частности, это может увеличить туристический поток в страну, а следовательно, и спрос на гостиничные услуги, что не может не затронуть Москву как главный транспортный узел авиа- и железнодорожных путей сообщения, а также как одну из площадок проведения Чемпионата мира по футболу в 2018 г. Меняющаяся политическая обстановка в мире является негативным фактором по отношению к развитию туризма в стране, так как создает негативный имидж страны. Однако, по мнению эксперта, данный фактор с большой долей вероятности не будет влиять на гостиничный рынок Москвы, что позволяет сделать общий вывод о благоприятной политической обстановке на рынке гостиничного бизнеса.

Неспокойная экономическая обстановка не в полной мере оказывает влияние на деятельность отелей, однако имеет значение при формировании кадровой политики отелей и взаимоотношениях с поставщиками гостиниц. Гостиничному бизнесу присуще и сезонность спроса, однако в России, и в частности в Москве, проблема стоит особенно остро из-за климатических условий. Частично оно может компенсироваться сезонным распределением потоков по целям поездки. Программа развития туризма в Москве предполагает наибольшее развитие направлений «с июня по август, в декабре–январе, а также на выходные и праздничные дни» [2]. Нестабильная экономическая ситуация в стране и низкий уровень ВВП оказывают негативное влияние, которое действует постоянно и на которое отдельная компания повлиять не сможет. Инвестиции государства в данном случае могли бы сделать отрасль более привлекательной, однако, по мнению Дмитрия Паскутина, вероятность государственной помощи конкретной отельной компании маловероятна. В связи с этим, с точки зрения экономических факторов, ситуация на рынке гостиничных услуг является довольно нестабильной и не очень благоприятной.

В данном случае влияние технических факторов не так существенно, так как выбранная отрасль не основывается в большей степени на новейших разработках, а перенимает опыт западных компаний, добавляя новые решения, применимые для российской действительности. Поэтому влияние внедрения технологических новшеств или отсутствие инноваций является относительно незначительным. Социальные факторы показывают в целом не очень благоприятную тенденцию для разви-

тия туризма, выражающуюся в низком уровне знания английского языка среди населения, имиджа небезопасного места для проведения туристических поездок, однако данные факторы не являются основополагающими. Интерес к России со стороны иностранных туристов возрастает за счет экзотичности и не изученности данного направления. В целом обстановку на рынке гостиничного бизнеса в России можно назвать благоприятной и обладающей потенциалом для развития, однако для увеличения вероятности успешного завершения принятых программ стимуляции, необходимо произвести ряд преобразований в социальной сфере, в частности проводить социальные работы и программы для повышения уровня английского языка в стране, а также улучшении имиджа страны на международной арене.

Библиографический список

1. Жукова, М. А. Процесс формирования международных гостиничных сетей на российском рынке / М. А. Жукова // Вестник Университета (Государственный университет управления. – 2011. – № 12. – С. 14–17.
2. Гостиницы под управлением международных операторов в России–2015 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://welcome.mos.ru/statistika_i_analitika/other-analytical-materials/ (дата обращения : 07.05.2015).
3. Обзор гостиничного рынка Москвы за 2 квартал 2014 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://welcome.mos.ru/statistika_i_analitika/other-analytical-materials/ (дата обращения : 07.05.2015).
4. Обзоры гостиничного рынка г. Москвы [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://welcome.mos.ru/statistika_i_analitika/reviews-of-the-hotel-market-of-moscow/ (дата обращения : 07.05.2015).
5. Рынок гостиниц класса «люкс» Москвы и Санкт-Петербурга [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://welcome.mos.ru/statistika_i_analitika/other-analytical-materials/ (дата обращения : 07.05.2015).