



### Мировой лидер по количеству номеров не спешит в Россию

Международная исследовательская компания MKG Hospitality составила рейтинг гостиничных сетей, согласно которому мировым лидером по количеству номеров является компания Best Western, в России совсем не представленная. Из первой пятерки в нашей стране присутствуют три бренда - Holiday Inn, Marriott и Hilton, но называть их лидерами российского рынка эксперты не спешат. По количеству номеров местные сети наступают им на пятки, а некоторые из них даже опережают.

По данным исследования MKG Hospitality под названием Global Hotel Brand 2009, первое место по количеству отелей (4032 на начало 2009 года) и номеров (305,4 тыс.) заняла сеть Best Western. На втором месте расположилась Inter-Continental Hotels Group с брендом Holiday Inn (1353 отеля и почти 250 тыс. номеров), на третьем - компания Choise с сетью Comfort Inns&Comfort Suites (2550 гостиниц и более 196 тыс. номеров). Четвертый игрок - Marriott International (531 отель и 193 тыс. номеров), пятый - Hilton (521 отель и 186 тыс. номеров).

В России двое игроков из первой пятерки неизвестны. Inter-Continental управляет восемью гостиницами в стране под брендами Holiday Inn и Crowne Plaza (в глобальном рейтинге эта сеть занимает 17-е место с 349 отелями), номерной фонд составляет 2,7 тыс. Marriott International управляет в России девятью отелями под брендами Marriott, Ritz-Carlton и Renaissance, общий номерной фонд - 2,3 тыс., Hilton управляет всего двумя одноименными отелями, номерной фонд не превышает 400 комнат.

Лидером по количеству гостиниц и номеров в России является компания Amaks (11 одноименных и небрендовых отелей, 4 тыс. номеров), за ней следуют Azimuth Hotels Company (восемь отелей «Азимут», 3,3 тыс. номеров) и "Интурист" (десять отелей на 2406 номеров). Из иностранных игроков лидирует Rezidor, у которого десять отелей под брендами Park Inn и Radisson, а номерной фонд достигает 3,7 тыс.

Большую разницу между мест-ным и глобальным рейтингами эксперты объясняют тем, что многие транснациональные компании пока боятся активно развиваться на российском рынке, а кризис еще сильнее отдалил их планы по экспансии. "Западные операторы не очень довольны уровнем управления в России, поэтому предпочитают самостоятельно управлять тем, что строится. Именно поэтому в России нет сети, занявшей первое место в рейтинге, - Best Western. Эта компания развивается исключительно по франчайзингу", - объясняет вице-президент Федерации рестораторов и отельеров Вадим Прасов.

Однако местным игрокам не стоит расслабляться. "Кризис приостановил экспансию в Россию, но интерес не исчез. Практически все крупные региональные центры - благодатная почва для развития международных сетей", - считает генеральный директор компании Azimuth Hotels Company Александр Гендельсман. Он напоминает, что о желании выйти на российский рынок в 2009 году заявляла компания Four Seasons, запланировавшая в конце года открыть отель Four Seasons St.Petersburg на 183 номера. InterContinental также планирует активно развиваться в ближайшие годы в России, несмотря на кризис.

**ДАРЬЯ ЧЕРКУДИНОВА**