

Алексей Карелов: традиционные отели Москвы – новый виток развития

■ БЕСЕДОВАЛ: АНДРЕЙ МЕЩЕРЯКОВ ■

АО «ГОСТИНИЧНАЯ КОМПАНИЯ» – ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ УПРАВЛЯЮЩАЯ КОМПАНИЯ, ПОД УПРАВЛЕНИЕМ КОТОРОЙ НАХОДИТСЯ 11 ИЗВЕСТНЫХ ГОСТИНИЦ МОСКВЫ. ОДИН ИЗ ЛИДЕРОВ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ СТОЛИЦЫ, КОМПАНИЯ ПЕРВОЙ В МОСКВЕ НАЧАЛА ОБЪЕДИНЯТЬ СВОИ АКТИВЫ С ЦЕЛЬЮ СОЗДАНИЯ КРУПНЕЙШЕГО ГОСТИНИЧНОГО ХОЛДИНГА, СПОСОБНОГО РАБОТАТЬ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОЙ КОНКУРЕНЦИИ. ЕЕ ДОЛГОСРОЧНАЯ СТРАТЕГИЯ ОРИЕНТИРОВАНА НА ДОСТИЖЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРИ ВЫСОКОМ КАЧЕСТВЕ ОБСЛУЖИВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ СВЕРХГИБКОЙ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ. В БЕСЕДЕ С КОРРЕСПОНДЕНТОМ «СТОЛИЧНОГО СТИЛЯ» ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КОМПАНИИ АЛЕКСЕЙ КАРЕЛОВ РАССКАЗАЛ О СПЕЦИФИКЕ И ПЕРСПЕКТИВАХ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

– Алексей Борисович, как была образована «Гостиничная компания»?

– «Гостиничная компания» создана в декабре 2009 года на основании распоряжения правительства Москвы с целью обеспечения содействия развитию гостинично-туристской отрасли столицы. «Гостиничная компания» объединила перспективные активы гостиничной отрасли среднеценового и экономсегмента – более 4 тысяч номеров в гостиничных объектах, построенных в 1950-х годах и возведенных к Олимпиаде-80. Также в «Гостиничную компанию» был передан ранее созданный правительством Москвы холдинг ГАО «Москва»,

в 2013 году вновь созданный гостиничный холдинг перешел в группу банка ВТБ. В январе нынешнего года АО «Гостиничная компания» получило статус управляющей компании.

В неоднородности объектов и номерного фонда, который представлен и качественными современными номерами высшей категории, и функционально устаревшими номерами, мы видим как основную сложность проекта, так и основной его потенциал. Единая профессиональная управляющая компания позволяет наиболее эффективно использовать возможности фонда и развивать единые стандарты качества.

Созданная структура, на наш взгляд, очень правильное и своевременное решение акционера. Централизация функций – системы учета, юридическое сопровождение, бронирования, закупок, продаж и маркетинга – оптимизирует затраты каждой гостиницы. Также открываются более широкие возможности в продвижении гостиниц на рынке.



– Какие условия размещения предлагает «Гостиничная компания»?

– Все наши гостиницы были классифицированы в 2015 году, всем присвоена различная «звездность». Получение звезд – это долгий процесс, которым занимается экспертная комиссия при департаменте туризма России. Требования российской системы классификации, разработанные Министерством культуры РФ, очень высокие, поэтому присвоение даже 2–3 звезд для российских отелей означает очень серьезное качество услуг.

У гостиниц «Гостиничной компании» есть и такая особенность – разные корпуса одной и той же гостиницы

могут иметь разное количество звезд, как, например, в гостинице «Останкино» (категория «две звезды») два здания из трех – это общежития, которые относятся к другой категории средств размещения.

– Какие параметры обеспечивает «звездность»?

– Наличие ресторана, а еще лучше – ресторана с выходом на улицу, завтраков – в формате «шведский стол» или континентальный, в 4-звездочных гостиницах обязательно должны быть пункт обмена валюты, фитнес-центр... Общий перечень требований содержит свыше ста пунктов, учитывающих даже размеры зеркал в номерах. И если выполняется менее 80% этих требований, то звезды вообще не присваиваются.

– Какие ваши гостиницы наиболее популярны у туристов?

– Каждый отель имеет множество собственных лояльных клиентов. Различные типы номеров отвечают самым различ-

ным требованиям к размещению по оснащению и цене, по расположению и близости к туристическим местам. В текущей рыночной ситуации, прежде всего, популярны, отдельные гостиничные номера среднего ценового сегмента – номера категории «стандарт» и «комфорт». Также очень популярны современные варианты размещения в номерах «эконом» и хостелах.

Отдельные гостиницы предлагают широко распространенные ранее блочные номера. По российским требованиям в гостинице допускается не более 50% таких номеров, поэтому мы осуществляем их реновацию, переоборудуя под классический стандарт.

Хотелось бы обратить внимание на самые бюджетные номера, которые предлагаются в гостинице «Останкино», с размещением 4–6 человек в номере. Очевидным преимуществом такого размещения является низкая цена, в среднем 250 руб. за место. Такая цена для проживания в Москве в семи минутах от станции метро «Владыкино» – очень интересное предложение. На договорных условиях мы размещаем группы учащихся, работников различных компаний. Многоместные номера выгодны, например, строительным компаниям и любым крупным предприятиям, временно приглашающим работников.

– Насколько велики затраты на реконструкцию гостиниц?

– Реконструкция требует немалых вложений, к тому же это длительный процесс. Полностью закрыть гостиницу на ремонт слишком затратно, поэтому мы проводим их реновацию поэтапно, закрывая различные отсеки.

В ближайших планах очень интересный проект – реконструкция восьмого корпуса гостиницы «Алтай» в гостиницу экономкласса «Холидей Инн Экспресс», соответствующую двум звездам в международной классификации.

– Кто основные постояльцы ваших гостиниц?

– В основном это россияне и жители стран СНГ, иностранцев около 3%. Мы активно работаем с регионами – привлекаем приезжающие в столицу детские спортивные школы и танцевальные ансамбли. Чтобы увеличить число наших клиентов, посещаем туристические форумы и ярмарки в региональных городах. В конце июня сотрудники «Гостиничной компании» организуют в Брянске крупное мероприятие для туроператоров из разных областей России.

Наша политика заключается в том, чтобы предоставлять нашим партнерам максимально выгодные условия и помогать развивать малый и средний туристический бизнес в регионах.

Стараемся творчески подходить к созданию преимуществ. Например, недавно подписанный договор с океанариумом на ВДНХ позволяет гостям гостиниц, родителям с детьми, получать скидку на посещение шоу.

Мы предлагаем региональным туроператорам включать Москву в пакетные туры в качестве обязательного транзитного города с размещением на льготных условиях, создавать туры в столицу на выходные. Это служит и развитию гостиничной отрасли, и развитию внутреннего туризма. Москва – это город, который можно посещать многократно и бесконечно узнавать новое.

– В основном вы делаете ставку на организованный групповой туризм?

– Не только, хотя планировать количество индивидуально приезжающих туристов очень сложно. Но постепенно мы добились того, что у нас во всех гостиницах порядка 50% номеров бронируются заранее. В этом большой плюс, поскольку мы знаем, что выполним минимальные требования бюджета и это поможет грамотно определить потребность в трудовых ресурсах. Если говорить о групповом туризме, то «Гостиничная компания» в обязательном порядке принимает участие в конкурсах на заключение договоров с учреждениями, размещающими группы сотрудников или участников событий в Москве. Отдельные гостиницы могут размещать 1000 человек одновременно и очень конкурентоспособны на этом поле.

– Основной показатель эффективности вашей работы – это заполняемость номеров?

– Традиционно основных показателей три: это процент заселения гостиницы, средневзвешенная цена и средняя доходность номера, так называемый RevPar. Для каждого туристического сезона мы формируем свой диапазон цен, которые могут повышаться или понижаться в зависимости от конъюнктуры рынка, которую мы отслеживаем в ежедневном режиме. Наши цены выгодно отличаются от цен конкурентов в данном сегменте. В гостиницах нашей сети средняя цена проживания – 1 тыс. руб. за человека в сутки. То есть приличный двухместный номер обойдется всего в 2 тыс. руб. в сутки. Кроме этого, всегда есть специальные скидки по акциям, выгодные тарифы.

– Учитываете ли вы риски электронного бронирования, когда клиент вправе отменить свой заказ?

– Рисков избежать невозможно, другое дело, что есть методы, которые могут свести их к минимуму. Существует, например, так называемый невозвратный тариф, который успешно практикуется во всем мире. Чем раньше человек бронирует номер, тем его цена ниже.

– Какая заполняемость гостиниц считается хорошей?

– Порядка 75%. В зависимости от сезона фактическая заполняемость гостиниц в Москве составляет 60–70%. У нас в текущем году неплохие показатели – заполняемость отелей «Гостиничной компании» около 70%, что подтверждает правильность наших действий и выбранной стратегии.

– Способствуют ли бизнесу городские фестивали и другие массовые мероприятия, которые проводятся в Москве?

– Безусловно, сегодня туристы специально приезжают в Москву, чтобы побывать на городских праздниках, а для нас это еще одна возможность развивать наш бизнес. Стараемся обеспечить людям комфортные условия проживания, хорошее питание и внимательное отношение со стороны персонала. Особая привлекательность наших гостиниц – отличная доступность, все они размещены близко к станциям метро. И даже при небольшом удалении мы предлагаем гостям бесплатный трансфер в гостиницу.

Наша цель сегодня – развивать бизнес, максимально удовлетворяя все запросы гостей к качеству сервиса. Не теряя традиционного гостеприимства, двигаться к современным технологиям размещения. Приглашаем ваших читателей к сотрудничеству в сфере гостеприимства в городе Москве. ■