

I полугодие 2022 г.

Гостиничная недвижимость

Россия | Санкт-Петербург

Таблица 1
Основные индикаторы рынка
гостиничной недвижимости

Источник: Nikoliers

	П1 2019	П1 2020	П1 2021	П1 2022
Качественный номерной фонд, количество номеров	23 111	23 448	26 095*	26 310
Уровень загрузки, %	65	27	53	49
Средняя цена продажи номера (ADR, не вкл. завтрак и НДС), руб./сутки	6 314	4 553	5 194	5 352
Доход на номер (RevPAR), руб./сутки	4 129	1 222	2 579	2 799

* Объем предложения был скорректирован в 2021 г.

Предложение

С начала 2022 г. качественный номерной фонд классических гостиниц Санкт-Петербурга пополнился на 215 номеров в объектах небольшого формата категории «четыре звезды».

Несмотря на закрытие ряда международных направлений из-за геополитической ситуации, внутренний спрос на Санкт-Петербург достаточно высокий. Качественные объекты бутикового формата могут быть интересны потенциальным российским туристам, которые ценят камерность и безопасность.

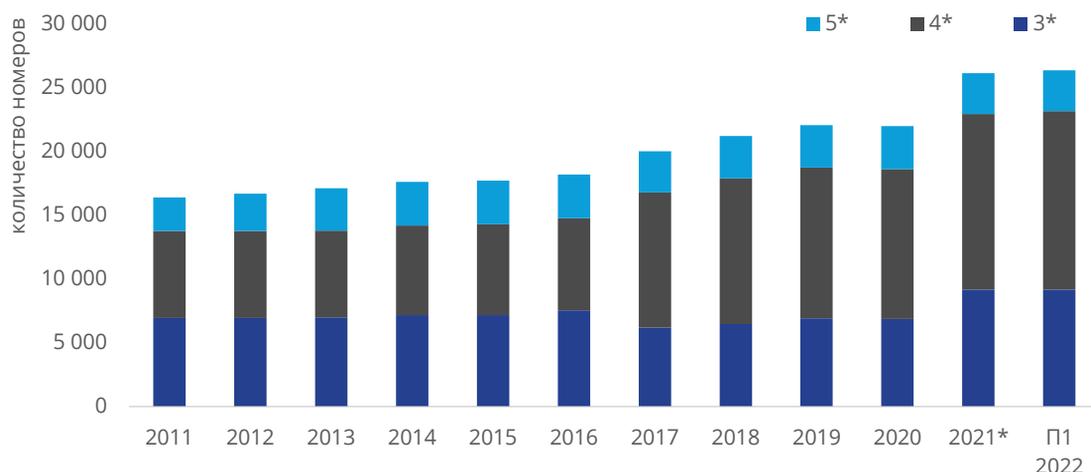
С другой стороны, в крупных объектах сохраняется тренд на частичную консервацию номерного фонда, позволяющую гостиницам оптимизировать издержки на содержание объектов и сохранить доходность на фоне неполной загрузки.

Безусловно, гостиничной отрасли, особенно действующим отелям, необходима поддержка государства. Среди наиболее востребованных мер — обнуление НДС, субсидирование процентных ставок по кредитам.

На фоне ограничений выездного туризма внутренний туристический рынок России переживает новую волну развития. Гостиничный рынок — это сегмент, в котором не спрос рождает предложение, а предложение стимулирует спрос. Поэтому активное создание и улучшение туристической инфраструктуры, появление интересных и разнообразных концепций способствует притоку туристов.

Таблица 2
Новые объекты, 2021 г.
Источник: Nikoliers

Категория	Название	Адрес	Номерной фонд
4*	GLINZ Hotel by Ginza Project	Казарменный пер., 2/42	30
4*	Kostas	ул. Профессора Ивашенцова, 2а	136
4*	«Оболенский»	ул. Пестеля, 1/12	49

График 1
Динамика качественного предложения на рынке
Источник: Nikoliers

Основные итоги туристической отрасли

В первой половине текущего года город посетили около 3,8 млн путешественников. Количество иностранных туристов составило порядка 130 тыс. человек, что на 62% выше по сравнению с аналогичным периодом 2021 г. Показатель все еще находится на критично низком уровне, а положительная динамика напрямую связана с низкой базой прошлого года из-за ограничений, связанных с распространением пандемии.

Закрытие авиасообщения по ряду международных и внутренних направлений на фоне напряженной геополитической ситуации привело к тому, что в России третий год подряд доминирующим остается внутренний туризм. По данным комитета по туризму наибольшее число путешественников приезжали в Санкт-Петербург из Москвы и Московской области, а также Северо-Западного, Приволжского, Центрального и Южного федеральных округов.

Самая большая проблема в условиях санкций и повышенного спроса россиян на внутренний туризм связана с низкой доступностью отдыха. Однако, для Санкт-Петербурга закрытие европейских направлений и возросший интерес к внутреннему туризму оказывают положительное влияние, притягивая платежеспособный спрос, не имеющий возможность выехать за границу.

Также закрытие ряда российских аэропортов привело к сокращению посещаемости юга, что оказывает положительное влияние на другие направления - Санкт-Петербург в этом случае также выступает транзитной точкой при поездках, к примеру, в Карелию и Мурманскую область.

По итогам года город может принять 6-7 млн туристов, если удастся хотя бы частично восстановить международный туризм. До пандемии Китай, страны Ближнего и Среднего Востока, страны СНГ и Латинской Америки давали более половины турпотока из-за границы.

График 2
Турпоток в Петербург
Источник: Комитет по туризму



ЕВГЕНИЯ ТУЧКОВА
Заместитель директора
департамента консалтинга Nikoliers

На фоне ограничений выездного туризма внутренний туристический рынок России переживает новое развитие. Ситуация отличается от региона к региону. Например, в курортных направлениях, где исторически доля иностранных гостей была невелика, гостиничная отрасль не испытывает особых сложностей даже с учетом ухода некоторых международных брендов. А в регионах, где доминирующую долю турпотока составляли иностранцы и деловые туристы, есть определенные сложности. В основном, их испытывают даже такие крупные города, как Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Владивосток, Калининград.

Лето и бархатный сезон будут успешными для всех регионов России. Интересно проследить, что будет происходить в середине осени, когда традиционно начинается сезон деловых мероприятий. На фоне отсутствия иностранных туристов именно MICE-индустрия пострадала больше всего.

Уровень заполняемости и ценовая политика гостиничных объектов

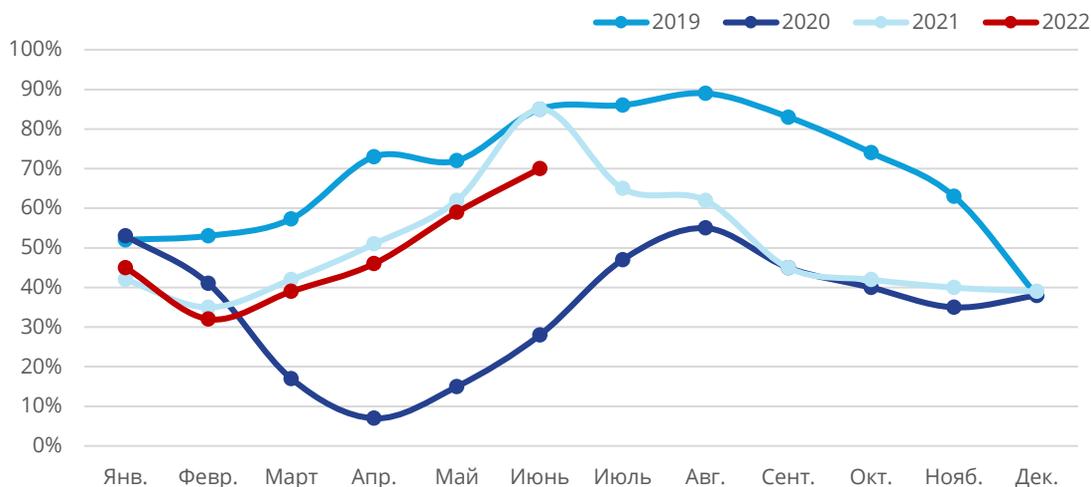
Бенефициарами внутри страны в 2022 г. стали пляжный, горнолыжный, рекреационный, экскурсионный и гастрономический туризмы.

Несмотря на практически полное отсутствие потока иностранных туристов, Санкт-Петербург как культурная столица очень привлекательна для внутреннего туризма. По итогам I полугодия 2022 г. уровень загрузки составил 49%, что ниже показателя за аналогичный период 2021 г. (-4 п. п.).

Наибольший уровень загрузки наблюдался в гостиницах среднего ценового сегмента, ориентированных на внутренний спрос — объектах категории 3* и 4* (54 и 52% соответственно).

В то же время загрузка отелей категории 5* больше всего пострадала из-за снижения туристического потока из-за рубежа и сокращения делового туризма (26%). Во время пандемии активность MICE-индустрии в крупных городах сократилась в среднем на 40–60%. Отмена крупных международных событий на фоне геополитической ситуации ожидаемо приведет к сдерживанию числа иностранных гостей.

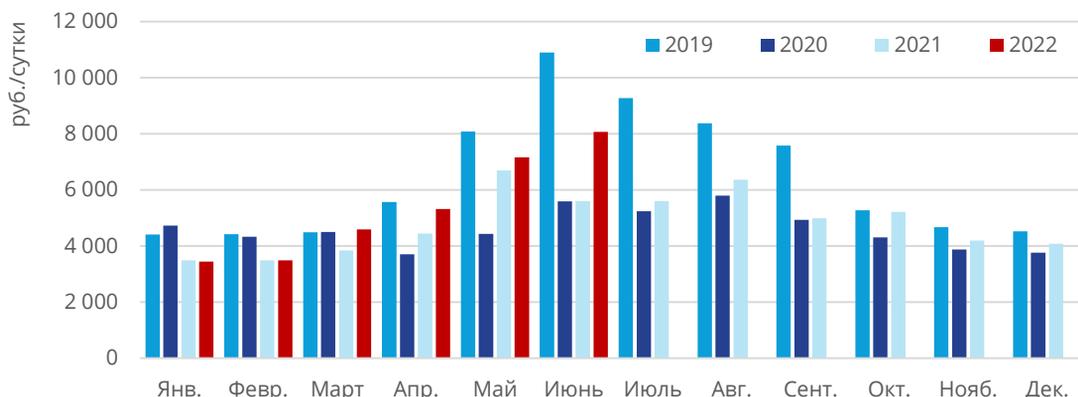
График 3
Динамика среднего уровня загрузки качественных отелей
Источник: Nikoliers



Значение ADR по итогам I полугодия 2022 г. осталось на уровне показателя аналогичный период 2021 г.: в среднем тариф по итогам года повысился всего лишь на 3%, до 5 352 руб./номер/сутки (не вкл. завтрак и НДС), и все еще остается ниже показателя 2019 г. (-15%).

RevPAR, показал повышение на 8,5%, до 2 799 руб./номер/сутки за счет повышения стоимости размещения и позитивного результата загрузки с началом сезона в городе в мае. Однако, показатель все еще значительно ниже показателя 2019 г. (-15%).

График 4
Средняя цена продажи номера (ADR, не вкл. завтрак и НДС)
Источник: Nikoliers



Основные события и тенденции на рынке

Туризм — одна из наиболее чувствительных к мировому фону сфер. Восстановление отрасли в России после пандемии замедлилось на фоне геополитической ситуации — санкционного давления и закрытия воздушного пространства в Европе.

Уход международных брендов.

Ряд международных игроков с начала года заявили о своем уходе с российского рынка. Среди них - британская компания InterContinental Hotels Group (IHG), американская Marriott International, финская S-Group. Их отели постепенно переходят к российским операторам и продолжают работу.

Фактически международные бренды формировали стандарты качества на российском гостиничном рынке. Их уход, прежде всего, повлияет на ценовую политику отелей, ведь стоимость бренда и соответствующая статусность присутствует в любом продукте. В долгосрочной перспективе отсутствие международных сетей повлияет на привлекательность направления для иностранцев. Однако, многие российские девелоперы уже создают качественные продукты без участия иностранных брендов. Учитывая, что российские команды обучались и развивались на базе знаний международных операторов, у девелоперов появляется «окно возможностей» для создания новых качественных гостиничных сетей.

Повышенный инвестиционный интерес к гостиничному сегменту.

Гостиничная недвижимость обладает гибкостью, которая в долгосрочной перспективе защищает инвестиции от инфляционных колебаний и приносит стабильный доход. Многие российские компании сейчас заинтересованы в увеличении своего номерного фонда, или покупке компаний, владеющих или управляющих качественными городскими отелями. Таким образом компании усиливают свои компетенции наработанными стандартами международных игроков и получают в портфель отели, в большинстве случаев уже хорошо известные на рынке, от чего смена названия незначительно отразится на потенциальном спросе со стороны гостей. Если в рамках сделки новые владельцы получают готовый бизнес управляющей компании, остается только инвестировать в маркетинг и продвижение нового бренда.

Приостановка работы сервиса Booking.com.

Отели, ориентированные на корпоративных клиентов и турагентств, не ощутили падение спроса из-за ухода Booking.com. Вместе с тем, индивидуальные российские путешественники смогли достаточно легко перестроиться на другие системы бронирования, не столь популярные ранее. В большей степени приостановка работы Booking.com повлияла на частный сектор и апартаменты.

Рекреационная недвижимость набирает обороты.

Ключевыми тенденциями на данном рынке можно назвать стремительное развитие туристической инфраструктуры, освоение новых районов для размещения, открытие новых туристических локаций (глэмпингов, экотроп и так далее). В целом рынок стремится к развитию, поскольку с появлениями трудностей путешествий за рубеж, возник спрос на качественный отдых внутри страны.

В перспективе нескольких лет мы ожидаем появления нового формата рекреационной недвижимости – condo resorts. Это загородный проект, предлагающий инфраструктуру для отдыха и продающийся лотами частным инвесторам. За счет такого способа реализации экономика проекта становится более привлекательной для девелоперов по сравнению со строительством классических загородных отелей, а ориентация на инвесторов предполагает необходимость полноценного отельного управления и внедрения доходных программ. На фоне роста туристической отрасли мы ожидаем, что у таких проектов будет большой потенциал.

Классические гостиницы начинают активно конкурировать с рынком апарт-отелей.

Сейчас на рынке апарт-отелей Петербурга действует 22 комплекса сервисных апартаментов, в которых размещено более 13 тыс. юнитов. Количество сертифицированных апарт-отелей, номера в которых находятся в управлении квалифицированных управляющих компаний, динамично растет. На данный момент на них приходится почти половина от объема рынка, или 5,4 тыс. лотов. Доминируют апарт-отели «три звезды» — 60%, или 3,2 тыс. лотов. На апарт-отели «четыре звезды» приходится более 25%, или 1,4 тыс. апартаментов. Остальные объекты имеют сертификат «без звезд». Объемы предложения на рынок выходят достаточно большие - до конца года будет сдано в эксплуатацию еще около 12,5 тыс. апартаментов.

Апартаменты теперь конкурируют с отелями не только по количеству номеров, но и по основным локациям деловой активности, а также уровню сервиса. В 2022 году на рынке появился первый апарт-отель «4 звезды» под управлением международного бренда - Ramada Plaza by Wyndham Saint Petersburg в комплексе VALO. Еще один отель Ramada Encore(R) by Wyndham Saint Petersburg должен открыться осенью в составе сети Vertical.

Контакты

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ КОНСАЛТИНГ

Евгения Тучкова
Заместитель директора
+7 812 718 3618
Evgenia.Tuchkova@Nikoliers.com

ИССЛЕДОВАНИЯ

Вероника Лежнева
Директор
+7 495 172 2718
Veronika.Lezhneva@Nikoliers.com

МАРКЕТИНГ И PR

Ольга Бакулина, MSIM
Региональный директор
+7 495 172 2718
Olga.Bakulina@Nikoliers.com

Алина Базаева
Старший аналитик
+7 812 718 3618
Alina.Bazaeva@Nikoliers.com

Анна Сабинина
Директор, Санкт-Петербург
+7 812 718 3618
Anna.Sabinina@Nikoliers.com



www.nikoliers.ru



123112 Москва

Пресненская наб., 10
БЦ «Башня на Набережной», Блок С, 52 этаж
Тел. +7 495 172 27 18
moscow.news@nikoliers.ru

191186 Санкт-Петербург

Волынский пер., д. 3
БЦ «Сенатор»
Тел. +7 812 718 36 18
spb.reception@nikoliers.ru

Copyright © 2022

Данный отчет является общим исследованием рынка недвижимости и основан на собственных или предоставленных нам материалах, которые мы принимаем как достоверные. Мы полагаемся на их точность, полноту и согласованность, и не проводим дополнительных исследований для подтверждения указанных данных, а также не принимаем на себя ответственность за любые неточности или ошибки. Мы будем признательны, если Вы сообщите нам о таких ошибках для оперативного редактирования информации. Nikoliers не несет никакой ответственности за ущерб или убытки, возникшие по причине неточностей или некорректности информации, содержащейся в данном отчете.