

ДОХОДНОСТЬ НА ГОСТИНИЧНЫЙ НОМЕР В ГОРНОМ И ПРИМОРСКОМ КЛАСТЕРАХ ВЫРОСЛА БОЛЕЕ ЧЕМ В 1,5 РАЗА

Компания JLL проанализировала результаты I квартала 2016 года на рынке качественных гостиниц¹ прибрежного и горного кластеров Сочи.

Зимний сезон 2016 года оказался очень успешным для гостиниц горного кластера: 7 из 10 номеров были заняты в отелях Красной Поляны в I квартале (рис. 1, 2).

По словам Татьяны Веллер, руководителя департамента гостиничного бизнеса компании JLL, второй год подряд отели в горных курортах Сочи наращивают загрузку в январе-марте не менее чем на 10 процентных пунктов (п.п.), и в этом году они приблизились по заполняемости к показателям альпийских гостиниц, где в высокий сезон стандартная загрузка на основных курортах составляет порядка 80%. Что касается среднего тарифа, то в 2016 году установлен абсолютный рекорд: в среднем за квартал ADR достиг примерно 8,7 тыс. руб., а в январе и феврале составлял почти 10 тыс. руб. Доходность на номер (RevPAR) по сравнению с прошлым годом выросла почти на 54% и более чем вдвое превысила показатель олимпийского сезона 2014 года.

Гостиницы в прибрежном кластере также пользовались популярностью: загрузка в I квартале здесь увеличилась на 8,7 п.п. по сравнению с предыдущим годом – до 41%, а в марте составила почти 50%. Это положительный результат для отелей приморской курортной зоны в традиционно низкий зимний сезон. Тариф в среднем за квартал вырос более чем на 1 тыс. руб. по сравнению с прошлым годом – до 6,2 тыс. руб., что в итоге привело к увеличению RevPAR почти на 53%.

¹ Анализ на основе данных STR Global по верхним сегментам рынка.

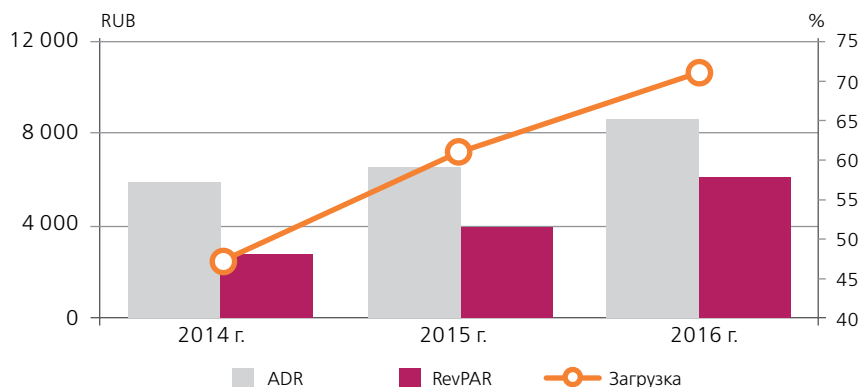


Рисунок 1. Операционные показатели рынка качественных гостиниц горного кластера в I квартале

Источник: STR Global, JLL.

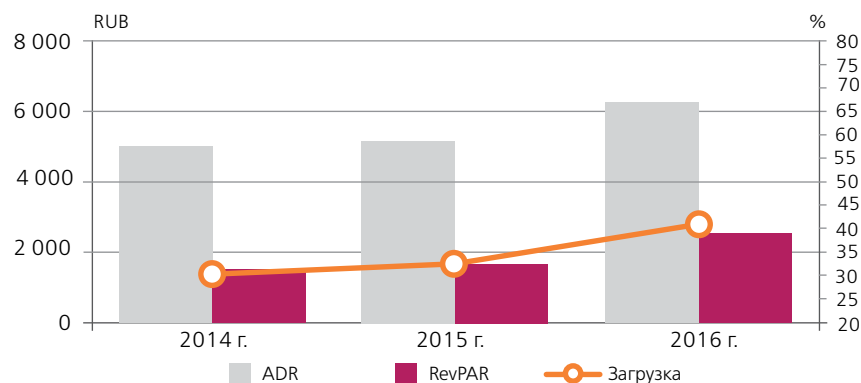


Рисунок 2. Операционные показатели рынка качественных гостиниц прибрежного кластера в I квартале

Источник: STR Global, JLL.

«За счет внешнеполитических и макроэкономических факторов Сочи имеет все шансы стать удачным исключением из общего правила достаточно негативной постолимпийской статистики, ведь крайне редко города, принимавшие Олимпийские игры, наблюдают повышение туристического потока в течение нескольких лет после проведения мероприятия», – прокомментировала Татьяна Веллер.

С начала года и по нынешний момент операционные показатели качест-

венных отелей южного российского курорта демонстрируют устойчивый тренд к росту. Если запланированное на лето открытие игровой зоны в рамках комплекса «Горки Город» состоится, это позволит отелям в горном кластере продлить сезон и выйти на позитивные результаты по году в целом. Прибрежный кластер тоже открыл год с высокими показателями. Учитывая устойчивый рост внутреннего туризма, можно надеяться на сохранение данного тренда.

РЫНОК КАЧЕСТВЕННЫХ ГОСТИНИЦ МОСКВЫ

Количество международных путешественников в московских аэропортах в I квартале сократилось на 14,5% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Меняется и их профиль: увеличивается число гостей из направлений массового, недорогого спроса. В то же время внутренний туризм растет в связи со снижением платежеспособности населения и ограничениями выезда на низкобюджетные курорты.

На 2016 год в Москве анонсировано открытие качественных гостиниц совокупно на 2,2 тыс. номеров. Большинство открытий относятся к среднему сегменту (порядка 45%); к этой же категории преимущественно относятся новые гостиничные проекты, заявляемые сегодня девелоперами на более отдаленное

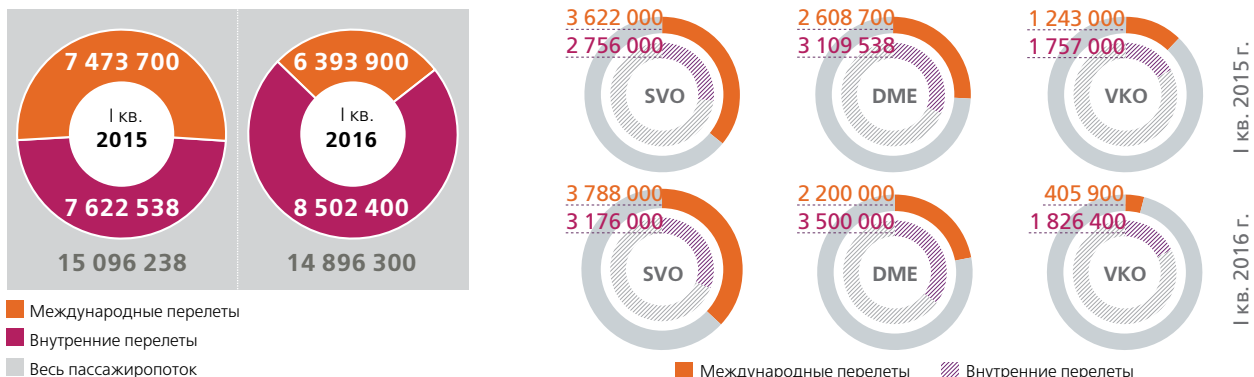
будущее. Предложение следует за конъюнктурой рынка, который сегодня ориентируется на более доступное, но качественное размещение.

На рынок выходят зарубежные инвестиционные группы и российские профильные инвесторы, рассматривающие возможность приобретения в России действующих гостиничных

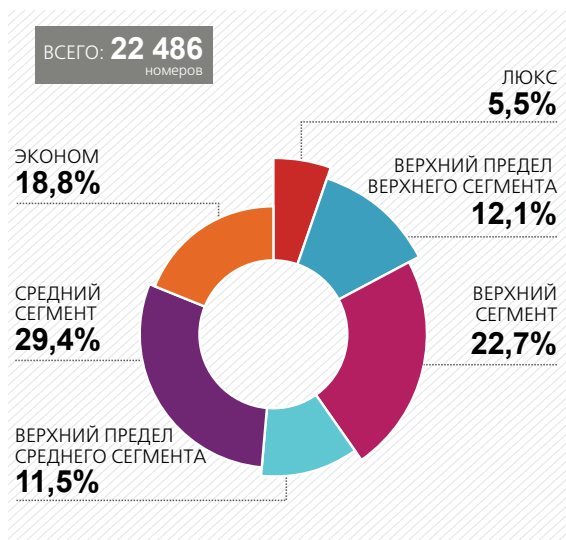
активов. Правда, разница в ценовых ожиданиях покупателей и продавцов пока сдерживает возможный поток сделок.

Загрузка гостиниц в I квартале увеличилась во всех сегментах, в результате в целом по рынку показатель вырос на 3 п.п. — до 60%. Основные причины: более массовый туризм, возвращение деловой активности.

Во всех сегментах гостиничного рынка, кроме люксового и среднего, в I квартале наблюдалась незначительная динамика ADR — рост или падение в пределах 3–5%. В результате в среднем по рынку показатель продемонстрировал рост на 3,6%.



▲ Рисунок 1. Пассажиропоток московского авиационного узла, чел.
Источник: аэропорты Шереметьево, Домодедово, Внуково.



▲ Рисунок 2. Качественное предложение
Источник: JLL, гостиничные операторы.

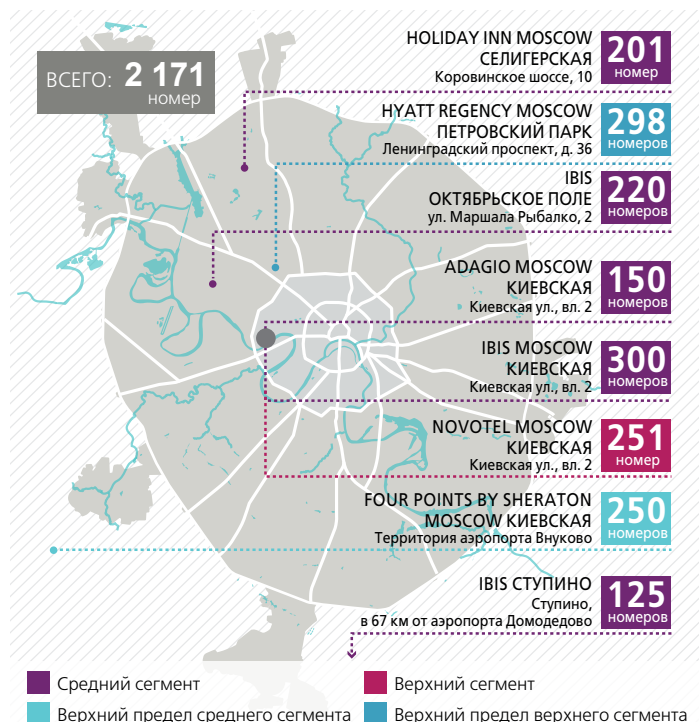


Рисунок 3. Запланированные открытия в 2016 г. ▶

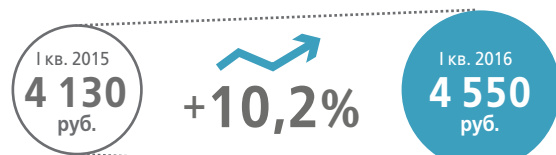
Загрузка



ADR



RevPAR



Опубликованный тариф

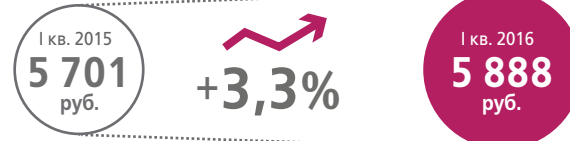


▲ Рисунок 4. Операционные показатели, Москва
Источник: STR, гостиничные операторы, публичные данные.

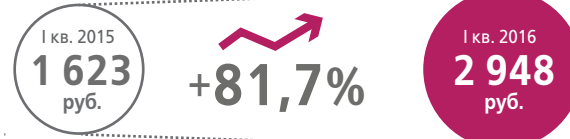
Загрузка



ADR



RevPAR



ADR (Average Daily Rate) – средняя цена (тариф) проданного номера (общая выручка номерного фонда за прошедшие сутки, деленная на число проданных комнатно-ночей).

Опубликованный тариф – средняя цена проживания, отраженная на сайтах гостиничных операторов и онлайн-порталах по бронированию.

RevPAR (Revenue Per Available Room) – доходность в расчете на номер (общая выручка номерного фонда, деленная на общее число доступных номеров).

▲ Рисунок 5. Операционные показатели, загородные отели Подмосковья



▲ Рисунок 6. Сегменты гостиничного рынка Москвы, продемонстрировавшие наилучшую и наихудшую динамику RevPAR

Снижение опубликованных тарифов в среднем по рынку: в сегментах, где спрос чувствителен к цене, отельеры пытаются привлечь гостей снижением стоимости проживания.

RevPAR в I квартале увеличился во всех сегментах рынка, кроме среднего, в первую очередь благодаря росту спроса и в результате этого – загрузки. В итоге в среднем по рынку пока-

затель продемонстрировал рост на 10,2%.

Люксовый сегмент отыгрывает потери в результате ослабления национальной валюты: в I квартале эти отели зафиксировали рекордный рост загрузки и ADR за 10 лет, в результате RevPAR увеличился на 32%, или 2,5 тыс. руб. Загородные подмосковные отели также выигрывают от ориентации спроса

на внутренние направления, завоевывая нишу семейного отдыха выходного дня. В I квартале их загрузка увеличилась почти вдвое по сравнению с прошлым годом – до 50,1%, и немного вырос ADR. Мы ожидаем дальнейшего роста показателей в традиционно «высокий» для этого сегмента летний сезон.

ПРОДАЖА ЕДИНЫХ БИЛЕТОВ В КРЫМ ПРЕВЫШАЕТ ПОКАЗАТЕЛИ ПРОШЛОГО ГОДА БОЛЕЕ ЧЕМ НА 41%

С начала продаж единых билетов в города Крымского федерального округа оформлено 78,7 тыс. проездных документов. Данный показатель превышает итоги аналогичных предварительных продаж прошлого года на 41,2%. В том числе более 54,5 тыс. единых проездных документов оформлено в Крым и более 24,1 тыс. из Крыма.

Необходимо отметить, что 10,5 тыс. пассажиров оформили электронные единые билеты для проезда в Крым на официальном сайте ОАО «РЖД».

Напомним, перевозки пассажиров в Крым с использованием железнодорожного, автомобильного и морского транспорта возобновлены с 30 апреля. За первый месяц действия услуги по единому билету перевезено 11 314 пассажиров (за аналогичный период прошлого года – 7277 пассажиров).

Перевозки по единому билету в туристический сезон 2016 года осуществляются в 7 городов Крымского федерального округа: Керчь, Симферополь, Севастополь, Феодосию, Судак, Евпаторию и Ялту.

Стоимость на прямые смешанные перевозки по единому билету осталась на уровне 2015 года и составляет:

- из Анапы в Керчь – 380 руб., в Симферополь – 590 руб., в Севастополь – 690 руб., в Феодосию – 460 руб., в Судак – 540 руб., в Евпаторию – 690 руб., в Ялту – 700 руб.;
- из Краснодара в Керчь – 560 руб., в Симферополь – 710 руб., в Севастополь – 810 руб., в Феодосию – 590 руб., в Евпаторию – 810 руб., в Ялту – 820 руб., в Судак – 660 руб.

Дети до 5 лет в сопровождении взрослых перевозятся по единому билету бесплатно с предоставлением отдельного места.

Для проезда в города Крымского федерального округа и в обратном направлении пассажиру необходимо оформить на официальном сайте ОАО «РЖД» или в билетных кассах АО «ФПК» (дочернее общество ОАО «РЖД») единый проездной документ в прямом смешанном сообщении с использованием железнодорожного, автомобильного и морского транспорта (по схеме поезд–автобус–паром–автобус).

Для посадки пассажиров во все виды транспорта, предусмотренные указанной схемой, необходимо предъявить документ, удостоверяющий личность, проездной документ на перевозку в поезде и/или талона на получение услуги по проезду морским и автомобильным транспортом. Если единый билет оформлен через Интернет, его можно распечатать на листе формата А4 или предоставить в электронном виде на персональном мобильном устройстве. Перевозчиком по маршруту следования железнодорожным транспортом на участке до Анапы и Краснодара и в обратном направлении выступает АО «ФПК» (дочернее общество ОАО «РЖД»). Оператором перевозки пассажиров с использованием других видов транспорта – автомобильного и водного – выступает АНО «Единая транспортная дирекция» (до порта Кавказ, через Керченский пролив и Ялты, Керчи, Феодосии, Судака, Симферополя, Евпатории и Севастополя и обратно).

Подробнее об условиях перевозки в Крымский федеральный округ можно узнать на официальных сайтах ОАО «РЖД» (раздел «Пассажирам»), а также АНО «Единая транспортная дирекция».



МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В ЛОГИСТИКЕ

ООО «Агентство Маркет Гайд» проводит:

АНАЛИЗ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РЫНКЕ ТРАНСПОРТНО- ЛОГИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

1. Основные игроки рынка транспортно-логистических услуг (региональные, федеральные, иностранные компании, потенциальные конкуренты):

- Регион;
- Компании-конкуренты;
- Клиенты компаний-конкурентов, их объёмы;
- Мощности складские и транспортные компаний-конкурентов;
- ИТ решения;
- Область деятельности (виды услуг);
- Объёмы деятельности;
- Доли на рынке;
- Конкурентные преимущества.

2. Стратегии и перспективы развития основных игроков рынка транспортно-логистических услуг:

- Инвестиционные проекты (строящиеся базы / складские мощности и пр.);
- ИТ решения;
- Развитие филиальной сети / расширение территориального присутствия;
- Базовые и потенциальные клиенты.

3. Анализ транспортно-логистической инфраструктуры:

- Объёмы складских площадей/м²;
- Класс (А, В, С, D);
- Режимы хранения;
- Виды грузов;
- Заполняемость;
- Количество и вид транспорта;
- Плечо доставки по основным логистическим направлениям и т.д.

За дополнительной информацией обращайтесь:

Тел.: 499) 157-51-21, (499) 157-98-24, (499) 390-87-47

E-mail: info@mg-agency.com