

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

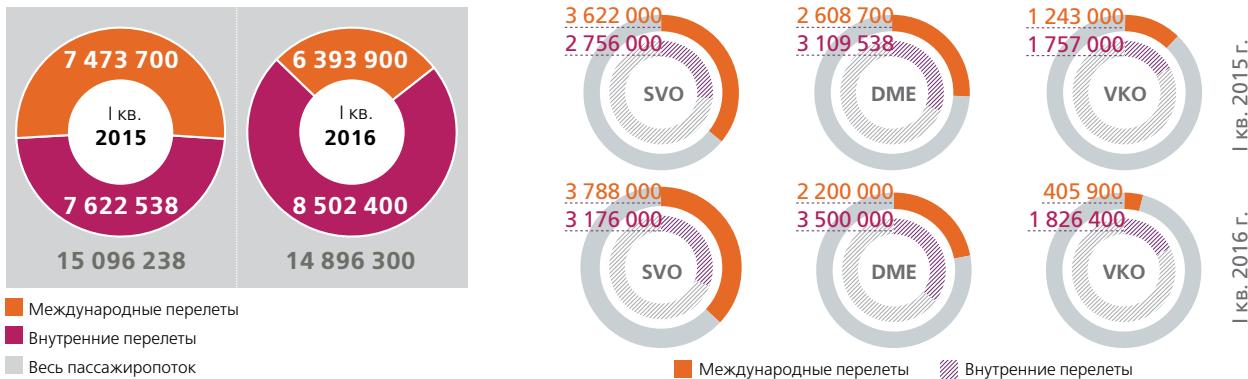
будущее. Предложение следует за конъюнктурой рынка, который сегодня ориентируется на более доступное, но качественное размещение.

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.

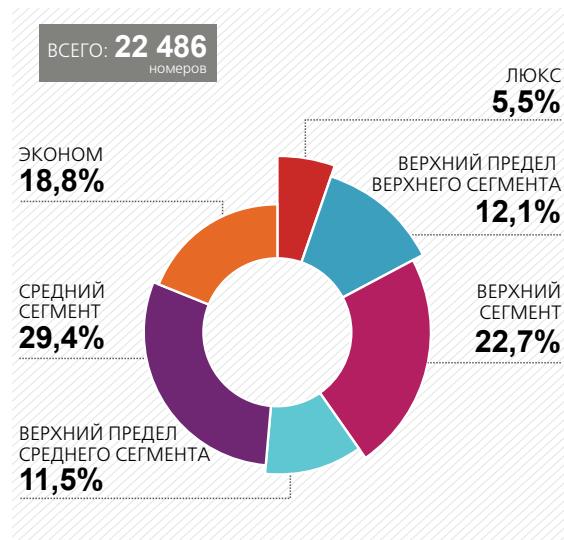
Загрузка гостиниц в I квартале увеличилась во всех сегментах, в результате в целом по рынку показатель вырос на 3 п.п. – до 60%. Основные причины: более массовый туризм, возвращение деловой активности.

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.

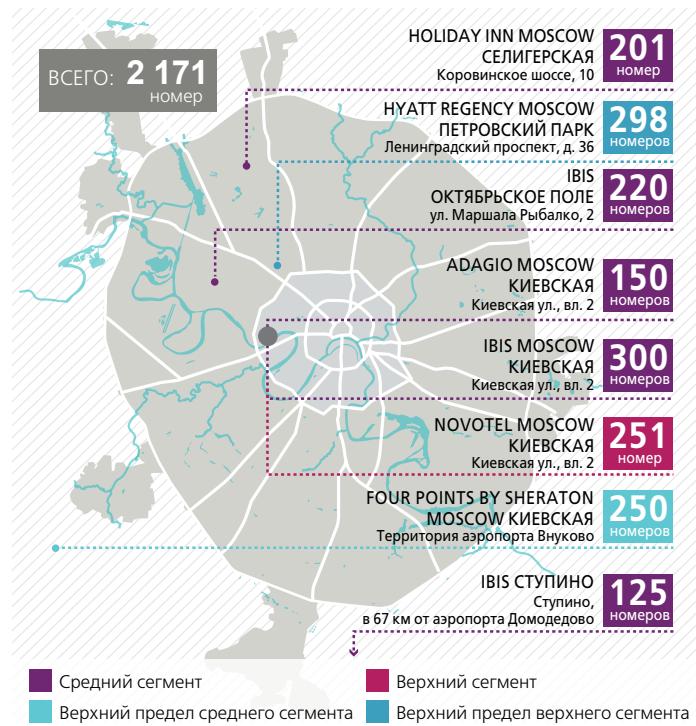
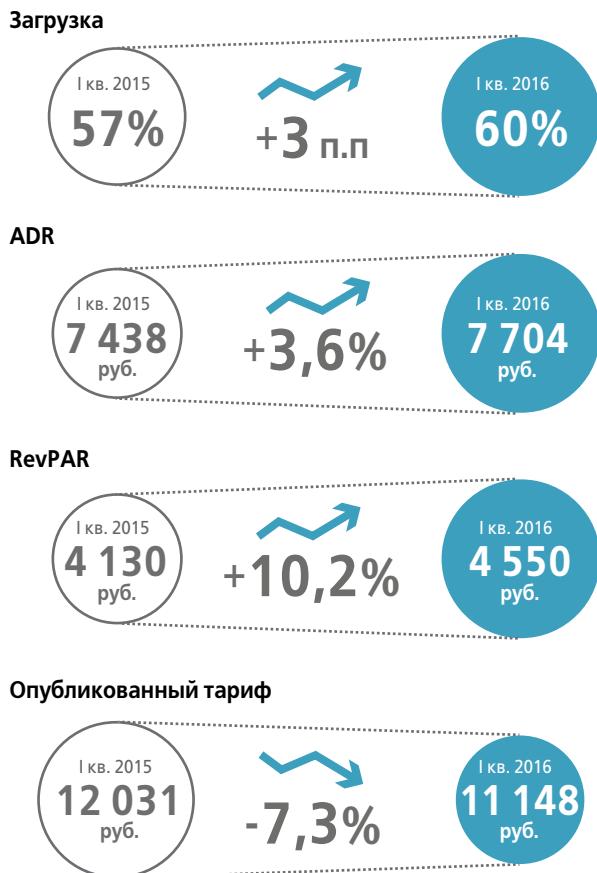
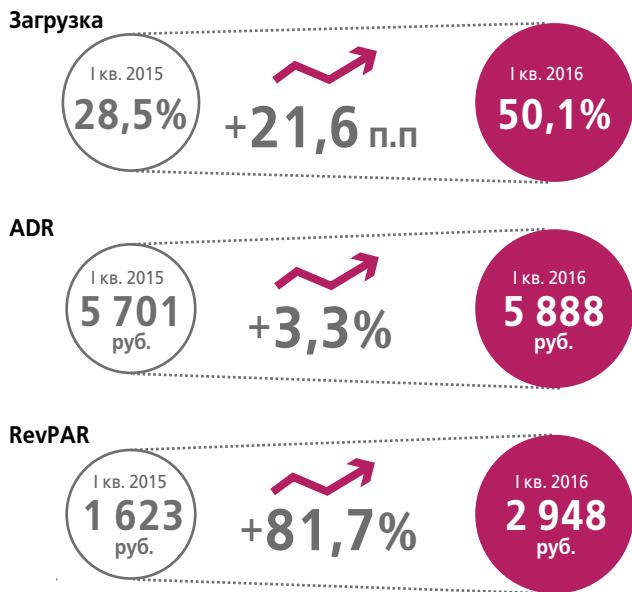


Рисунок 3. Запланированные открытия в 2016 г. ►



▲ Рисунок 4. Операционные показатели, Москва

Источник: STR, гостиничные операторы, публичные данные.



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