

Обзор гостиничного рынка Москвы

Март 2019



Материал в данной брошюре подготовлен исключительно с информационными целями. Любое раскрытие, использование, копирование или рассылка данных отчета (или информации, в нем содержащейся) возможны только с письменного согласия Cushman & Wakefield.

Компания Cushman & Wakefield не несет ответственности и не предоставляет гарантий (прямо или косвенно) в том, что изложенная в брошюре информация является верной, и в случае ошибок не берет на себя обязательств по их исправлению.

За дополнительной информацией обращайтесь, пожалуйста, к Марине Смирновой по электронной почте marina.smirnova@cushwake.com или по телефону +7 985 410 7237.

© Cushman & Wakefield, 2019

Коротко о главном



Welcome

Туризм

2018 год запомнится москвичам, прежде всего, как «год Чемпионата мира по футболу», за время которого Москву посетили 4,5 млн туристов, из них 2,3 млн — гости из-за рубежа, а 2,2 млн — россияне. Впрочем, вне зависимости от фактов проведения крупных спортивных соревнований мирового уровня, Москва фиксирует положительную динамику изменения количества посетителей. Если в 2014 году город регистрировал 16,6 млн посетителей, то по результатам 2018 г. город посетило уже 23,5 млн человек. При этом прирост посетителей в большей степени стимулируется внутренним спросом: если в 2014 г. россияне обеспечили 65% прибытий, то в 2018 г. их доля составила уже 73% от всех посетителей города.

Операционные результаты

Результаты работы московских гостиниц в 2018 году оказались под значительным влиянием ЧМ-2018. Рекордный рост (44,2%) показателя доходности на номер, RevPAR, произошел, в основном, за счет роста цен размещения (36,5%), в то время как загрузка городских гостиниц — за исключением дат вокруг футбольных матчей — осталась в пределах нормы, в связи с чем среднегодовой показатель загрузки для рынка в целом составил 76,6%. Впрочем, уже к концу 2018 г. отели стали фиксировать возвращение спроса (и его ценовой чувствительности) в привычные рамки. В отсутствие значительных ожидаемых перемен как в экономической, так и в политической жизни страны, а также на фоне выросшего за два года предложения отели ожидают, что 2019 г. покажет очень умеренный рост тарифов и операционной выручки. На повестке дня — активная работа с клиентской базой и скрупулезный контроль за операционными расходами.

Предложение

По состоянию на конец 2018 г. гостиничный рынок современного стандарта Москвы, по расчетам Cushman & Wakefield, включал в себя порядка 20,1 тыс. номеров, что составляло четверть суммарного номерного фонда коллективных средств размещения столицы (по уточненным на конец 2018 г. данным мэрии Москвы — около 81 тыс. номеров). После состоявшегося за 2017–2018 гг. увеличения номерного фонда современного стандарта практически на 2500 «ключей» (+9,4% и +4,0%, соответственно), среднегодовой ожидаемый прирост предложения в 2019–2024 гг. не превысит 5,6%. Чистый ожидаемый прирост рынка в 2019 г. — 715 номеров (3,6%).

Инвестиционный рынок

Интерес инвесторов к действующим гостиничным активам институционального качества, расположенным в Москве и Санкт-Петербурге, высок, а факторы дефицита предлагаемых на продажу активов и высокого барьера к входу на данные рынки способствуют эффекту компрессии ставки начальной доходности. Вместе с тем, за редким исключением (зарегистрированные в начале 2019 г. две сделки с историческими гостиничными зданиями — «Пекин» и «Центральная», — которые новые зарубежные собственники планируют полностью перестроить), инвестиционный рынок пока остается локальным.

Российская Федерация: основные макроэкономические показатели

	2017	2018	2019	2020	2021
Рост ВВП, %	1,5	1,6	1,4	1,6	1,5
RUB/USD	58,3	62,7	65,3	63,9	63,1
ИПЦ, %	3,7	2,9	5,2	4,3	3,8
Дефлятор ВВП, %	5,2	9,6	6,4	5,1	4,2
Кредитная ставка, %	10,6	9,0	10,0	10,1	9,5
Профицит бюджета, % от ВВП	-1,3	1,8	1,6	1,1	0,0
Потребительские расходы, %	3,3	2,2	1,0	1,9	2,3
Государственные расходы, %	0,4	0,2	0,6	0,9	0,9
Отток капитала, млрд долл.	12,0	-37,2	-89,3	-99,9	-95,4
Безработица, %	5,2	4,8	4,7	4,6	4,6

Источник: Oxford Economics 14/01/2019

Спрос



Объемы спроса и его география

2018 год оказался предсказуемо богат на множество политических и культурных событий, но для Москвы он наверняка запомнится как «год Чемпионата мира по футболу». От него ожидали разного: от полной невозможности горожанам вести нормальную жизнь из-за сложностей с перемещениями по городу и/или чрезмерного наплыва туристов, до унижительного провала мероприятия ввиду возможного бойкота чемпионата со стороны ряда стран или малого количества туристов — по причине традиционных страхов иностранцев перед Россией в целом (с ее футбольными хулиганами, медведями на улицах и невыносимым холодом даже посреди лета) и опасениями столкнуться со сложной и дорогостоящей системой доступа в страну. Однако такого оглушительного успеха, сопровождавшего Мундиаль все пять недель его проведения, скорее всего, не ждал никто. Согласно данным Правительства Москвы, за несколько недель ЧМ-2018 Москву посетили 4,5 млн туристов, из них 2,3 млн — гости из-за рубежа, а 2,2 млн — россияне. Больше всего в Москву прибыло гостей из Китая (223,2 тыс.) и США (167,4 тыс.).

Впрочем, вне зависимости от фактов проведения крупных спортивных соревнований мирового уровня, Москва остается одним из наиболее популярных туристских направлений страны, со стабильно положительной динамикой изменения количества посетителей. Если в 2014 году город регистрировал¹ 16,6 млн посетителей, то по результатам 2018 г. Москву, по оценкам мэрии, посетило уже 23,5 млн человек.

Предсказуемо, динамика зарубежных посетителей напрямую зависит от внешних экономических и политических факторов, поэтому по сравнению с 2014 годом, когда количество зарубежных посетителей достигло 5,8 млн человек, последующие кризисные явления в экономике страны и политическая турбулентность сократили количество иностранных приезжих. 2018 г. во многом стал переломным периодом, когда проведение ЧМ-2018 позволило столице преодолеть предыдущие рекорды: по первым оценкам итогов года, количество иностранных посетителей превысило планку в 6 млн.

Несмотря на рост иностранных посетителей столицы в 2018 году, положительная динамика прироста посещений Москвы во многом определяется российским сегментом, чья доля

Диаграмма 1. Динамика посещений Москвы



Источник: Комитет по туризму г. Москвы, Мэрия Москвы, 2018 г.

¹ Учет посетителей происходит, в том числе, за счет анализа трафика телефонных сим-карт в роуминге.

в общем объеме прибытий растет год от года. Так, если в 2014 г. россияне обеспечили 65% прибытий, то в 2018 г. их доля составила уже 73% от всех посетителей города.

Резкое увеличение количества размещенных в московских гостиницах лиц (с 5,6 млн человек в 2015 г. до 8,5 млн чел. в 2016 г. и 9,8 млн — в 2017 г.), отраженное в графической форме в Диаграмме 2, по мнению Cushman & Wakefield, свидетельствует не столько о возросшем запросе на гостиничное размещение, сколько об увеличении количества средств размещения, охватываемых Федеральной Службой Статистики, которая с 2016 г. учитывает полный круг хозяйствующих субъектов, а значит, хочется надеяться, показывает более объективную картину работы гостиниц. Впрочем, исходя из продолжения методичной работы Правительства Москвы по учету и классификации коллективных средств размещения города в 2018 г., в преддверии ЧМ-2018, даже данные 2016–2017 гг. следует рассматривать как work in progress, а не как окончательную «картину мира».

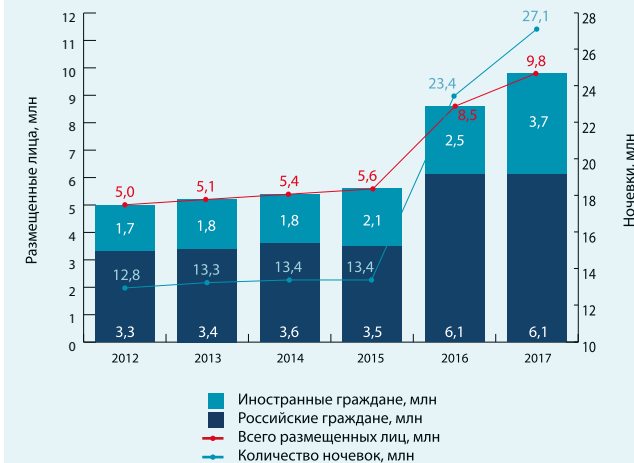
Тем не менее, анализируя динамику соотношения размещенных в гостиницах россиян и иностранцев, можно отметить снижение в 2016–2017 гг. доли российских граждан (с 66% в среднем в 2012–2016 гг.,

до 62% — в 2017 г.). Соответственно возрастает доля иностранцев, регистрируемых московскими гостиницами различных стандартов и форматов (с 34% в 2012–2016 гг. до 38% в 2017 г.). При этом если количество размещенных в 2016–2017 гг. в гостиницах россиян не изменилось (6,1 млн человек в обоих периодах), то количество иностранных граждан за тот же период выросло на 49%. Объяснений подобного значительного прироста количества иностранцев может быть множество, не в последнюю очередь, это может указывать на выход из «серой зоны» / легализацию бизнеса небольших гостиничных предприятий, включенных с 2016 г. в общую статистику и предоставляющую отчет о размещенных лицах в органы контроля за миграцией.

В целом же, динамика увеличения количества размещенных лиц в 2016–2017 гг. сопоставима с ростом количества ночевок (14,5% и 15,6%, соответственно), при этом средняя продолжительность размещения остается практически без изменений и составляет 2,7–2,8 суток.

Перераспределение потоков основных зарубежных рынков, отмеченное в 2014 г. как следствие включения санкционного режима, все еще остается актуальным: из крупнейших направляющих рынков, последовательно

Диаграмма 2. Динамика размещенных в гостиницах Москвы лиц, 2012–2017 гг.



Источник: Мосгорстат, 2019 г.

растущих из года в год, выделяются только Китай и Израиль, при этом количество китайских туристов за период 2016–2017 гг. выросло на 23%, а в сравнении с 2012 годом оно увеличилось более чем вдвое (137%).

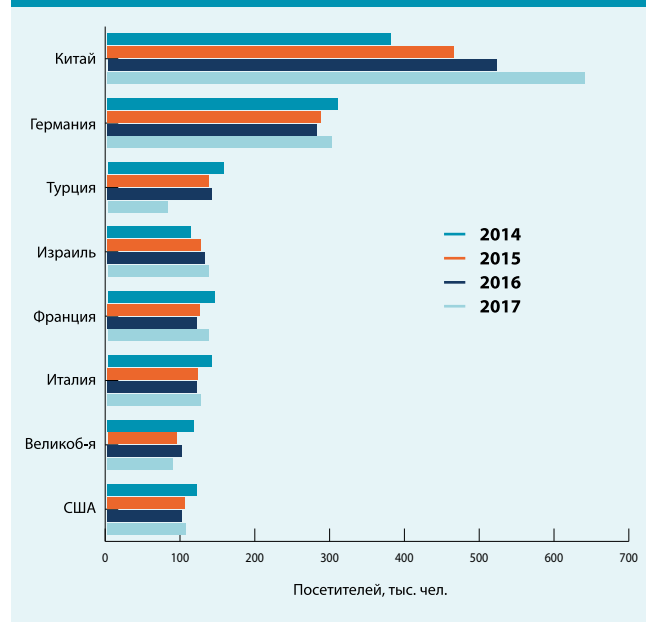
Структура спроса

Даже при учете ощутимого за последнее десятилетие роста турпотока в столицу, что становится особенно заметным в периоды длинных выходных, летних каникул и прочих сезонных праздников, Москва остается прежде всего столичным городом, политическим и деловым центром страны, генерируя спрос на услуги размещения, типичный для бизнес-направления. Положительным результатом подобной структуры спроса, где преобладающая (почти половина всех проданных ночевков по рынку в целом и до 80% ночевков — в гостиницах современного качества) цель поездок, как индивидуальных, так и групповых – это служебная необходимость, обычно является его сравнительно низкая эластичность, из-за которой фактическое сокращение загрузки в гостиницах Москвы даже в разгар экономических кризисов исторически не превышало 10%. Однако логическим продолжением преобладания делового спроса над туристским становились

недозагруженные выходные и «провалы по загрузке» в периоды сезонных праздников (новогодние каникулы, майские праздники и проч.).

Состоявшееся буквально на глазах у всех преобразование Москвы, начавшееся по инициативе мэра, Сергея Собянина, в 2012 году и постепенно приведшее не только к полной плановой модернизации инфраструктуры города, но и к формированию календаря событий и увеличению количества организованных мероприятий, регулярно проводимых в Москве, прямо способствовало росту внутреннего туризма, а также увеличению доли поездок с культурно-познавательными целями. Одним из самых успешных проектов, запущенных мэрией, стали «Московские сезоны» (цикл сменяющих друг друга городских ярмарок, фестивалей, концертов, из которых особой популярностью пользуются «Путешествие в Рождество», «Московская весна», «Московское лето», «Золотая осень»). За 2018 год, по словам мэра Москвы, «Московские сезоны» привлекли около 66 млн посетителей, способствуя росту популярности города у иногородних туристов. Разумеется, не все посетители городских событий являются приезжими, и не все останавливаются в гостиницах, однако растущая популярность городских событий позволяет

Диаграмма 3.
Крупнейшие направляющие зарубежные рынки Москвы



Источник: Комитет по туризму г. Москвы, 2018 г.

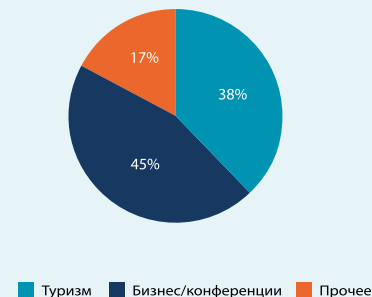
отелям рассчитывать на увеличение спроса, особенно, в периоды, когда деловой публики в городе мало. Следует отметить, что по свидетельству участников рынка, туристы, самостоятельно оплачивающие свое пребывание в Москве, по большей части имеют высокую степень чувствительности к ценам размещения. На практике это выражается в том, что загрузка гостиниц напрямую зависит от ее ценовой политики. Новогодний сезон 2018–2019 гг. это продемонстрировал с большой наглядностью — при общей высокой загрузке отелей в периоды новогодних праздников, по словам мэра города, достигающей 90%, максимальную загрузку обеспечили себе те гостиницы, которые были готовы предлагать существенные скидки к тарифам на размещение, зачастую получая клиентов, питающихся продуктами из ближайшего супермаркета и готовящих сосиски в чайниках в номерах.

Тем не менее, зримое увеличение объемов посетителей с неделовыми (включая походы в магазины и досуг/отдых) целями позволяют гостиницам наращивать долю номеров, проданных по т.н. «открытым тарифам» (включают в себя тарифы категории Best Available Rate, а также те тарифы, что предлагаются гостиницами через он-лайновые каналы продаж — booking.com и

его аналоги), динамично меняющимся в зависимости от колебаний спроса. Применение подобного динамического ценообразования — в случае умелого его использования — создает реальный рычаг, позволяющий гостиницам повысить фактический показатель средней цены на номер (Average Daily Rate — ADR). Именно данный сегмент продаж заставляет сетевые гостиницы наращивать объемы проданных ночевочек через прямые (собственные) каналы бронирования, сокращая уровень издержек на выплату комиссионных он-лайновым агентствам.

Объемы гостиничных ночевочек, обеспеченных индивидуальными поездками в деловых целях (по корпоративным договорам и без таковых), остаются в московских гостиницах практически без изменений, отражая отсутствие зримых перемен в российской экономике и политическом поле. Все это дает крупным компаниям, заключающим корпоративные договоры, больше козырных карт в руки, создавая возможности для «ценовых войн» между отелями (зачастую не являющихся прямыми конкурентами по формату/ценовому стандарту) и способствуя фактическому понижению корпоративных тарифов. По итогам опросов в рамках подготовки данного исследования,

Диаграмма 4. Структура спроса посетителей, размещенных в московских гостиницах в 2017 году



Источник: Мосгорстат, 2019 г.

все участники рынка отметили минимальный рост тарифов для данной категории клиентов как в 2018 г, так и в прогнозном 2019 г., что в «реальных» ценах означает сокращение доходов — с учетом инфляции, а также увеличения с 01.01.19 г. налога на добавленную стоимость на 2 процентных пункта. «Глубина бронирования» для индивидуальных бизнес-клиентов остается ограниченной и составляет не более недели. Подобная небольшая «глубина бронирования» вызвана, в том числе, растущим объемом предложения на гостиничном рынке, что дает приезжему возможность найти свободный номер практически в любой день года. Другая причина — снижение доли иностранцев среди командированных сотрудников (соответственно, сокращается необходимость в оформлении визы, для которой может требоваться раннее бронирование гостиницы в Москве) — в том числе, вследствие «политики импортозамещения» — перевода зарубежными компаниями производственных и прочих функций в Россию.

Любопытно, что произошедшее в 2017–2018 гг. увеличение гостиничного предложения (см. следующий раздел) создало предпосылки для дальнейшего сокращения «глубины бронирования». Теперь и в

сегменте индивидуальных продаж, и в сегменте MICE (бизнес-мероприятия) клиенты (индивидуальные, а также групповые — до 100 человек) могут находить размещение и бронировать площадки для проведения мероприятий за 4–5 дней до искомой даты, даже не испытывая сложностей с получением конкурентных ценовых предложений.

Говоря о сегменте MICE-продаж — количество крупных (не менее 1000 экспонентов) регулярных отраслевых выставок (4–5 мероприятий в год) и непериодических (т.н. «one-offs») мероприятий крупного масштаба (1–2 мероприятия в году) не меняется, и они по-прежнему обеспечивают городским гостиницам возможность повысить доходность продаж за счет стабильного спроса. Однако бюджеты, выделяемые основными организаторами и участниками на проведение «стандартных» деловых мероприятий, все еще не показывают явных тенденций к росту, хотя количество подобных событий растет. В качестве «ответной меры» городские гостиницы пытаются разнообразить «конференц-пакет», расширяя ассортимент предложения на любой ценовой вкус, рассчитывая на повышение выручки за счет увеличения количества проводимых мероприятий.

С точки зрения спроса на размещение для организованных тургрупп, динамика посещений Москвы иностранными гражданами в 2018 г. — за исключением периода ЧМ-2018 — оставалась стабильной, обеспечивая гостиницам, работающим с данной категорией посетителей, стабильный спрос с конца апреля по конец сентября. Для турсерий московский рынок продолжает продаваться исключительно в привязке к Санкт-Петербургу, что делает его зависимым от любых неожиданных поворотов событий в «северной столице» (как-то: переносы дат ПМЭФ, значительное удорожание стоимости размещения городскими отелями и проч.). Тем не менее, летний сезон 2019 г., судя по опросам участников рынка, активно бронируется и продается, хотя и с малозначительными изменениями тарифов.

Суммируя сказанное выше, «всплеск» спроса на гостиничные услуги на период подготовки и проведения ЧМ-2018, который вытеснил более традиционный для середины года спрос по обе стороны мероприятия, оказался кратковременным. К концу 2018 г. рынок вернулся к привычным объемам спроса, и ожидания отельеров на 2019 г. пока не предполагают каких-либо значимых изменений в объемах проданных ночевков.

Аэропорты Москвы



Москва располагает четырьмя гражданскими аэропортами (Шереметьево, Домодедово, Внуково и Жуковский), способными перевозить порядка 100 млн пассажиров в год. На московский авиаузел традиционно приходится львиная доля внутренних и международных перевозок страны. Так, по результатам 2018 г. аэропорты Москвы обслужили 97,9 млн пассажиров, что, согласно данным Росавиации, составило 47% от всех коммерческих перевозок пассажиров в стране.

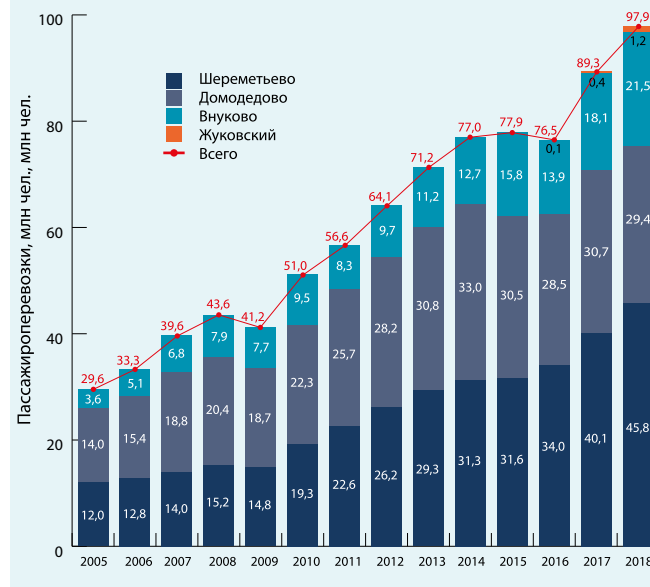
За последние четыре года лидерские позиции в МАУ прочно закрепились за Шереметьево, основной базой для крупнейшего российского авиаперевозчика, «Аэрофлот — российские авиалинии». Доля Шереметьево в общем пассажиропотоке столицы выросла с 41% в 2015 г. до 47% — в 2018 г. За этот же период доля Домодедово, традиционно работающего с крупными чартерными перевозчиками, сократилась с 39% в 2015 г. до 30% в 2018 г., при этом количество перевезенных этим аэропортом пассажиров изменилось незначительно. Количество пассажиров, летающих через Внуково, постепенно растет, хотя даже при 22-процентной доле рынка (данные 2018 г.) Внуково сложно пока конкурировать с двумя основными «воздушными воротами» Москвы. Наконец, аэропорт Жуковский, открывшийся в мае 2016 года и единственный из московских аэропортов, не связанный с центром города

системой «Аэроэкспресс», хотя и активно наращивает объемы перевезенных пассажиров (425 тыс. чел. — в 2017 г. и 1,16 млн чел. — в 2018 г.), однако все еще оказывает незначительное влияние на динамику МАУ.

В целом, 10-процентный годовой прирост пассажиропотока в системе московских аэропортов за 2018 год безусловно является очень хорошим результатом. Однако, 10% роста — это все же «средняя температура по больнице», так как наряду с положительной динамикой в количестве перевезенных пассажиров (14% в Шереметьево и 18% — во Внуково) также наблюдалась динамика отрицательная (-4% в Домодедово).

Как московские аэропорты будут продолжать наращивать объемы пассажироперевозок после 2018 года? Нельзя не отметить значительный прогресс с обновлением инфраструктуры в аэропортах Шереметьево и Домодедово, которые за 2017–2018 гг. качественно улучшили комфорт пребывания пассажиров. На повестке дня остается увеличение количества взлетно-посадочных операций, для чего в первом и втором крупнейших аэропортах страны должны быть введены в эксплуатацию новые взлетно-посадочные полосы. Как ожидается, это может произойти в 2019 г. и 2021 г., соответственно.

Диаграмма 5. Московский Авиационный Узел – динамика пассажироперевозок



Источник: открытые источники аэропортов МАУ, 2019 г.

Гостиничный рынок Москвы – рост откладывается



В процессе подготовки к ЧМ-2018 соответствующие структуры Правительства Москвы провели огромную работу по учету и классификации всех доступных коллективных мест размещения (КСР) столицы. По состоянию на конец 2018 г. в Москве было официально зарегистрировано 1646 КСР с общей вместимостью в 80,7 тыс. номеров и 224 тыс. койко-мест. Из них объем номерного фонда, размещенный в гостиницах, имеющих подтвержденные «звезды» (или без них), составлял 62,9 тыс. номеров в 955 предприятиях, а остальной относился к хостелам (672 предприятия, 17,6 тыс. номеров) и меблированным комнатам (19 предприятий, 194 номера).

Ввиду разнородности московского сегмента КСР, а также отсутствия у городских органов статистики четкой методологии в учете и классификации гостиничных объектов, анализ Cushman & Wakefield фокусируется на сегменте гостиничных объектов т.н. «современного качества»² или современного стандарта.

По состоянию на конец 2018 г. гостиничный рынок современного стандарта Москвы, по расчетам Cushman & Wakefield, включал в себя порядка 20,1 тыс. номеров, что составляет всего четверть суммарного номерного фонда КСР столицы.

Номинальный прирост московского рынка гостиничных номеров современного качества за последние 10 лет (2009–2018 гг.) составил 202%³. В этот период рынок рос со средней скоростью в 8,1% в год, с «пиками» активности в 2010, 2011 и 2017 годах, когда объем качественного предложения увеличился на 21,2%, 10,1% и 9,4%, соответственно. Очевидно, что резкое увеличение темпов прироста предложения происходит после преодоления «пиков» кризисных периодов в российской экономике, что позволяет предположить причину подобного взрывного роста — смещение ввода девелоперских проектов на более поздние сроки ввиду падения спроса и/или сложностей с финансированием строящихся проектов.

По мнению Cushman & Wakefield, именно отсутствие радикальных улучшений в экономике страны, а также неясные прогнозы с восстановлением темпов роста, превышающих среднемировые, является причиной того, что в пятилетней перспективе (2019–2024 гг.) средний прирост номерного фонда современного качества Москвы составит всего 5,6% в год. При этом рост рынка в 2019 году — в случае завершения всех заявленных на этот год проектов — будет сопоставим с показателями 2018 г. (4%) и составит 3,6%.

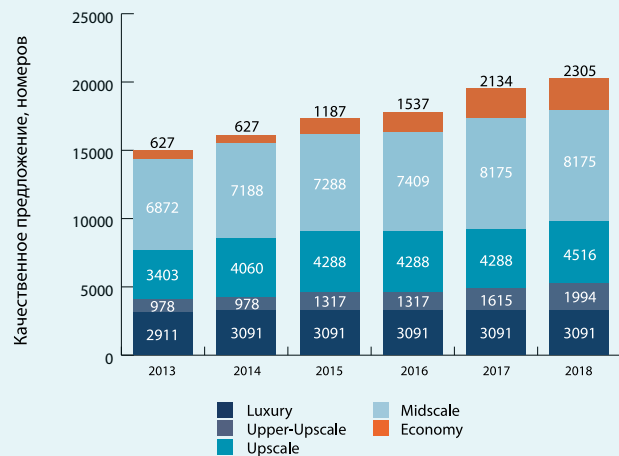
Согласно данным Cushman & Wakefield, по состоянию на дату подготовки данного отчета, в процессе разработки или реализации — с перспективой открытия до конца 2021 года — находилось порядка 3100 гостиничных номеров, а до конца 2024 года — еще свыше 4600 номеров.

В Таблице 2 перечислены проекты, реализация которых ожидается в течение трех ближайших лет.

² Категория «гостиничного номера современного стандарта» не имеет четкого определения, но в основном в нее подпадают гостиницы, построенные в постсоветское время (или прошедшие за это время полную реконструкцию) и соответствующие современным представлениям посетителей о комфорте. Многие из них находятся в гостиницах, входящих в состав сетевых гостиничных компаний (международных или российских).

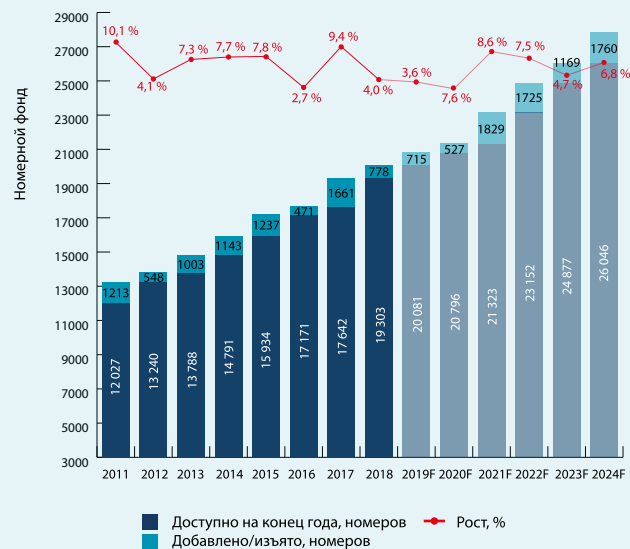
³ Все расчеты ведутся по номинально введенному номерному фонду за период.

Диаграмма 6. Динамика изменения структуры номерного фонда современного качества Москвы (2013–2018 гг.)



Источник: Cushman & Wakefield, 2019 г.

Диаграмма 7. Динамика изменения гостиничного номерного фонда Москвы: фактическая и прогнозируемая



Источник: Cushman & Wakefield, 2019 г.

Таблица 1. Гостиницы, реализованные в 2017–2018 гг.

Название	Категория	Адрес	2017	2018
Ibis Oktyabrskoe Pole	Economy	ул. Маршала Рыбалко, 2, стр. 5	240	
Ibis Budget Oktyabrskoye Pole	Budget	ул. Маршала Рыбалко, 2, стр. 5	114	
Hilton Garden Inn Krasnoselskaya	Midscale	ул. Верх. Красносельская, 11а	292	
Azimut Moscow Smolenskaya Hotel	Midscale	ул. Смоленская, 8	474	
Hyatt Regency Moscow Petrovsky Park	Upper-Upscale	Ленинградский пр-т, 36, стр. 33	298	
Holiday Inn Express Paveletskaya	Economy	ул. Дубининская, 33	243	
Holiday Inn Express Khovrino	Economy	ул. Левобережная, 12		171
Radisson Blu Olympiyskiy Hotel Moscow	Upper-Upscale	ул. Самарская, 1		379
Pentahotel Moscow	Upscale	ул. Новый Арбат, 15		228
Итого			1661	778

Источник: Cushman & Wakefield, 2019

Таблица 2. Гостиницы, намеченные к открытию в 2019–2021 гг.

Название	Категория	Адрес	2019	2020	2021
Crowne Plaza Park Huaming	Upscale	ул. Вильгельма Пика, 13-14	340		
Holiday Inn Express Baumanskaya	Economy	Переведеновский пер., 2	128		
Mercure Neglinnaya	Midscale	ул. Неглинная	100		
Hampton by Hilton Rogozhskiy val 12	Economy	ул. Рогожский вал, 12	147		
Marriott Krasnoprudnaya	Upper-Upscale	ул. Краснопрудная, 12		216	
Novotel Taganskaya	Midscale	ул. Земляной вал, 70		156	
7 Days Premium Novoalexeevskaya	Midscale	ул. Староалексеевская, 24, стр. 1-7		155	
Ibis Tyoply Stan	Economy	нет информации			250
AC Hotel by Marriott	Upscale	ул. Большая Садовая, 8			240

[Продолжение таблицы на след. странице >](#)

Таблица 2 (продолжение). Гостиницы, намеченные к открытию в 2019–2021 гг.

Название	Категория	Адрес	2019	2020	2021
Toyoko Inn Krasnoselskaya St.	Midscale	1-й Красносельский пер., стр. 15/17			220
Ibis Akademicheskaya	Economy	метро Академическая			220
Mercure Gostiny Dvor	Midscale	ул. Ильинка, 4			181
Radisson Blu Leninsky Prospect	Upper-Upscale	ул. Удальцова, 2			150
Luxury hotel in Zaryadye	Luxury	Парк Зарядье			148
Fairmont Moscow	Luxury	ул. 1-я Тверская-Ямская, 2			145
Ibis Moscow Semenovskiy	Economy	ул. Вельяминовская 34, стр. 23			120
Zubovsky Square Hotel Roza Rossa	Upper-Upscale	ул. Зубовская, 7			90
Bvlgari Hotel	Luxury	ул. Большая Никитская, 9/15			65
Итого			715	527	1829

Источник: Cushman & Wakefield, 2019

Повышение доходности гостиничного бизнеса в 2018 г. –
влияние спортивного мега-события



Повышение доходности гостиничного бизнеса в 2018 г. – влияние спортивного мега-события



Сравнительный анализ результатов ЧМ-2018, прошедшего в России минувшим летом, позволяет отметить, что московский гостиничный рынок выиграл значительно больше, чем остальные города-участники чемпионата, так как Москва стала основным «хабом» и транзитным пунктом как для непосредственных участников события, так и для болельщиков, которые ненадолго выезжали на матчи в другие российские города, возвращаясь в столицу в промежутках. Вполне логично, что результаты работы московских гостиниц в 2018 году оказались под значительным влиянием ЧМ-2018. Сравнивая два основных месяца 2018 года, когда отмечалось радикальное повышение показателя доходности в пересчете на номер (Revenue per Available Room — RevPAR, Room Yield) по отношению к аналогичному периоду 2017 года, любопытно отметить, что результаты июня, в течение последних двух недель которого проводились отборочные туры и, соответственно, в городе находились максимальные по количеству делегации болельщиков из самых разных стран мира, превысили показатели июля (212% в июне и 209,6% — в июле).

Таблица 3. Московский гостиничный рынок: основные показатели						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Загрузка, %	68,5	63,7	67,7	72,0	72,5	76,6
динамика, пп		-4,8	4,0	4,3	0,5	4,1
Средняя цена на номер, руб.	6002	5953	6430	6710	6521	8898
% динамика		-0,8	8,0	4,3	-2,8	36,5
Доходность на номер, руб.	4111	3790	4353	4829	4728	6816
% динамика		-7,8	14,9	10,9	-2,1	44,2

Источник: Росстат, Oxford Economics, Cushman & Wakefield, 2019

Повышение доходности гостиничного бизнеса в 2018 г. – влияние спортивного мега-события

Также можно отметить, что двигателем повышения показателя доходности на номер выступал, в основном, рост цен размещения (среднегодовой прирост — 36,5%), в то время как загрузка городских гостиниц — за исключением дат вокруг футбольных матчей — все же осталась в пределах нормы (среднегодовой уровень — 76,6%, на 4,1% выше, чем в 2017 г.). Так, среднерыночная загрузка московских гостиниц в июне-июле 2018 года была выше среднемесячных показателей предыдущего года всего на 5–6 процентных пунктов, не достигая 90%.

Вопреки ожиданиям небольшого спада в загрузке между завершением ЧМ-2018 и переходом работы московских гостиниц в режим business as usual, операционные результаты августа-октября показали, что спрос на размещение в Москве оказался стабильно высоким. Вместо сокращения объемов проданных ночевочек за оставшиеся недели лета и осенние месяцы уровень загрузки московских гостиниц вырос — за счет сместившегося спроса, вытесненного спортивным мега-событием на фланги этого мероприятия.

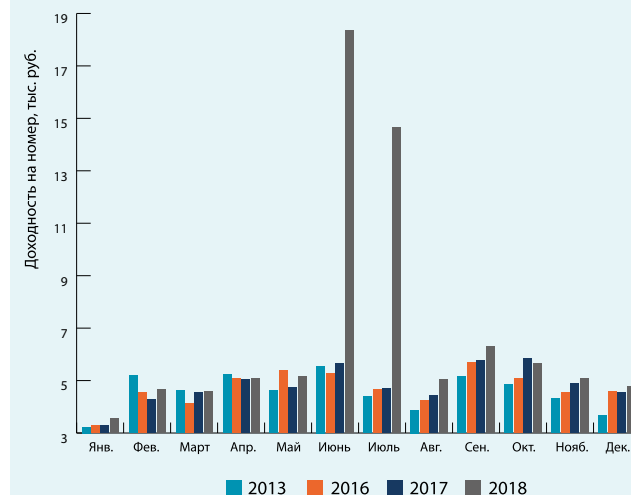
Впрочем, уже к концу 2018 г. отельеры стали фиксировать возвращение спроса в привычные рамки, причем если загрузка гостиниц оставалась высокой и в ноябре-

декабре, то заметная ценовая чувствительность этого спроса не позволила отелям существенно повысить тарифы — даже в сравнении с 2016–2017 гг.

На фоне всеобщего удовлетворения участниками рынка достигнутыми результатами, завершение 2018 года все же выявило целый ряд сложностей, ставящих под вопрос устойчивость только-только пришедших в стабильное (после кризиса 2014–2015 гг.) состояние показателей операционной прибыли московских отелей - в среднесрочной перспективе. Постепенное восстановление status quo со спросом, а также объективные сложности с повышением тарифов ввиду прироста номерного фонда за счет введенных в эксплуатацию за последние два года новых гостиниц современного качества (даже если оставить «за скобками» осуществленный мэрией Москвы «вывод из тени» с последующей классификацией десятков тысяч ранее неучтенных номеров и койко-мест в хостелах и прочих квази-отелях) осложнились вставшей в полный рост за 2017–2018 гг. проблемой с аутсорсингом линейного персонала.

Последовательная борьба государства с различными «серыми» схемами организации и оплаты труда

Диаграмма 8. Московский гостиничный рынок: помесечная доходность на номер за 12 мес. 2013, 2016–2018 гг.



Источник: Cushman & Wakefield, 2019

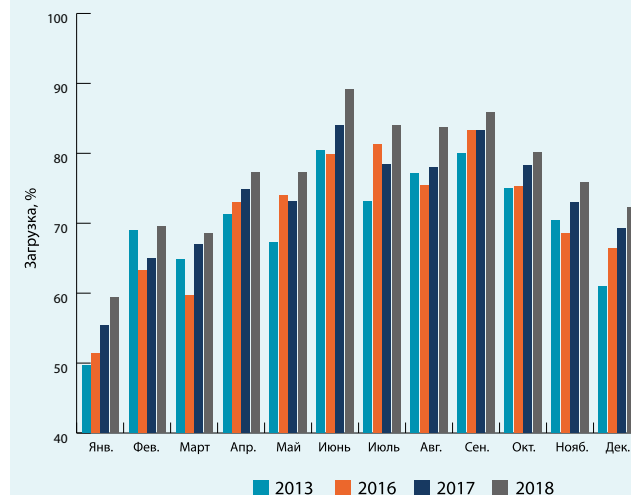
Повышение доходности гостиничного бизнеса в 2018 г. – влияние спортивного мега-события

мигрантов из ближнего зарубежья, которые традиционно заполняют вакансии официантов, горничных и прочих малооплачиваемых сотрудников московских отелей, привела к вымыванию с рынка аутсорсинговых услуг компаний-однодневок, предлагающих сомнительные схемы оплаты труда персонала, и повышению «белых» расценок (с учетом всех требуемых налогов и отчислений) за нормо-час. Более того, фактическая стагнация в росте зарплат в гостиничной сфере (по свидетельству участников рынка, за последнее десятилетие рост «белых» тарифов за нормо-час составил всего 7%!) постепенно переориентировало кандидатов на гостиничные вакансии в сферу торговли (кассиры, рабочие в торговом зале и проч.), где при сравнимом уровне зарплат условия труда менее тяжелые. Все эти факторы создали в московских (и не только) гостиницах предпосылки для повышения расходов на оплату труда, заставив отельеров менять ставшие привычными подходы к формированию штата. Ряд московских гостиниц увеличили количество штатных единиц линейного персонала (путем увеличения зарплат до средних в сфере обслуживания и обеспечения сотрудников всеми положенными им льготами штатного сотрудника), обезопасив себя на случай непредвиденных обстоятельств с персоналом временным. Другие провели

аудит аутсорсинговых компаний, расторгнув соглашения с наименее дисциплинированными и расширив границы «пула» рабочей силы. Компании, у которых в управлении или собственности несколько отелей, обдумывают создание собственных аутсорсинговых структур, которые будут задействовать сотрудников между разными объектами, по мере необходимости. Здесь же — кто бы мог это вообразить еще 5–10 лет назад! — возник вопрос, ранее не тревожащий московский гостиничный бизнес, а именно — предоставление линейному персоналу служебного жилья на время работы сотрудника. В каждом из возможных решений имеются собственные «плюсы» и «минусы», но в любом случае, повышение затрат, относимых на фонд оплаты труда, будет оказывать давление на операционную маржу отеля, что может стать критичным для давно действующих гостиниц, накопленный физический и моральный износ которых создаст сложности при конкурировании по цене с новыми гостиницами.

В целом, «дамоклов меч» увеличения операционных затрат продолжает висеть над гостиничными управленцами, заставляя их постоянно держать на контроле расходы по закупкам (включая непрекращающиеся поиски вариантов для замены

Диаграмма 9. Московский гостиничный рынок: помесечная загрузка за 12 мес. 2013, 2016–2018 гг.



Источник: Cushman & Wakefield, 2019

Повышение доходности гостиничного бизнеса в 2018 г. – влияние спортивного мега-события

зарубежных поставщиков расходных материалов, а также продуктов и напитков, на местных), а также периодически пересматривая штатное расписание. В поисках идей для оптимизации операционных процессов, все больше сетевых гостиничных операторов, управляющих несколькими гостиничными объектами в Москве, вплотную подошли к идее создания «кластера» (complexing) — централизуя ряд функций, общих для всех отелей (в первую очередь, закупки, продажи, управление кадрами, финансы), расходы на которые впоследствии делятся между конкретными отелями в определенной заранее пропорции.

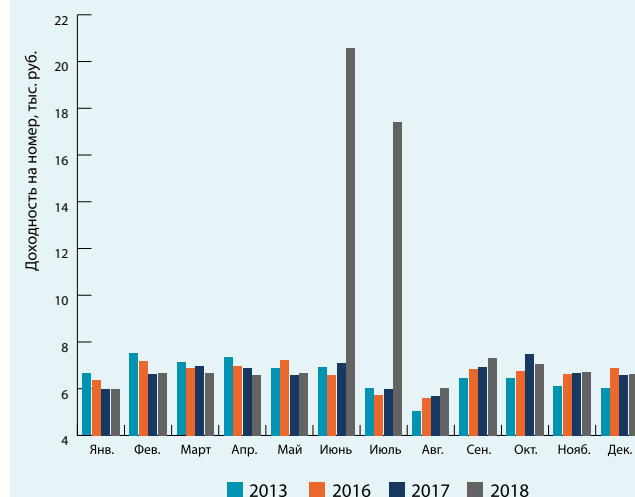
Как результат, несмотря на позитивные итоги 2018 года, говорить о качественном изменении принципов функционирования гостиничного бизнеса Москвы в 2018 г. пока рано. Более того, 2019 год по многим параметрам может оказаться более сложным, чем 2016–2017 гг. из-за следующих факторов:

- На фоне довольно инерционного роста экономического развития страны, а также постоянного «подкручивания санкционных гаек» со стороны ряда западных стран, надежды отельеров

на увеличение спроса на гостиничные услуги за счет туристов, что могло бы позволить подтянуть среднегодовой уровень загрузки до стабильных 75–80%, на уровне крупнейших городов Европы, включая Париж и Лондон, еще больше снизив зависимость рынка Москвы от бизнес-клиентуры, — пока остаются нереализованными.

- Более того, обсуждаемые правительством РФ сразу после завершения ЧМ-2018 реформы визового режима, способные, по оценкам специалистов, увеличить количество посетителей для традиционных «туристских столиц» страны — Москвы и Санкт-Петербурга — на 10–20% в год, пока не получили дальнейшего развития.
- Увеличение предложения современного качества (порядка 2500 номеров за 2017–2018 гг.), не сопровождающееся ростом спроса, оказывает давление на тарифы уже действующих гостиниц.
- Увеличение операционных расходов гостиниц, в том числе за счет повышения расходов на фонд оплаты труда, создает риски снижения операционной маржи, но при этом стимулирует управленцев на поиск новых решений для оптимизации процессов управления.

Диаграмма 10. Московский гостиничный рынок: месячная средняя цена на номер за 12 мес. 2013, 2016–2018 гг.



Источник: Cushman & Wakefield, 2019

Инвестиционный рынок – исключения подтверждают правила



После ряда недавних российских экономических кризисов, последний из которых был пройден в 2014–2015 гг., гостиничные активы подтвердили свою репутацию активов с высокой степенью адаптивности к изменению рыночных условий, качественное управление которыми, в отличие от арендного бизнеса, сводит до минимума риск одномоментного прекращения поступления доходов для собственника и, таким образом, должно оцениваться по ставке доходности ниже той, что обычно применима при «классическом подходе» для офисных объектов сравнимого стандарта/класса. Это относится в большей степени к гостиничным объектам современного стандарта с логичным для гостиничного бизнеса местоположением, эффективной бизнес-моделью и профессиональным управлением. Для собственников подобных активов данный фактор является ключевым при определении стоимости актива.

С другой стороны, круг потенциальных интересантов в гостиничных объектах на продажу в России все еще ограничен и представлен следующими основными группами:

- крупные российские профильные компании (Gleden Invest, «Союз Маринс Групп», АФК «Система», «Амакс», «Киевская площадь», Группа «Сафмар»

и некоторые другие), которые зачастую имеют собственные управляющие компании (для надзора за управлением гостиниц привлеченными операторами) или управляют собственными брендами. Подобные профильные инвесторы хорошо понимают российский гостиничный рынок и, как правило, умеют эффективно контролировать расходы;

- инвесторы из ближнего и дальнего зарубежья (Азербайджан, Беларусь, Казахстан, Китай и другие), для которых вложения в гостиничные активы в Москве или Санкт-Петербурге означают возможность получения потенциально более высокого уровня доходности, чем в аналогичных активах в их собственных странах или на других европейских рынках;
- инвесторы, владеющие собственными гостиничными брендами, для которых покупка гостиничных объектов (обычно, в качестве девелоперского проекта) является, зачастую, единственным вариантом выхода на рынок. Примерами данного типа инвесторов являются, например, корейская группа Lotte Group (гостиницы Lotte Hotels & Resorts) и мальтийская компания International Hotel Investment Plc (гостиницы Corinthia Hotels), инвестировавшие в собственные объекты в Москве и Санкт-Петербурге;

- непрофильные российские инвесторы, которые рассматривают гостиничные проекты как средство сбережения и приумножения доходов (особенно, на фоне сокращения доходности и роста рисков в арендных типах коммерческой недвижимости — офисных, торговых проектах), как способ снижения политических рисков (в сравнении с инвестированием за рубежом), а также как средства достижения иных целей (например, повышение стоимости жилой компоненты при наличии гостиницы — обычно, высокого ценового стандарта, в рамках того же проекта).

Так как причины инвестирования у указанных выше групп очень различны, ценообразование гостиничных сделок не всегда является прозрачным и понятным для внешних наблюдателей, зачастую включая в себя косвенные факторы, о которых сторонним наблюдателям, пытающимся увидеть логику в сумме сделки, остается только догадываться. При этом количество сделок купли-продажи гостиниц остается критически малым. Так, по расчетам Cushman & Wakefield, между 2008 и 2018 гг. в Москве были реализованы всего 15 гостиничных сделок с суммарным номерным фондом примерно в 4000 единиц и на общую сумму чуть менее \$2,0 млрд (из них в 2018 гг. была закрыта всего одна сделка — продажа 154-номерной

гостиницы Holiday Inn Moscow Vinogradovo). Более того, закрытый характер гостиничной сферы, где предметом купли-продажи являются не сколько здания (bricks & mortar), сколько операционный бизнес со всеми присущими ему рисками, а сделки зачастую совершаются сторонами напрямую, без широкой огласки суммы продажи, не способствует прозрачности рынка и расчета рыночной стоимости.

Ограниченный характер доступной к анализу информации периодически приводит к «несыткам», когда ожидания продавцов «премиального» ценообразования на гостиничные объекты не всегда совпадают с факторами, значимыми для потенциальных покупателей. Как результат, происходит разрыв в оценке «справедливой цены» объекта, что снижает вероятность завершения сделки.

Тем не менее, опираясь на собственный профессиональный опыт Cushman & Wakefield на основных рынках России и Европы, а также полагаясь на доступную нам информацию о фактических параметрах гостиничных сделок, мы оцениваем ожидаемые / требуемые гостиничными инвесторами ставки доходности для объектов инвестиционного

качества (prime hotel yields) в следующих диапазонах: Москва — 6–7%, Санкт-Петербург — 8–9%, остальные крупные региональные рынки России — 10–12%. Таблица 4 показывает, как уровень ожидаемой доходности для Москвы и Санкт-Петербурга соотносится с аналогичными показателями на других рынках Европы.

При этом по нескольким сделкам с московскими гостиницами в 2015–2016 гг. начальная ставка доходности (net initial yield) варьировалась между 4–7%. Почему инвесторы готовы принимать гораздо более низкую начальную доходность гостиниц, чем вложения в финансовые инструменты, тем более на фоне недавней (декабрь 2018 г.) тенденции к повышению ключевой ставки ЦБ до 7,75%? По мнению Cushman & Wakefield, здесь могут играть существенную роль несколько факторов, действующих по отдельности или суммарно:

- Применительно к гостиницам, расположенным в Москве или Санкт-Петербурге, как показывает опыт Cushman & Wakefield, более низкий уровень начальной ставки доходности может быть связан с расчетом покупателя на возможный «апсайд» — как за счет активного повышения

операционной эффективности (asset management) для малоэффективно работающего актива, так и за счет объемных капиталовложений или полной реконструкции — для объектов, расположенных в ходовых местах, но имеющих значительный накопленный физический износ (в этом случае, впрочем, у продаваемой гостиницы фиксируются неадекватно низкие показатели операционной прибыли, что делает расчет начальной ставки доходности непоказательным);

- Во-вторых, нельзя сбрасывать со счетов фактор задержки с возвращением доходов гостиниц на докризисные (до 2014 г.) уровни выручки и операционной прибыли. Это означает, что инвестиционные затраты на строительство качественных гостиниц (особенно, соответствующих стандартам международных брендов) все еще чрезмерно высоки в сравнении с реальными доходами, генерируемыми гостиничными предприятиями. Иными словами, до сих пор наблюдается редкая ситуация, при которой результаты оценки рыночной стоимости гостиниц затратным методом периодически (особенно, на региональных рынках) оказываются выше результатов оценки доходным методом.

Таблица 4, Ставки доходности для объектов инвестиционного качества, %

Рынок	Договор управления	Тенденция
Лондон	4,5–5,00	Без изменения
Париж	4,00–4,50	Без изменения
Берлин	5,00–5,25	Компрессия
Барселона	5,00–5,50	Рост
Стамбул	9,50–10,00	Рост
Москва	6,00–7,00	Без изменения
Мадрид	4,75–5,25	Без изменения
Рим	5,00–5,50	Компрессия
Амстердам	5,50–6,00	Без изменения
Прага	6,00–6,25	Сокращение

[Продолжение таблицы >](#)

Таблица 4 (продолжение)

Рынок	Договор управления	Тенденция
Вена	5,50–5,75	Без изменения
Милан	5,50–6,00	Компрессия
Санкт-Петербург	8,00–9,00	Без изменения
Брюссель	5,75–6,00	Компрессия
Дублин	5,50–6,00	Компрессия
Будапешт	6,50–7,00	Компрессия
Франкфурт (центр)	5,25–5,50	Компрессия
Афины	6,50–7,00	Компрессия
Лиссабон	6,00–6,25	Компрессия
Варшава	6,00–6,50	Без изменения

Источник: Cushman & Wakefield, 2019

- Наконец, дефицит качественных площадок, пригодных для строительства гостиниц (что особенно принципиально для проектов уровня Upper-Upscale/Luxury), а также дефицит доступного проектного финансирования создают высокие барьеры к выходу на рынок новых игроков. Поэтому инвесторам выгоднее заплатить заведомо более высокую цену за действующий объект, чем строить все «с нуля».

Указанные выше факторы в целом объясняют повышенный интерес инвесторов к уже готовым/действующим объектам, создавая эффект компрессии ставок начальной доходности.

В среднесрочной перспективе Cushman & Wakefield не ожидают увидеть значимого увеличения количества сделок с гостиничными объектами. Рынок остается довольно узкопрофильным и очень локальным. В качестве контраргумента данного прогноза можно сослаться на две сделки со знаковыми гостиничными проектами, которые были заявлены в период подготовки данного исследования в начале 2019 г.:

- Историческая гостиница «Пекин», как сообщается, будет продана российским собственником, «дочкой» ВТБ, «Галс-Девелопмент», китайскому инвестору (Sichuan Railway Investment Group). Сумма сделки, разумеется, не подтверждается ни одной из сторон, однако участники рынка считают, что ее размер не может быть ниже 6 млрд руб.
- Историческая гостиница «Центральная» (бывший отель «Люкс»), которая после полной реконструкции должна была превратиться в отель стандарта Upper-Upscale/Luxury на 200+номеров и 50+ апартаментов на продажу, реализован Группой «Сафмар» группе инвесторов, включающих ММА (Виктор Рашников) и IHI (владеет компанией Corinthia Hotels Group). Оцениваемая экспертами рынка сумма сделки находится в пределах 3,5–4,0 млрд рублей.

Тем не менее, как показывает базовый анализ деталей указанных транзакций, обе сделки являются, по сути, приобретением земельных участков в центральных локациях Москвы, причем в обоих случаях строительство гостиницы является лишь частью поставленной

задачи. В случае с бывшей гостиницей «Центральная» возможность реализации апартаментов ускорит процесс возврата инвестиций, а в случае с заявленным открытием культурного центра на базе бывшей исторической гостиницы «Пекин» — налицо вероятные политические мотивы инвестора. Так или иначе, в обеих сделках присутствуют дополнительные факторы, указывающие на мотивированного / заинтересованного покупателя, поэтому считать их рыночными и гостиничными следует с оговорками.

Какие-то тектонические сдвиги на инвестиционном гостиничном рынке России (в первую очередь, в Москве и Санкт-Петербурге, двух крупнейших гостиничных рынках страны), способные увеличить активность игроков и повысить прозрачность информации о сделках, скорее всего, произойдут лишь с завершением политической и экономической изоляции России, что сможет привлечь в гостиничный сегмент внешних игроков институционального качества, повысив количество заинтересованных и создав новый спрос на данный тип недвижимости.

Cushman & Wakefield успешно работает в России с 1995 года и насчитывает команду из более чем 150 опытных и высококвалифицированных экспертов. Московский офис ведет проекты во всех крупных городах России и СНГ, формируя, при необходимости, транснациональные команды для решения сложных задач. Деятельность компании представлена 12 ключевыми направлениями, охватывающими все сектора коммерческой недвижимости: офисная, торговая, складская, гостиничная, земля. Спектр оказываемых услуг включает сдачу в аренду помещений, управление активами, инвестиционный консалтинг, эксплуатацию недвижимости, услуги для корпоративных клиентов, управление проектами, стратегический консалтинг, представление интересов арендаторов, оценка, гостиничный бизнес и туризм.

На мировом рынке Cushman & Wakefield – одна из крупнейших компаний в сфере коммерческой недвижимости с оборотом \$8,2 млрд и командой, превышающей 51 000 специалистов в более чем 400 офисах в 70 странах мира.

Для получения более подробной информации посетите наши сайты – www.cwrussia.ru и www.cushmanwakefield.ru

**Marina Smirnova, MRICS**

Partner, Head of Department
Hospitality and Tourism

Direct: +7 495 799 9888
ext. 596013
Mobile: +7 985 410 7237
marina.smirnova@cushwake.com

**Marina Usenko, MRICS**

Partner
Hospitality and Tourism

Direct: +7 495 232 6016

Mobile: +7 916 173 6656
marina.usenko@cushwake.com

**Nikolay Moroz**

Senior Director
Hospitality and Tourism

Direct: +7 495 799 9888
ext. 596274
Mobile: +7 916 294 7818
nikolay.moroz@cushwake.com

**Marina Merezhko**

Associate
Hospitality and Tourism

Direct: +7 495 799 9888
ext. 596280
Mobile: +7 916 814 5514
marina.merezhko@cushwake.com

**Irina Akutova**

Director
Hospitality and Tourism

Direct: +7 495 799 9888
ext. 596279
Mobile: +7 916 557 1759
irina.akutova@cushwake.com

**Yulia Nikitina**

Senior Consultant
Hospitality and Tourism

Direct: +7 495 799 9888
ext. 596274
Mobile: +7 916 294 7818
yulia.nikitina@cushwake.com

**Sofia Ryabenkova**

Junior Consultant
Hospitality and Tourism

Direct: +7 495 799 9888
ext. 596275
Mobile: +7 917 527 1872
sofia.ryabenkova@cushwake.com