

ГОТЕЛЬНА НЕРУХОМІСТЬ КИЄВА: АДАПТАЦІЯ, ПОЖВАВЛЕННЯ, ЗРОСТАННЯ

Текст: Тетяна Антонюк

**ПІДСУМКИ 2021 РОКУ
ДЛЯ СЕГМЕНТА ГОТЕЛЬНОЇ
НЕРУХОМОСТІ КИЄВА, ЗВАЖАЮЧИ
НА ПАНДЕМІЧНУ СИТУАЦІЮ,
ДОСИТЬ-ТАКИ НЕПОГАНІ:
ЗРОСТАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ,
ПОЖВАВЛЕННЯ БІЗНЕС-ТУРИЗМУ
Й АКТИВІЗАЦІЯ ІВЕНТ-ДІЯЛЬНОСТІ
ДАЛИ СВОЇ РЕЗУЛЬТАТИ. ЗВІСНО,
ПРО ПОВНОЦІННЕ ВІДНОВЛЕННЯ
РИНКУ ЩЕ НЕ ЙДЕТЬСЯ —
ЦЕ, НАЙІМОВІРНІШЕ,
ПЕРСПЕКТИВА 2-3 РОКІВ.**

О ЧІКУВАННЯ ПЕРЕВИЩЕНО

Готуючи цей спецпроект, ми опитали низку гравців готельного ринку в Києві. Загалом їхні настрої більш-менш однакові, тенденції, які вони виділяють у 2021 році, – теж. Попри те, що цього року карантин в Україні продовжувався, періодично – посилювався, цей рік виявився кращим для готельного сектора, ніж 2020. У дечому він перевищив плани операторів (хоча тут варто зазначити, що вони були доволі обережними в попередніх прогнозах та очікуваннях), а в деякі місяці готельєри фіксували такі ж показники, як у допандемічному 2019. Що й створило відповідний настрій.

Наприклад, у своїх прогнозах мережа Premier (керує трьома готелями в Києві, а саме 5-зірковим «Прем'єр Паласом» і 3-зірковими «Прем'єр Готель Либідь» і «Прем'єр Готель Русь», та 16 об'єктами загалом в Україні) орієнтувалася насамперед на депресивні підсумки 2020 року, зокрема на темпи стабілізації попиту після весняного локдауну, водночас визначивши як цільовий орієнтир результати 2019 року. «Попередні підсумки 2021 року для нашої компанії не лише повністю справдилися, а й перевищили очікування, – каже **Юрій Воловик, керівник служби управління доходами мережі Premier.** – Станом на початок грудня 2021 року операційні показники готелів мережі Premier у Києві дають змогу говорити про нашу ефективність на рівні 78-80% від результатів 2019 року, що більш ніж оптимістично, враховуючи стартові передумови на початку року».

«2021 ми планували як перехідний рік. Ми чітко відчували, що повноцінного повернення до карантинних фінансових показників не може бути. Тому на початку 2021 ми ставили перед собою завдання досягти принаймні 60% від рівня дохідності 2019 року», – кажуть у компанії Vertex Hotel Group, яка керує 4-зірковим President Hotel у Києві. Оператору вдалось перевищити бажані фінансові показники, навіть попри досить суттєві обмеження в першому та четвертому кварталах. «Ми бачили хороші результати першого півріччя, тому дозволили собі повторне бюджетування та збільшили бажаний рівень RevPAR на друге півріччя. І ми дуже раді, що змогли виконати навіть підвищений план», – додають у компанії Vertex Hotel Group.



Готель IQ HOTEL, Київ

«Ми задоволені показниками, з якими закінчуємо цей рік», – каже **Сабіна Штельман, генеральний менеджер готелю Sky Loft Hotel Kyiv by Rixwell** (входить до міжнародної мережі Mogotel). Наприклад, цей об'єкт завершує рік із заповнюваністю 80%.

Загалом позитивних результатів вдалось досягти завдяки декільком чинникам.

Передусім це заходи щодо стримування пандемії та старт і розгортання масової вакцинації від COVID-19 в Україні та світі. Завдяки цьому можливостей для подорожей, зокрема міжнародних (як із туристичною, так і діловою метою), стало більше. Наприклад, за даними Державного агентства розвитку туризму України, кількість відвідувачів, які в'їжджали до нашої країни, протягом перших трьох кварталів 2021 року порівняно з аналогічним періодом 2020 року зросла на 12,6%. Особливо готельєри відмічають зростання кількості туристів із Близького Сходу. Саме цьому сприяли три чинники: лібералізація візового режиму для громадян країн Перської затоки, запуск прямого авіасполучення, зокрема із Саудівською Аравією, а також недоступність більшості ринків Європи для туристів із Близького Сходу: тому вони й звернули увагу на Україну. «Гості із Саудівської Аравії активно заповнювали Київ у літній період. Це також допомогло в досягненні рівня завантаженості 60-70% протягом літа», – кажуть у компанії Vertex Hotel Group.

Проте свою роль у відновленні роботи ринку відіграв і національний туризм. Зазначимо, що торік, коли міжнародні подорожі були суттєво обмежені, саме українські мандрівники підтримали готельну галузь. Тож і цього року їхня роль була чималою, що підтверджується і структурою завантаження об'єктів. Компанії Vertex Hotel Group, наприклад, завдяки фокусу на проживання українських індивідуальних гостей і залучення груп вітчизняних компаній, а також завдяки урізноманітненню послуг вдалось досягти планів, поставлених на цей рік.

До переліку сприятливих чинників 2021 року гравці ринку додають відкладений попит із боку бізнесу, тобто

пожвавився бізнес-туризм. А **Юрій Воловик** звертає увагу на відновлення івент-активностей, зокрема спортивних подій. Ці чинники, наприклад, дали змогу готелям мережі Premier покращити ефективність порівняно із 2020 роком більш ніж удвічі. Позитивний вплив відчув і **Mercure Kyiv Congress Hotel**, який належить до категорії конгрес-готелів і має потужність для проведення великих заходів і розміщення їхніх учасників. «Завдяки збільшенню кількості масштабних заходів і появі нових сегментів у групових проєктах ми змогли забезпечити високу завантаженість і позитивну динаміку в період ділової активності (вересень-грудень). Звісно, постійні зміни зон, регулярні локдауни та невизначеність тримали бізнес у стані напруги: поїздки та заходи часто переносились, рідше – скасовувались. Проте нам вдалось досягти запланованих рівнів завантаженості готелю та конгрес-центру», – каже **Інна Нерознак, генеральний менеджер Mercure Kyiv Congress Hotel**.

У 2021 році в Україні й Києві зокрема було декілька хвиль посилення карантинних обмежень, що відповідним чином впливало на попит на розміщення та інші готельні послуги. Та налагодження процесів роботи в реаліях сьогодення, передусім дотримання нових санітарних норм і вакцинація персоналу, дало можливість не обмежувати роботу та приймати гостей у звичайному режимі. Готельєри зазначають, що в періоди посилення обмежень відчувалось зменшення завантаження, спостерігалось скасування заходів, проте вони не були критичними для функціонування об'єктів. «Говорячи про хвилі пандемії коронавірусу, ми бачимо пропорційну залежність попиту на готельні послуги від рівня карантинного зонування і пов'язаних із цим обмежень, проте вселяє оптимізм послаблення негативного ефекту з кожною новою хвилею», – розповідає **Юрій Воловик**. Приблизно так говорить і **Христина Солошенко, менеджер готелю IQ HOTEL**. Зазначимо, що він був відкритий у березні 2021 року. Тобто його запуск припав на той місяць, коли в Києві були введені весняні обмеження. «Під час карантинних

обмежень на початку року попит був невисоким. Проте введення «червоної» зони восени вплинуло на наш об'єкт значно менше, ніж на початку року», – каже Христіна Солошенко.

ЗАПОВНЮВАНІСТЬ, ЦІНА ТА ПРИБУТКОВІСТЬ

У динаміці поточного року пік показників як завантаженості, так і тарифів припав на літні місяці та вересень, коли збільшився потік туристів. Згідно з даними HotelMatrix найвищий рівень заповнюваності готелів Києва був у липні, серпні та вересні – 70% і більше, а найнижчий зафіксовано у січні – 23% (статистика представлена 3-, 4-, 5-зірковими об'єктами в базі даних HotelMatrix). У місяці карантинних посилень у березні та квітні готелі були заповнені на 34% і 27% відповідно, у листопаді – на 53%. Як кажуть у компанії Vertex Hotel Group, спираючись на дані STR, у середньому завантаженість за 11 місяців 2021 року становила 47,1%, що на 106% перевищує показник 2020 року. В розрізі різних категорій готелів консалтингова компанія Colliers Ukraine наводить такі дані на кінець 2021 року: об'єкти високого цінового сегмента були заповнені на 34% (у 2020 – 20-22%), середнього цінового

сегмента – на 50% (у 2020 – 23-25%). Для порівняння: у 2019 році завантаження у високому ціновому сегменті сягало 44-46%, середньому – 55-65%.

У поточному році частка українських туристів у структурі гостей столичних готелів переважала. Водночас у деяких об'єктах закордонних постояльців було більше, як і до карантину. Проте їх частка знизилась через загальне падіння міжнародних туристичних потоків.

Наприклад, у President Hotel наразі понад 60% гостей – українці. В Mercure Kyiv Congress Hotel у цьому році проживало 25% закордонних гостей і 75% – з України; раніше ця пропорція була більш рівномірною: 45% і 55% відповідно. Ще більша різниця в IQ HOTEL: трафік українських та іноземних гостей становив 85% і 15%. Христіна Солошенко зазначає, що ці дані можуть змінюватися, оскільки з появою нових штамів COVID-19 кожна держава запроваджує свої обмеження, деякі закривають кордони, що впливає на туристичний потік в Україну.

У столичних готелях мережі Premier тенденція зменшення загальної кількості закордонних гостей теж помітна. Нині таких постояльців у «Прем'єр Паласі» – 65%, тоді як у 2019 році їх було 75%. Водночас у 3-зіркових готелях співвідношення українських і закордонних гостей становить 55% і 45%, у 2019 році пропорція була 45% до 55%.

У Sky Loft Hotel Kyiv by Rixwell приблизно третина гостей, а саме 36% – це українці. «Як і всі готелі в нашій країні, цього року ми відчули помітне зростання туристів із Близького Сходу», – додає Сабіна Штельман. Так, гості із Саудівської Аравії становили 8% у загальній структурі постояльців цього об'єкта за рік, а влітку частка гостей з цього регіону сягала 40%.

У динаміці поточного року, за даними HotelMatrix, найвищий показник ADR (середня ціна номера) був зафіксований у серпні – 2258 гривень, найнижчим він був у січні – 1609 гривень. RevPAR (прибутковість на номер) досяг піку у вересні – 1642 гривні, а найнижчим був у січні – 370 гривень.

Якщо аналізувати цінову політику в готелях різних класів, то об'єкти високого сегмента, як зазначають у компанії Colliers Ukraine, утримували достатньо високі показники RackRate та не демпінгували. Відповідно ADR наближується до доковідного рівня. Так, у 2021 році він становив 147 євро, у 2020 – 140 євро, у 2019 – 150 євро. У середньому ціновому сегменті у 2021 році ADR такий же, як і в 2020, а саме 44 євро, тоді як у 2019 він був на рівні 47 євро.

Приблизно таку динаміку підтверджують і готельєри.

Наприклад, у 2021 році середній тариф у «Прем'єр Паласі» збільшився як порівняно із 2020, так і щодо 2019 року (при помірному збільшенні показника завантаження). А в «Прем'єр Готелі Либідь» і «Прем'єр Готелі Русь», навпаки, все ще спостерігається незначне просідання ADR порівняно із доковідним 2019 роком. Проте RevPAR у цих готелях, які завершують поточний рік із понад 50% завантаженням, збільшився майже у 2,5 раза щодо результатів 2020 року.

ТРИВАЛІСТЬ ПЕРЕБУВАННЯ ТА ВІКНО БРОНЮВАННЯ

Згідно з даними, що оператори надали виданню Commercial Property, нині середня тривалість перебування гостей у столичних готелях становить 2-4 доби. Сабіна Штельман уточнює, що цей показник збільшувалася з початку року. Наприклад,



Готель Sky Loft Hotel Kyiv by Rixwell, Київ

ФОТО: SKY LOFT HOTEL KYIV BY RIXWELL

якщо говорити про перше півріччя 2021, то середня тривалість перебування гостей у Sky Loft Hotel Kyiv by Rixwell становила 1,7 дня, а нині – 2,5 дня. Значно збільшилась кількість гостей, які бронюють на довгий період: від двох тижнів до трьох місяців. У готелі Fairmont Grand Hotel Kyiv у цьому році також фіксували тривале проживання гостей: і місяць, і два, і три. *Докладніше читайте в інтерв'ю Єлизавети Юрушевої, власниці готелів Fairmont Grand Hotel Kyiv і Riviera House, на с. 22.*

Щодо вікна бронювання, то прослідковується певна тенденція: корпоративні клієнти купують номер заздалегідь, індивідуальні – ближче до заїзду. «Це абсолютно зрозуміло, адже ризиків дуже багато: ризик захворіти перед поїздкою гостя або його рідних, ризик появи нових обмежень, ризик зміни розкладу руху транспорту й багато іншого», – пояснюють у компанії Vertex Hotel Group. У President Hotel, де переважають індивідуальні гості, активно бронюють номери за 1-2 дні до заїзду. У мережі Premier переважна кількість заявок надходить у межах тижня до заїзду. Для компанії це невелике вікно бронювання. У Sky Loft Hotel Kyiv by Rixwell воно варіюється від 5 до 7 днів. В IQ HOTEL вікно бронювання для індивідуальних гостей становить 1-2 дні до заїзду, для груп – від тижня до місяця. Христина Солошенко зазначає цікаву тенденцію: у випадку з готелем IQ HOTEL добре працює Instagram, де індивідуальні гості через особисті повідомлення бронюють номери;

дуже часто такі запити надходять за тиждень до приїзду. «Тобто поведінка клієнта у соціальній мережі інша, якщо порівнювати із сервісом Booking.com», – пояснює Христина Солошенко та додає, що період раннього бронювання скорочується під час посилення обмежень.

НАДІЇ НА МІЖНАРОДНИЙ ТУРИЗМ

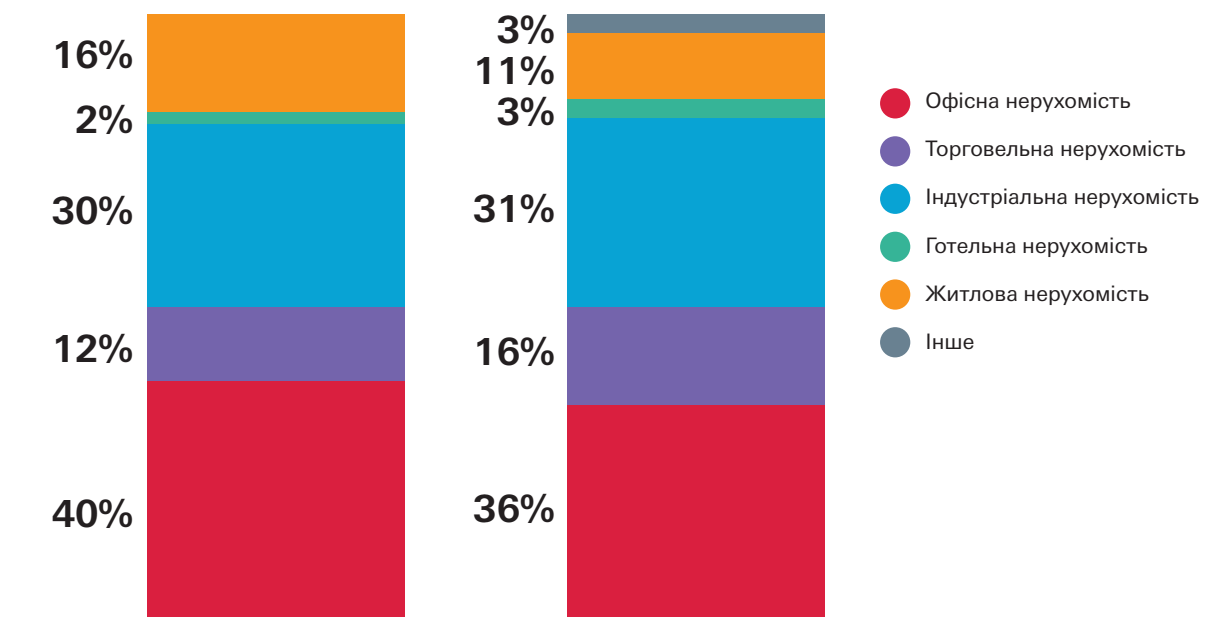
Попри те, що 2021 рік був значно легшим для готельного бізнесу, порівнюючи із 2020, його гравці не поспішають давати надто оптимістичні прогнози на 2022. Річ у тім, що ситуація з пандемією ще не стабілізувалася та не взята під контроль, зокрема через появу нових штамів коронавірусу. Тому, як і цього року, успішність роботи готелів залежатиме від епідеміологічної обстановки та карантинних заходів, що вживатимуться як у нашій країні, так і на міжнародному рівні. Крім того, на український ринок може впливати й наростання політичної напруги.

І все ж таки, заглядаючи у 2022 рік, готельєри називають низку трендів і подій, що можуть спостерігатися на цьому ринку. Тож що можна очікувати в короткостроковій перспективі?

Наприклад, готелі зможуть ще більше зменшити відставання показників діяльності від доковідного рівня та перевищать результати 2021 року. «Загалом хочеться вірити, що показники 2022 будуть кращими на 15-20% за цьогорічні», – кажуть у компанії Vertex Hotel Group.



СТРУКТУРА ІНВЕСТИЦІЙ У НЕРУХОМІСТЬ У ЦЕНТРАЛЬНІЙ І СХІДНІЙ ЄВРОПІ, I-III КВАРТАЛИ 2021 РОКУ



Джерело: Colliers International

Це може бути обумовлено декількома причинами. Передусім тому, що такий бізнес постійно адаптується до нових умов, щоб, зокрема, зменшити негативний вплив карантинних обмежень на свою роботу.

Також очікується подальше збільшення попиту на готельні послуги, особливо з боку закордонних мандрівників. «Україна була орієнтована на локальних гостей, але 2021 рік показав перспективи зростання міжнародного туризму. Зокрема, наш ринок виявився новим напрямом для азійських мандрівників, імовірно, що їхній інтерес до нашої країни триватиме не один рік», – каже Христина Солошенко. Крім того, збільшити потік з-за кордону може запуск нових авіасполучень, спрощення умов в'їзду, а також розвиток медичного та спортивного туризму. До того ж якщо в наступному році популярні туристичні країни Європи закритимуть кордони, то це може переорієнтувати увагу міжнародних мандрівників на наш ринок. «Тому у 2022 році ми очікуємо на подальше зростання інтересу до України, збільшення кількості іноземних гостей і тривалості їх перебування», – каже Інна Нерознак.

Ще один позитивний прогноз полягає у відновленні ділового туризму. Як зазначає Інна Нерознак, на 2022 рік уже заплановано багато міжнародних бізнес-заходів. І хоча саме поняття конференцій змінилось і набуло гібридного формату (міксу онлайн і офлайн), проте, на її думку, це не стане на заваді новому витку розвитку ділового туризму. «Відповідно ми очікуємо, що це дасть змогу суттєво збільшити завантаження готельних і конференц-потужностей комплексу Mercure Kyiv Congress Hotel порівняно з 2021 роком», – каже Інна Нерознак.

А для мережі Premier додатковий оптимізм вселяє те, що на ринку з'являються нові готельні проекти. Проте на повне оздоровлення бізнесу в компанії очікують не раніше 2023-2024 років.

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ГОТЕЛЬНОЇ НЕРУХОМОСТІ

Згідно з міжнародною оцінкою готель кваліфікується як об'єкт із торговим потенціалом. «Тобто якщо розглядати готель як інвестиційний об'єкт, то результати його операційної діяльності безпосередньо впливають на його вартість», – пояснює **Наталія Чистякова, директор департаменту оцінки та консалтингу компанії Colliers Ukraine.**

Через пандемію показники операційної діяльності такої нерухомості помітно знизились (попри те, що оператори навчилися працювати в період нестабільності й оптимізували витрати). А це вплинуло на період її окупності в бік збільшення. «Готельний сегмент і в доковідні часи завжди мав найдовший термін повернення інвестицій серед інших секторів комерційної нерухомості, найчастіше він становив не менше 10 років. А нині цей період іще довший», – каже Наталія Чистякова. Водночас вона уточнює, що у середньому ціновому сегменті термін окупності може бути меншим, ніж у високому, але все залежить від концепції проєкту й інших чинників.

Тому, за даними компанії Colliers Ukraine, якщо наразі розраховувати вартість готелю, враховуючи поточну дохідність, перспективу покращення ситуації та ставку капіталізації 11-12%, то, наприклад, ціна об'єкта в центрі Києва все одно буде нижчою, ніж будівельні витрати на нього.

Попри те, що й на нашому ринку, і закордоном з'являються нові готельні проекти, така нерухомість є чи не найменш привабливим сектором. Наприклад, за даними дослідження Colliers International, за підсумками I-III кварталів поточного року в регіоні Центральної та Східної Європи цей сегмент залучив лише 3% від загального обсягу інвестицій. Для порівняння: в офісну нерухомість було вкладено 36% від загального обсягу інвестицій, в індустріальну – 31%.

CP