

относительно дальнейшего развития там делать не берутся, заявляя, что многое зависит от политической и экономической активности республики. «Несомненно, мы делаем также ставку на проведение крупных конференций и мероприятий данного формата»,— отмечают в Sheraton и подтверждают, что контракты для загрузки объекта после саммитов ШОС-БРИКС 2015 года на стадии согласования.

Управляющий партнер ГК «Основа» (застройщик отеля Hampton by Hilton Ufa) Александр Калтыков говорит, что по планам загрузка Hampton by Hilton Ufa в период саммитов превысит 85%. «Саммиты дадут толчок развитию города и республики в целом. Новые проекты увеличат число деловых поездок, что позволит держать загрузку гостиницы на уровне 60%»,— считает он. Господин Калтыков заявил, что в Hampton by Hilton Ufa рассчитывают на востребованность конференц-залов. «По опыту работы отеля Hampton by Hilton Voronezh уже можно утверждать, что интересным форматом может стать проведение светских мероприятий, например приглашение звезд шоу-бизнеса, проведение тематических камерных концертов»,— говорит Александр Калтыков.

ВЗГЛЯД СО СТОРОНЫ Аналитик ИХ «Финам» Тимур Нигматуллин считает, что с точки зрения сроков окупаемости в подобных проектах многое зависит от таких факторов, как структура собственности (в том числе наличие государства в составе акционеров), расположение объекта, ценового позиционирования и т.п. В целом, при прочих равных, проекты выглядят интересными для частных инвестиций, говорит эксперт. «В Уфе наблюдается дефицит качественных гостиничных номеров, и уровень заполняемости сравнительно высок по среднероссийским меркам. В целом же гостиничный бизнес довольно рискованный с точки зрения окупаемости инвестиций. Однако получить убыток от подобного рода проектов сложно. При падении спроса на гостиничные услуги здание всегда можно перепрофилировать под торговую и офисную недвижимость и т. п. Гостиницы действительно могут зарабатывать на проведении деловых мероприятий, приемов. Обычно это одна из их ключевых статей доходов. Впрочем, здесь многое зависит от качества недвижимости, отделки и позиционирования»,— подвел итог Тимур Нигматуллин.

Член совета директоров девелоперской компании «Стройинвест-Топаз» Максим Раевский говорит, что пополнение гостиничного фонда в любом городе — исключительно позитивная тенденция, поскольку качественных площадей в большинстве регионов сейчас не хватает. «Тем позитивнее факт, что в город самостоятельно приходят такие гиганты гостиничного бизнеса, как Holiday Inn, Sheraton и Hilton. Эти компании очень тщательно подходят к анализу перспектив рынка и разработке инвестиционных программ»,— говорит он, но добавляет, что инвестиционные программы составлялись до наступления спада в экономике страны, который вместе с санкциями оказал крайне негативное влияние на деловую активность даже в таких благополучных и привлекательных для иностранного капитала регионах, как Башкирия. «Чем ниже деловая активность, тем меньше поток так называемых бизнес-туристов, на которых как раз и рассчитаны гостиницы, строительство которых идет в рамках подготовки к саммитам. Впрочем, эта проблема затронет и российских отельеров. Программ поддержки отельеров в отсутствие спроса на гостиницы на федеральном и региональном уровнях, насколько мне известно, не существует, это потребовало бы перехода гостиничного фонда в государственную собственность. Тем не менее, правительство может стимулировать приток ту-

ПАРАМЕТРЫ ВОЗВОДИМЫХ ГОСТИНИЦ							
НАЗВАНИЕ	HAMPTON BY HILTON UFA	HOLIDAYINN UFA	SHERATON	ПАРК-СИТИ УРАЛ	HILTON GARDEN INN UFA RIVERSIDE	АТОЛА	ГОСТИНИЧНЫЙ КОМПЛЕКС «БАШКОРТОСТАН»
РАСПОЛОЖЕНИЕ	УЛ. 50-ЛЕТИЯ ОКТЯБРЯ, 19	ВЕРХНЕТОРГОВАЯ ПЛОЩАДЬ	ПЕРЕСЕЧЕНИЕ УЛ. ЦЮРУПЫ И УЛ. ЗАКИ ВАЛИДИ	УЛ. МЕНДЕЛЕЕВА	УЛ. АКСАКОВА, 4	УЛ. ГОГОЛЯ, 72	УЛ. ЛЕНИНА, 25/29
ПЛОЩАДЬ	4 711 КВ.М	10 660 КВ.М	19 080 КВ.М	13 167 КВ.М	15 169 КВ.М	8 300 КВ.М	20 754 КВ.М
КОЛИЧЕСТВО ЭТАЖЕЙ	8	6	9	10	11	10	6
КОЛИЧЕСТВО ЗВЕЗД	FOCUSSERVICE (ОПРЕДЕЛЕННЫЙ НАБОР УСЛУГ ДЛЯ ГОСТЯ)	4	5	4	4	—	4
НОМЕРНОЙ ФОНД	ВСЕГО 160 НОМЕРОВ	ВСЕГО 193 НОМЕРА	ВСЕГО 161 НОМЕР	ВСЕГО 200 НОМЕРОВ	ВСЕГО 138 НОМЕРОВ	ВСЕГО 108 НОМЕРОВ	ВСЕГО 211 НОМЕРОВ
НАЛИЧИЕ АВТОСТОЯНОК, КОЛИЧЕСТВО ПАРКОВОЧНЫХ МЕСТ	ЕСТЬ	ЕСТЬ, 45 МЕСТ (20 ПОДЗЕМНАЯ, 25 НАДЗЕМНАЯ)	НАЗЕМНАЯ ПАРКОВКА ПЕРЕД ОТЕЛЕМ, ПОДЗЕМНАЯ ПАРКОВКА НА 16 АВТОМОБИЛЕЙ	ЕСТЬ, 115 МЕСТ	ЕСТЬ	ЕСТЬ, ПОДЗЕМНАЯ НА 80 И НАЗЕМНАЯ НА 20 МАШИНОМЕСТ	ЕСТЬ, 18 МЕСТ — ПОДЗЕМНАЯ ПАРКОВКА, 35 МЕСТ — НАЗЕМНАЯ ПАРКОВКА
КОЛИЧЕСТВО ЛИФТОВ	3 ЛИФТА, ОДИН — ДЛЯ ГРУЗОВЫХ ПЕРЕВОЗОК	3 ДЛЯ ГОСТЕЙ, ГРУЗОВЫХ НЕТ	ВСЕГО 11 ПАССАЖИРСКИХ ЛИФТОВ, ИЗ НИХ 1 ДЛЯ ЛЮДЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ, И 1 СЕРВИСНЫЙ ЛИФТ (ГРУЗОВОЙ)	—	5 ЛИФТОВ, ГРУЗОВЫХ НЕТ	—	7 ЛИФТОВ ПАССАЖИРСКИХ, 2 ГРУЗОПАССАЖИРСКИХ, 5 МАЛЫХ ГРУЗОВЫХ ЛИФТОВ
СРЕДНЯЯ СТОИМОСТЬ НОМЕРА, МИНИМАЛЬНАЯ И МАКСИМАЛЬНАЯ ЦЕНА	СРЕДНЯЯ ЦЕНА 4 700 РУБ. МИНИМАЛЬНАЯ ЦЕНА ЗА СТАНДАРТНЫЙ НОМЕР 3 700 РУБ., МАКСИМАЛЬНАЯ 5 400 РУБ.	—	ОТ 200 ЕВРО ДО 2 000 ЕВРО	—	ЗА СТАНДАРТНЫЙ ОДНОМЕСТНЫЙ НОМЕР ОТ 6 300 РУБ. ДО 10 000 РУБ.	—	МИНИМАЛЬНАЯ ЦЕНА 6 500 РУБ., МАКСИМАЛЬНАЯ ЦЕНА 46 000 РУБ.

ДАННЫЕ ПРЕДОСТАВЛЕНЫ ОТЕЛЯМИ И ВЗЯТЫ ИЗ ОТКРЫТЫХ ИСТОЧНИКОВ.

ристов за счет проведения в городе экономических, спортивных и культурных мероприятий — это на сегодня наиболее эффективный способ привлечения инвестиций»,— объясняет Максим Раевский. Генеральный директор Hospitality Income Consulting Елена Лысенкова тоже отмечает, что на уровне операционной деятельности случаев господдержки нет, существуют инвестиционные программы, которые предполагают, например субсидирование кредитной ставки. Все же остальное, включая уменьшение стоимости энергоносителей, не входит в перечень поддержки государством бизнеса.

Руководитель департамента гостиничного бизнеса компании JLL Дэвид Дженкинс считает, что спроса для загрузки всех планирующихся гостиниц в Уфе недостаточно. «В этом опасность любого крупного мероприятия: его проведение стимулирует большой объем строительства, которое в конечном счете имеет мало общего с коммерческой целесообразностью. Аналогичную ситуацию мы наблюдали в Казани: под саммит ЕБРР в городе было построено очень много отелей, и до сих пор местный рынок остается перенасыщенным гостиничными номерами, а в условиях высокой ценовой конкуренции за гостя тарифы находятся на низком уровне. Спроса на гостиничное размещение в Уфе будет недостаточно для такого объема нового предложения, поэтому цены, безусловно, будут страдать»,— говорит он. С ним согласна генеральный директор Hospitality Income Consulting Елена Лысенкова, по ее словам, подготовка к международным мероприятиям такого уровня обычно влечет за собой строительство новых объектов инфраструктуры, в том числе и гостиничной, в большинстве своем избыточной: «Готовящиеся к открытию в 2015 году объекты избыточны для городской инфраструктуры. В целом поток туристов в Уфу и регион не увеличится из-за открытия новых объектов. Поэтому увеличение предложения приведет к равномерному распределению существующего спроса на всех, а следовательно, к низким показателям загрузки в среднем по отрасли на ближайшие три-четыре года, а может и дольше. При этом важно отметить в дополнение, что после саммитов упадет поток бизнес-туристов, чьи поездки сейчас связаны с подготовкой к мероприятиям». «При всех красотах, окружающих Уфу, исторической и культурной ценности города, уникальном переплетении культур, город до текущего времени на 80% за-

гружался и заполнялся бизнес-туристами, поездки которых стимулировались интересом деловой активности и обязательными командировками. Уфе предстоит конвертировать интерес людей к месту, где проходят международные встречи, в туристические визиты, таким образом увеличив долю туристических поездок в регион на 5–7% в ближайший год»,— считает госпожа Лысенкова.

Дэвид Дженкинс считает, что проекты могут быть отложены в ситуации, когда не хватает средств для их завершения. Однако инвесторы, по его мнению, понимают, что им необходимо открыть объекты до саммита, ведь это шанс заработать хоть какие-то деньги, а что будет потом, непонятно: это деловой город, и объема туристов для заполнения такого большого числа номеров недостаточно. «Этот сценарий — построить слишком много отелей для одного мероприятия, которые затем стоят пустыми — сейчас нередко встречается в российских городах. В целом для региональных российских городов-миллионников наличие одного-двух брендированных отелей, особенно работающих в разных ценовых сегментах, оказывается более чем достаточно. И сейчас в таких городах, как Самара, Екатеринбург, Казань, где появилось больше отелей под управлением международных операторов, наблюдается очень серьезная конкуренция, и в таких условиях этим объектам сложно зарабатывать — хорошие отели чувствуют себя неплохо, страдают те, что имеют недостатки с точки зрения локации или качества проекта. Выход сразу пяти брендированных гостиниц в Уфе станет шоком для местного рынка»,— считает эксперт.

Коммерческий директор Tez Tour Александр Буртин склонен к оптимистичной оценке ситуации: по его мнению, приход в регион таких глобальных брендов, как Holiday Inn, Sheraton, Hilton — это позитивный момент с точки зрения привлечения в регион иностранных туристов, поскольку их присутствие означает определенный уровень качества услуг и сервиса, на который рассчитывают гости из Европы и Азии. «Но надо понимать, что просто построить отели мало — необходимо обеспечить их заполняемость, вкладывать средства в то, чтобы сделать регион интересным как для иностранных туристов, так и для россиян. Это выполнимая задача в текущих условиях, поскольку девальвация рубля создала определенные преимущества для России: отдыхать здесь сейчас дешево, значительно дешевле, чем было раньше. Этим преимуще-

ством надо пользоваться. Понятно, что изначально проекты были рассчитаны на спрос со стороны бизнеса, поскольку Уфа является важным деловым центром как на региональном, так и на федеральном уровне, однако сейчас спад в экономике привел и к снижению деловой активности, что ставит принципиально новые задачи перед отельерами: заполнять гостиницы за счет командировочных не получится, надо идти навстречу массовому клиенту, а он предпочитает высокий уровень качества обслуживания за приемлемые деньги. Для данной категории это сумма в пределах 50–100 евро в сутки»,— считает Александр Буртин. По его мнению, компании вряд ли изменят свои планы в отношении региона из-за текущего спада в экономике. «Кроме того, создание новых гостиниц — это огромная польза городу: транспортная инфраструктура, новые качественные коммерческие площади, новые рабочие места, контракты для малого и среднего бизнеса, ритейла, транспортных компаний, сферы обслуживания»,— говорит эксперт.

Городской планировщик НП «Рира» Александр Антонов считает, что если город хочет действительно предоставить выбор гостям, то «Хилтоном» и «Шератоном» нельзя ограничиваться: «За свои деньги в таких отелях люди не живут, нужны многочисленные гостиницы рангом пониже. В то же время, брендовая гостиница высокого уровня, возможно, как и торговый молл, офис класса А, конгресс-центр и другие подобные монофункциональные люксовые здания — это уже уходящая натура, которой все труднее будет находить загрузку в будущем. Так что сегодняшним люксовым гостиницам надо быть готовыми в перспективе трансформироваться в общежитие с вкраплением офисов»,— говорит Александр Антонов. ■

В АНО «ОФИС-ГРУППА ШОС БРИКС „УФА-2015“» ЗАЯВЛЯЮТ, ЧТО ВСЕ ОБЪЕКТЫ БУДУТ СДАНЫ К МЕЖДУНАРОДНЫМ МЕРОПРИЯТИЯМ, КОТОРЫЕ ПРОЙДУТ В УФЕ В НАЧАЛЕ ИЮЛЯ 2015 ГОДА