



РАЗЖИЛИСЬ НА МАТРЕШКЕ

Выручка нижегородских сувенирных лавок и магазинов народных художественных промыслов по итогам 2018 года достигла 678 млн руб., увеличившись почти на 10% в сравнении с 2017 годом. Такие данные приводит департамент развития туризма и народных художественных промыслов Нижегородской области.

В дни матчей продажи подарочной продукции выросли в регионе более чем в два раза, сообщают эксперты «Платформы ОФД». «В числе наиболее продаваемых презентов были легкие „карманные“ сувениры, например брелоки, а также игрушки с символикой России и талисманы мундиала. Кроме того, достаточно популярными у иностранных туристов были головные уборы — кошельки, шапки-ушанки, кепки с эмблемой ЧМ-2018», — рассказали в компании.

По данным правительства региона, продажи некоторых сувениров за время ЧМ-2018 выросли десятикратно. За четыре недели мирового первенства было продано около 3,5 тыс. матрешек и около 200 тыс. единиц различной продукции с символикой чемпионата производства семеновской фабрики «Золотая хохлома».

→ оказался весомым лишь для заведений двух главных туристических улиц Нижнего Новгорода — Большой Покровской и Рождественской. По его словам, в 2018 году эти кафе и рестораны «вдохнули свободно и подколопи жирок», увеличив свои обороты в дни матчей в среднем в 1,5 раза. «Что касается ресторанов вблизи центра города и заведений на улицах, примыкающих к основным пешеходно-туристическим маршрутам, например на улице Костина или Белинского, то их выручка изменилась незначительно», — добавил господин Котюсов. Также он отметил, что во всех городах, принимающих мундиаль, была распространена негативная тенденция: заведения открывались непосредственно к масштабному событию «в надежде раскрутиться за счет ЧМ-2018». «Во время чемпионата эти кафе и рестораны показывали хорошие результаты, но сейчас большинство из них нерентабельны», — пояснил эксперт.

Говоря о тенденциях в ресторанном бизнесе на 2019 год, Александр Котюсов прогнозирует стагнацию рынка. «Ожидаем, что 2019 год станет годом закрытия ресторанов. Платежеспособность населения низкая, а расходы на аренду, коммунальную плату, как и другие затраты, растут. Для того чтобы обеспечить такой приток туристов, который был во время ЧМ-2018, потребуются серия масштабных событий, а такие разовые события, как, например, празднование

800-летия Нижнего Новгорода в 2021 году, ничего не дадут», — предостерегает эксперт.

ПО ВЫРУЧКЕ ВСТРЕЧАЮТ Оборот нижегородского гостиничного сектора по итогам 2018 года вырос на 8,7% по сравнению с 2017-м с 2,9 млрд руб. до 3,2 млрд руб., сообщил Нижегородстат. Несмотря на то, что многие отельеры во время футбольного первенства в разы пытались завязать стоимость размещения, выручка гостиниц в июне и июле 2018 года в среднем выросла на 14% к маю, подсчитали эксперты «Платформы ОФД». По их данным, наибольшее влияние мундиаль оказал на сегмент одноместных номеров, которые пользовались популярностью у гостей Нижнего Новгорода, в первую очередь из-за небольшой цены. По статистике Ростуризма, Нижегородская область вошла в пятерку лидеров среди российских городов по количеству отелей с завышенными ценами на проживание во время ЧМ. В гостиницах-нарушителях было зафиксировано превышение установленных государством нормативов в диапазоне от 2,47% до 128,9%. Роспотребнадзор по Нижегородской области сообщал, что в преддверии мундиала местные гостиницы были оштрафованы почти на 1 млн руб. за завышение максимально установленных цен.

По данным правительства области, сейчас в регионе доступно для размещения более 16 тыс.

ЗА ПОСЛЕДНИЕ ПЯТЬ ЛЕТ В РЕГИОНЕ БЫЛО ПОСТРОЕНО 40 ГОСТИНИЦ НА 2,5 ТЫС. МЕСТ

номеров, а само количество гостиниц за год увеличилось на 9% до 375 заведений. Большая часть из них — 242 отеля — имеют статус «без звезд», почти треть гостиниц имеют две, три и четыре звезды, обладателями пяти звезд являются два отеля. В ведомстве уточняют, что непосредственно для ЧМ-2018 за последние пять лет в регионе было построено 40 гостиниц на 2,5 тыс. мест, в том числе 26 хостелов и 14 отелей, включая пятизвездные Sheraton Nizhny Novgorod Kremlin и «Парк-Отель „Кулибин“», где размещались футбольные команды из Южной Кореи, Хорватии, Панамы, Коста-Рики, Дании и Франции.

Руководитель департамента гостиничного бизнеса компании JLL Татьяна Веллер уверяет, что, несмотря на сильно выросший номерной фонд на рынке в целом, многие отели могли похвалиться высокой загрузкой: «По нашим оценкам, в период проведения мундиала загрузка могла достигать до 90%». Гендиректор консалтинговой компании Hospitality Income Consulting Елена Лысенкова также считает, что в целом показатели загрузки гостиниц городов, принимавших мундиаль, стали на 15–20% выше в период проведения ЧМ. «Правда, это было компенсиро-

вано провалами в даты, примыкающие к дням проведения игр, так как множество туристов приезжали именно на две ночи — до и после проведения игры. Между датами отели пустовали», — пояснила эксперт. Елена Лысенкова также отметила, что рост предложения отельеров продолжится и в 2019 году, так как по всей стране, в том числе и в Нижнем Новгороде, «есть достаточно большое количество объектов, находящихся в стадии строительства, которые будут открыты в ближайшие два-три года». «Для многих отсутствие столь масштабного события в 2019 году — это выравнивание показателей спроса, создание новых границ сезонности, открытие нового туристского потенциала, а также рост конкуренции, который связан с открытием новых гостиничных комплексов в рамках ЧМ-2018», — добавила Елена Лысенкова. В JLL считают, что инвестиции в бизнес сферы гостеприимства могут окупиться в ближайшее время даже при отсутствии крупных федеральных событий: «На следующий год после подобных мероприятий обычно происходит охлаждение интереса и снижение туристического потока, поскольку цены все еще высоки и считается, что инфраструктура страдает во время события. Однако благодаря грамотному управлению и маркетингу территорий туристы могут начать возвращаться, и их количество может увеличиться по сравнению с теми показателями, которые были до чемпионата», — заключила Татьяна Веллер. ■

ОБОРОТ НИЖЕГОРОДСКОГО ГОСТИНИЧНОГО СЕКТОРА ПО ИТОГАМ 2018 ГОДА ВЫРОС НА 8,7% ПО СРАВНЕНИЮ С 2017-М С 2,9 МЛРД РУБ. ДО 3,2 МЛРД РУБ.

↑
СОБЫТИЕ ГОДА