

Исследование отельного бизнеса Батуми, 2022 год

Введение

Отельный бизнес в Батуми, прибрежном городе, расположенном в республике Аджария, Грузия, в последние годы значительно вырос за счет строительства новых жилых и коммерческих объектов, а также увеличения иностранных инвестиций в том числе за счет активной и деятельной поддержки со стороны руководства региона. Являясь одним из самых популярных туристических направлений на постсоветском пространстве главный город автономной республики Аджария, Батуми, привлекает разнообразные группы покупателей и инвесторов, которые заинтересованы в привлекательных ценах на недвижимость, стратегическом расположении и потенциале высокой доходности от аренды. Это исследование представляет собой статистический анализ рынка с отражением основных показателей за 2022 год, которые будут интересны инвесторам и покупателям, ищущим дополнительные возможности для диверсификации активов по географическому и типовому признаку.

Экономика Грузии в постковидный период

Грузия — это страна, расположенная на перекрестке Европы и Азии, обладающая уникальным культурным и природным наследием. За последние годы Грузия претерпела значительные изменения, как в политическом, так и в экономическом плане. Страна перестроила экономику после тяжелого периода 90-х годов на развитую рыночную, провела большие реформы и добилась значительного экономического роста, который в сочетании с уникальным природным и культурным наследием сделал ее одним из наиболее привлекательных направлений для инвесторов и туристов в регионе.

До начала пандемии Грузия была на [передовых](#) позициях среди экономик мира по легкости ведения бизнеса (табл.1), оказавшись на седьмом месте в 2019 году. По простоте регистрации предприятий страна уступила только Новой Зеландии, а по простоте регистрации собственности опередила США и Великобританию более, чем на 30 мест в рейтинге. По оценкам Всемирного банка Грузия по-прежнему занимает лидирующие позиции в мире, однако, в связи с пандемией, официальный рейтинг не ведется с 2020 года.

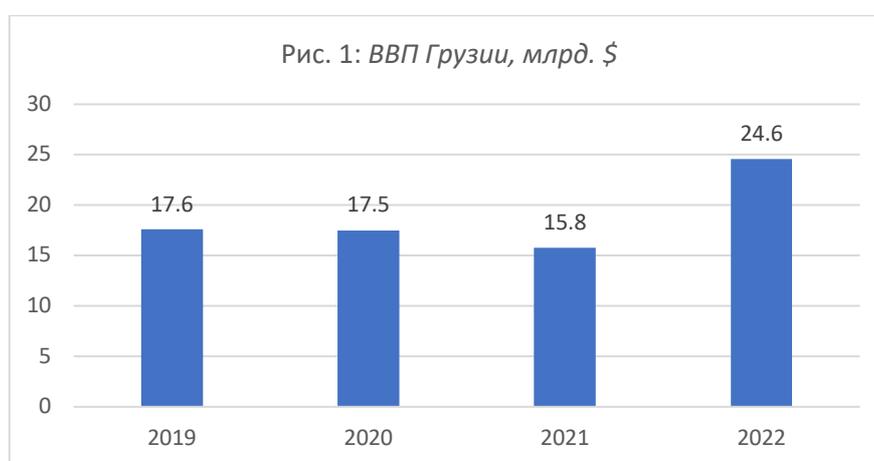
Табл. 1: Топ-10 стран мира по благоприятности ведения бизнеса, данные Doing Business за 2019

Место в общем рейтинге	Страна	Регистрация предприятий	Регистрация собственности	Получение кредитов	Защита миноритарных инвесторов	Налогообложение	Обеспечение исполнения контрактов
1	Новая Зеландия	1	2	1	3	9	23
2	Сингапур	4	21	37	3	7	1
3	САР, Гонконг, Китай	5	51	37	7	2	31
4	Дания	45	11	48	28	8	14
5	Республика Корея	33	40	67	25	21	2
6	Соединённые Штаты Америки	55	39	4	36	25	17
7	Грузия	2	5	15	7	14	12
8	Великобритания	18	41	37	7	27	34
9	Норвегия	25	15	94	21	34	3
10	Швеция	39	9	80	28	31	39

Отчет, опубликованный международным агентством Standard & Poor's в 2019 году повысил [рейтинг страны](#) с «Стабильного» на «Позитивный», а Fitch [изменило](#) оценку перспектив суверенного кредитного рейтинга Грузии со «стабильной» на «позитивную» в 2023 году, сам рейтинг повышен с ВВ– до ВВ с перспективой дальнейшего роста. В рейтинге Всемирного банка Грузия заняла 48 место по направлению борьбы с коррупцией.

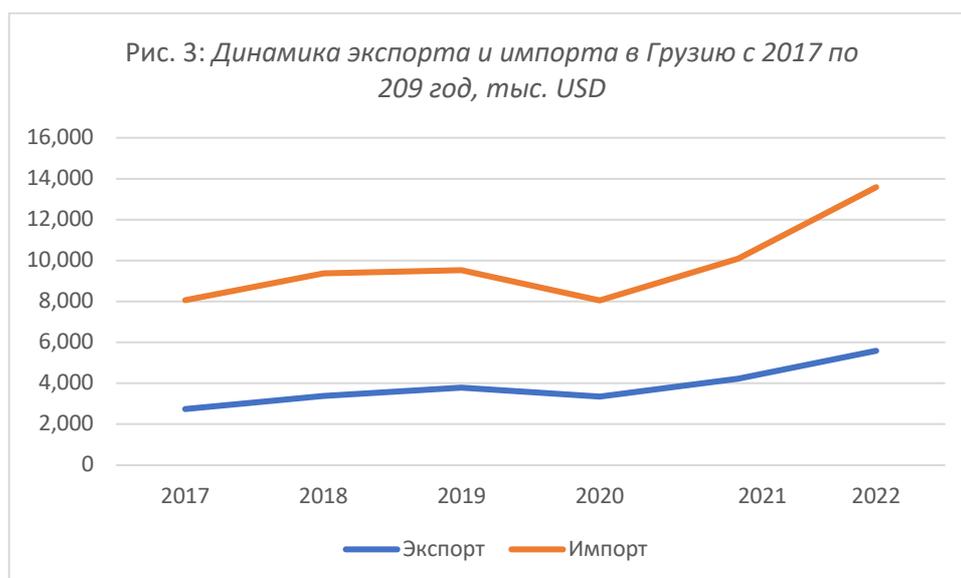
В 2020 году Грузия вошла в топ-5 лучших стран по степени экономической свободы по версии [Cato Institute](#), в 2022 — в топ-30 лучших стран мира по версии [Heritage](#).

По информации [Национального Офиса Статистики Грузии](#) пандемийные 2020 и 2021 годы отразились на ВВП страны негативно, однако уже в 2022 экономика вернулась к росту. Соотношение показателя 2019/2022 составило более 139% (рис. 1). При среднем общемировом [росте показателя](#) 2021/2022 году на 3,1%, страна показала более, чем убедительные 55,6% за аналогичный период.



[Прямые иностранные инвестиции](#) (рис. 2) стали для страны рекордными за прошедший год, что связано с активной поддержкой туризма со стороны властей, простотой ведения бизнеса для экспатов и благоприятным налоговым климатом. Также, позитивная динамика наблюдается в импорте и экспорте Грузии (рис. 3), не смотря на общемировое негативное влияние пандемии на экономику.



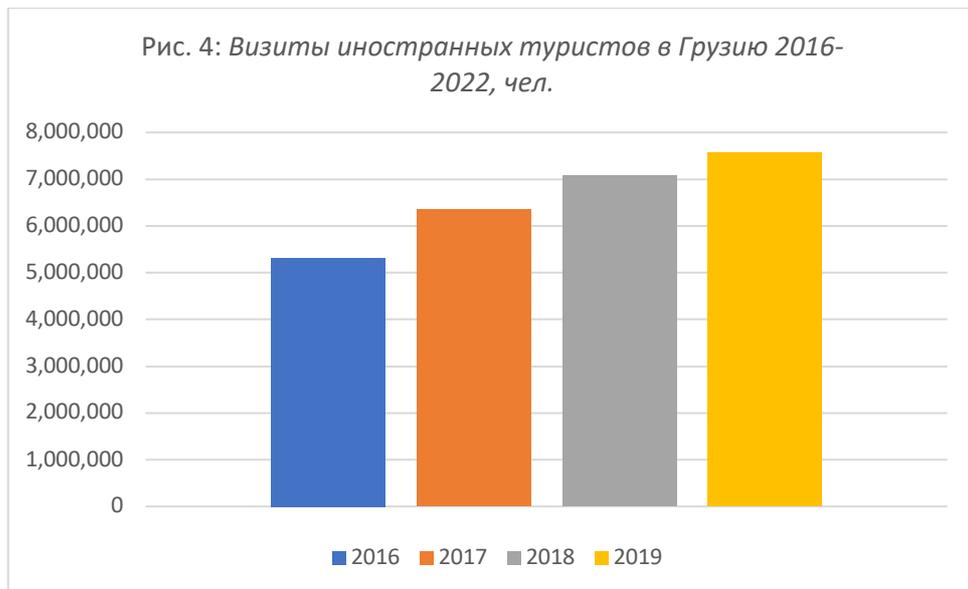


Туристический поток

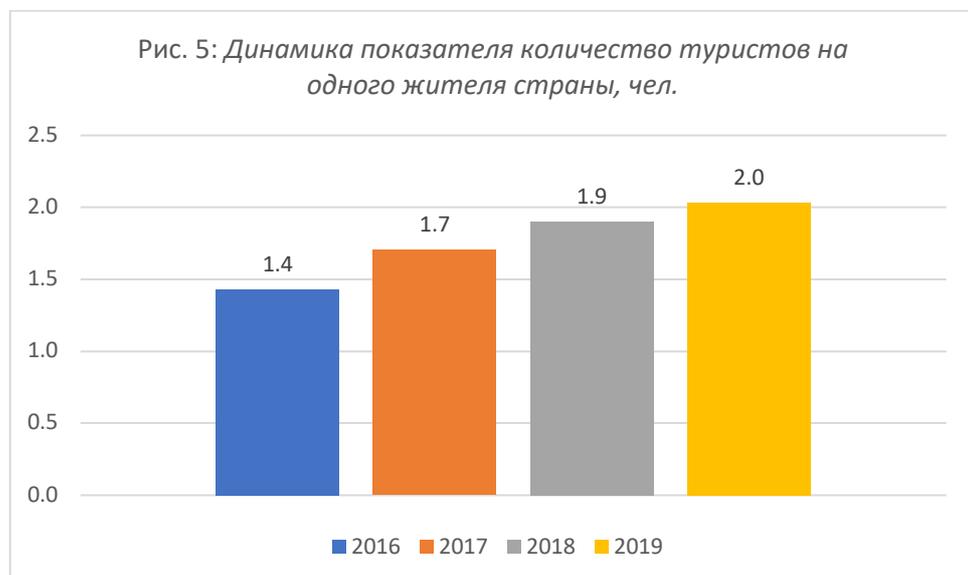
Тенденции к восстановительному росту наблюдаются и в пассажиропотоке. Агентство Гражданской Авиации Грузии сообщает, что за 2022 год аэропорты страны обслужили более 4,4 млн. туристов, что на 78% больше, чем годом ранее, а наибольший трафик пришелся на три крупнейших авиа хаба региона: Тбилиси, Кутаиси и Батуми. Главный аэропорт Аджарии обслужил более 600 000 человек, увеличив этот показатель на 20% в сравнении с 2021 годом.

Согласно данным Национальной Туристической Администрации Грузии количество въезжающих в страну туристов в 2022 году выросло на 210,6% и 188,6% в сравнении с 2020 и 2021 годом, соответственно, а туристический поток в страну практически вернулся к допандемийному уровню. Лидерами по этому показателю являются регионы Тбилиси, Квемо Картли и Аджария. Стоит отметить, что в отличие от первых двух, потерявших более трети туристов в сравнении с 2019 годом (-122,9 тыс. чел. и -75,9 тыс. чел., соответственно), агломерация Батуми практически восстановила данный поток к доковидным значениям, недобрав всего 16,2 тыс. чел. в сравнении с 2019 годом.

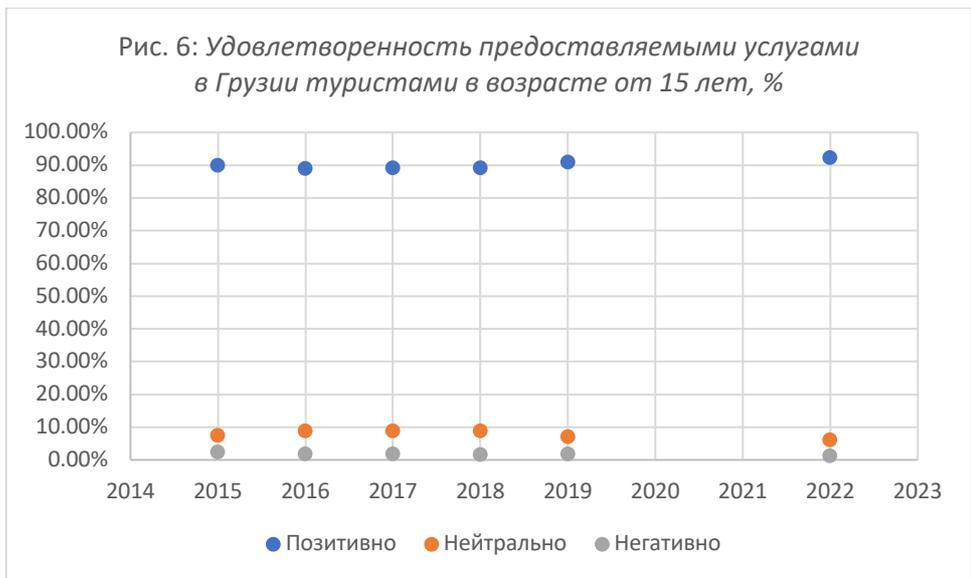
Темпы же роста общего туристического потока до 2020 года были достаточно высокими (рис. 4). Так, динамика 2016/2017, 2017/2018, 2018/2019 составила +19,4%, +11,4% и +6,9%, соответственно. При этом мировые темпы за аналогичный период составили от +4% до +7%.



[Всемирная организация туризма](#) в допандемийный период стандартом туристического трафика для развитых экономик называла показатель в 4 человека на одного жителя страны. В Грузии это соотношение в своем пике достигало 2 (рис. 5), что говорит о том, что туристический рынок региона сильно недооценен и имел еще по состоянию на 2019 год минимум двукратный потенциал роста. Сейчас же в связи с периодом восстановления показатель несколько выше и имеет чуть более, чем 300% в запасе для роста.



Из отчета, предоставляемого [Geostat](#) (Национального Офиса Статистики Грузии), отчетливо прослеживается тенденция на увеличение количества респондентов, оценивающих свой опыт пребывания в стране как позитивный (рис. 6). Данные за 2020 и 2021 год отсутствуют в связи с тем, что страна была закрыта для посещения.



Как следует из отчета [Национального Офиса Статистики Грузии](#), количество проведенного времени в стране увеличивается (рис. 7), причем подавляющее число опрошенных (более 53%) назвали целью своего визита отдых (рис. 8), а сам этот показатель с 2014 года вырос почти вдвое.

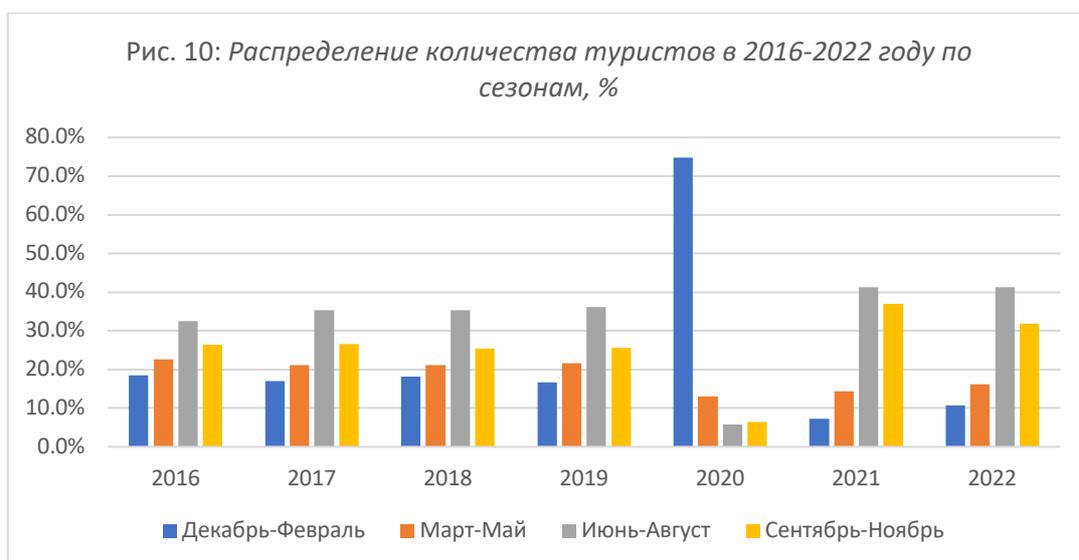




Активность туристов по сезонам

Что касается распределения потока, то для периода 2016-2022 годов сезонность ярко [выражена](#): летом (июнь-август) приезжает наибольшее количество туристов (более 37%), осенью (сентябрь-ноябрь) показатель посещаемости немного падает и составляет около 25%, зимой (декабрь-февраль) и весной (март-май) составляет около 20% (рис. 9, рис. 10).





Единственным существенным отклонением является период март 2020- май 2022, на который пришлось начало пандемии COVID-19 и ее последствия (табл. 2).

Табл. 2: Сезонное распределение туристического потока в 2016-2022 году по сезонам, чел.

Год	Декабрь-Февраль	Март-Май	Июнь-Август	Сентябрь-Ноябрь
2016	1 243 741	1 514 167	2 179 617	1 772 590
2017	1 327 640	1 645 872	2 759 603	2 071 892
2018	1 575 843	1 834 032	3 061 338	2 209 915
2019	1 541 938	1 990 255	3 332 038	2 369 836
2020	1 767 222	307 974	136 514	151 995
2021	128 001	252 841	724 504	648 773
2022	543 188	815 015	2 076 336	1 605 877
Итого:	8 127 573	8 360 156	14 269 950	10 830 878

Несмотря на то, что поток туристов в количестве визитов 2019/2022 снизился почти на 40%, доходы Грузии от этого направления растут. Так, на пике сезона, в августе 2022 года, страна [заработала](#) 523 миллиона USD, что на 26,6% выше, чем в рекордный с точки зрения посещений 2019 год (413 млн. USD). Главными факторами такой динамики могут являться как увеличение продолжительности визита в среднем, так и спрос на более качественный сервис и виды размещения.

Сегментация туристического трафика в Грузию

Согласно данным [Национальной Грузинской Администрации Туризма](#) подавляющее большинство туристов за 2016-2022 год приехали в страну из региона Европы (рис. 11), причем это распределение практически не менялось с течением времени (табл. 3, рис. 12). Не смотря на то, что просадка показателя в 2020 году была во всех странах мира, уже в 2021 году люди стали понемногу возвращаться к обычной жизни: общемировой рост туристического потока год к году [составил](#) 4%, в Грузии же показатель опередил его и [превысил](#) 7%.

Рис. 11: Количество туристов в Грузии по регионам в период 2016-2022, чел.

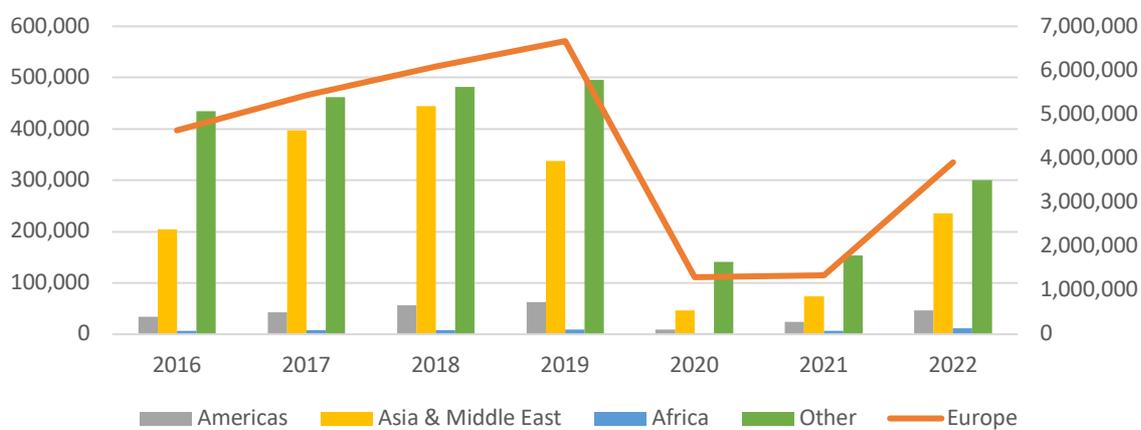
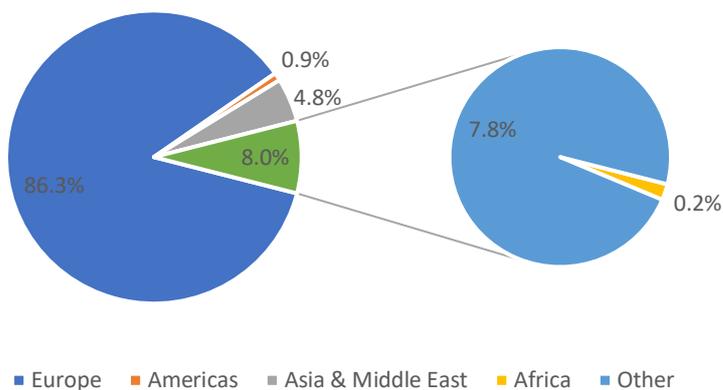


Табл. 3: Распределение иностранных туристов в Грузии по регионам, %

Регион	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Europe	87,2%	85,7%	86,0%	88,0%	86,7%	83,9%	86,8%
Americas	0,6%	0,7%	0,8%	0,8%	0,7%	1,5%	1,0%
Asia & Middle East	3,8%	6,3%	6,3%	4,5%	3,1%	4,6%	5,2%
Africa	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,4%	0,3%
Other	8,2%	7,3%	6,8%	6,5%	9,5%	9,6%	6,7%

Рис. 12: Распределение туристических визитов по регионам в период 2016-2022, %



Страна все еще находится в фазе восстановительного роста после пандемии, однако по части направлений Грузия уже обошла в прошедшем 2022 году рекордный для себя туристический поток 2019 года. В частности, намного чаще стали приезжать путешественники из Карибского региона (+48,5%), Ближнего Востока (+33,4%) и Африки (+20,3%), а пассажиропоток из 70 стран мира уже превзошел показатели 2019 года (табл. 4).

Табл. 4: Топ-10 стран, нарастивших поток туристов в Грузию в 2022 году, чел.

Страна	2019	2022	Рост 2019-2022
Israel	205 051	210 178	2,5%
Belarus	66 174	130 046	96,5%
Kazakhstan	103 611	120 494	16,3%
Saudi Arabia	75 155	119 921	59,6%
Uzbekistan	16 785	47 953	185,7%
Jordan	15 942	22 239	39,5%
Thailand	12 320	19 276	56,5%
Kyrgyzstan	13 343	14 218	6,6%
United Arab Emirates	10 483	13 146	25,4%
Pakistan	8 025	9 343	16,4%

Обзор отельного бизнеса в Батуми

Отельный бизнес в Грузии в настоящее время является одним из наиболее динамично развивающихся секторов экономики страны. Благодаря уникальному сочетанию горных пейзажей, морского побережья, богатого культурного наследия и знаменитой грузинской гостеприимности, страна стала популярным направлением для туристов со всего мира, что привлекает внимание многих инвесторов в отельный бизнес. Множество крупнейших международных сетей (Marriott Hotels & Resorts, Wyndham Hotels & Resorts, Inc., Hilton Hotels & Resorts, Radisson Hotels, InterContinental Hotels & Resorts и другие) активно используют возможности, предлагаемые регионом.

Трендом же среди таких холдингов является строительство на побережье брендовых или брендированных резиденций (отельных номеров)- [недвижимости](#), в которой регламентируется все, начиная со строгих требований к общим параметрам (например: требования к параметрам здания, планировка юнитов, местам общего пользования и т.д.), заканчивая мелкими деталями обустройства (например: выключатели, розетки, длина панели под раковиной и т.д.). Управлять отельной резиденцией может или сама отельная сеть, или аккредитованная международная компания. Только этим условием бренд может обеспечить соблюдение высоких стандартов обслуживания гостей.

Небрендированные или небрендовые апартаменты не имеют таких строгих стандартов, могут быть построены или материалов более низкого качества, а местная управляющая компания будет не в полном объеме следить за качеством предоставляемых услуг. Сроки сдачи таких объектов застройщиком периодически затягиваются. Следствием всего вышесказанного может стать более быстрый износ коммуникаций и самого здания, а значит- более низкая капитализация объекта от момента начала строительства до введения в эксплуатацию и использования и более низкая ликвидность.

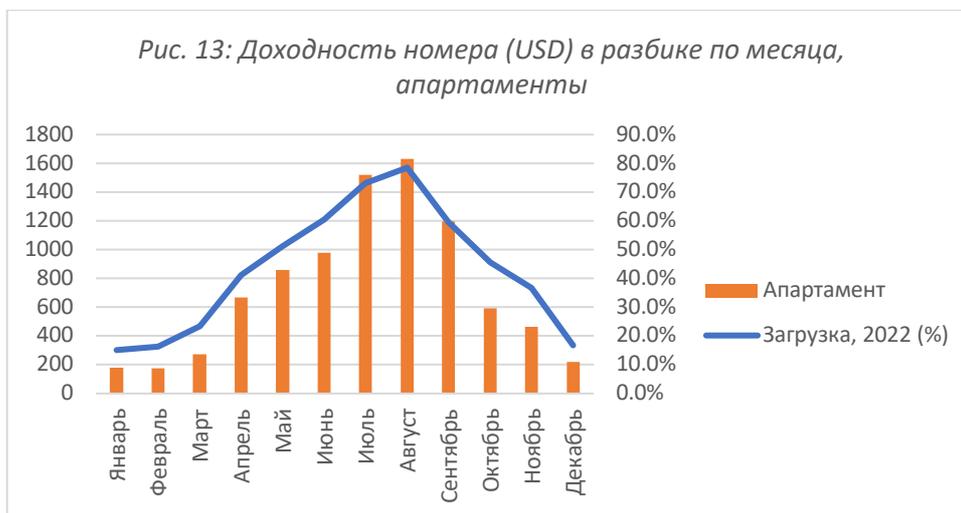
Наиболее активно с иностранными отельными брендами [сотрудничает](#) руководство причерноморского региона Аджария, одного из самых перспективных с точки зрения инвестиций в Грузии. И это не удивительно- уже сейчас загрузка брендовых отелей в пиковые моменты сезона (июнь-сентябрь) составляет более 90%, а запрос на высокое качество обслуживания растет каждый год.

Согласно данным [Booking](#) в Батуми насчитывается более 2400 вариантов размещения гостей, из них 174 отеля и всего 7 отелей от крупных мировых сетей.

Стоимость размещения в небрендовых комплексах значительно ниже, и составляет в среднегодовом выражении 50 USD (табл. 5), а спрос на такие предложения менее активный, чем на предложения от мировых сетей: чуть более 43% заполняемости по году и около 78% на пике сезона (рис.13).

Табл. 5: доходность небрендовых апартаментов в Батуми в 2022

Месяц	Загрузка, 2022 (%)	Стоимость размещения, USD/сутки	Выручка, USD
Январь	15,1%	38	178
Февраль	16,3%	38	173
Март	23,3%	38	274
Апрель	41,2%	54	667
Май	51,2%	54	857
Июнь	60,4%	54	978
Июль	73,1%	67	1 518
Август	78,5%	67	1 630
Сентябрь	59,5%	67	1 196
Октябрь	45,6%	42	594
Ноябрь	36,7%	42	462
Декабрь	16,7%	42	217
Тотал	43,1%	50	8 747



В 2022 среднегодовая заполняемость брендовых отелей в крупнейшем городе республики Аджария, Батуми, составляет более 60% (рис. 14). Средняя же стоимость номера Стандарт составляет 143 USD за ночь (табл. 6).

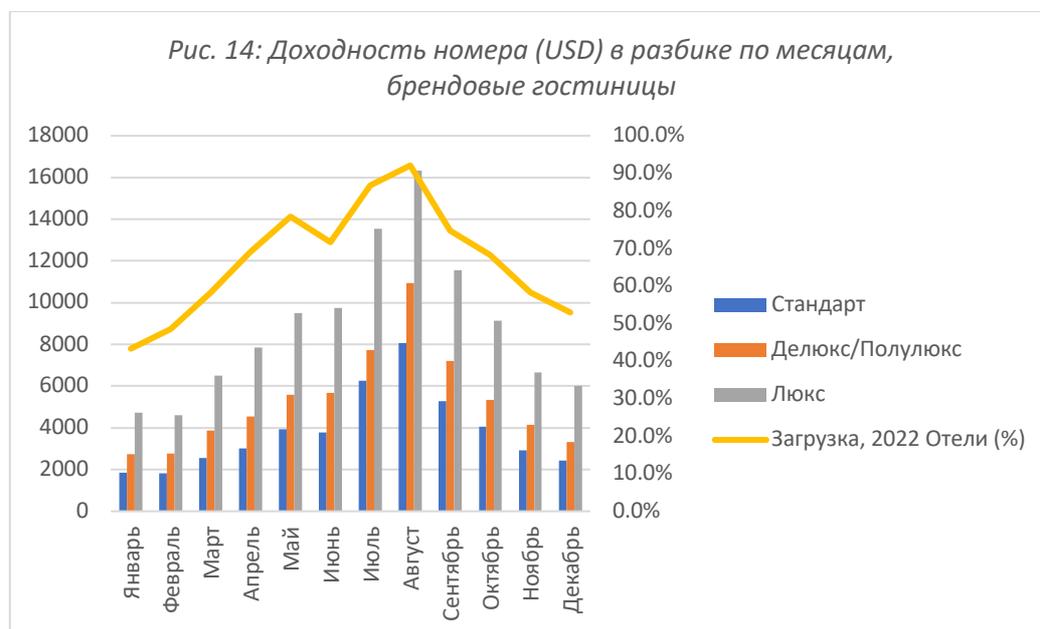


Табл. 6: доходность брендовых номеров категории Стандарт в Батуми в 2022

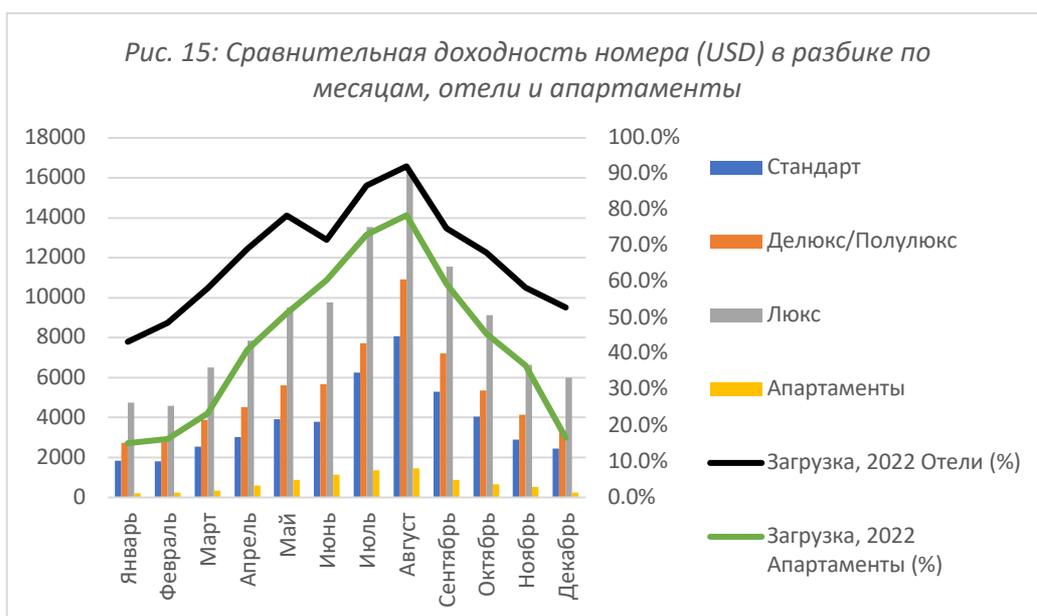
Месяц	Загрузка, 2022 (%)	Стоимость размещения, USD/ сутки	Въручка, USD
Январь	43,3%	137	1 845
Февраль	48,5%	134	1 818
Март	58,2%	141	2 541
Апрель	69,2%	145	3 019
Май	78,4%	162	3 930
Июнь	71,7%	176	3 777
Июль	86,8%	232	6 247
Август	92,1%	283	8 076
Сентябрь	74,8%	235	5 283
Октябрь	68,2%	192	4 056
Ноябрь	58,3%	166	2 908
Декабрь	52,9%	149	2 443
Тотал	66,9%	179	45 943

Сопоставление предоставленных выше данных (табл. 7) дает более наглядную картину. С точки зрения реализованных квадратных метров небрендируемые апартаменты опережают премиальный сегмент, однако обладают намного более скромным и инвестиционной с точки зрения потенциалом, а следовательно, в перспективе, - меньшей ликвидностью на вторичном рынке (рис.15).

Табл. 7: сравнение доходности небрендовых апартаментов и отдельных номеров в Батуми в 2022, USD

Месяц	Стандарт	Делюкс/Полулюкс	Люкс	Апартаменты
Январь	1 845	2 733	4 736	178
Февраль	1 818	2 765	4 602	173
Март	2 541	3 876	6 503	274
Апрель	3 019	4 541	7 853	667
Май	3 930	5 597	9 496	857
Июнь	3 777	5 676	9 753	978
Июль	6 247	7 715	13 535	1 518
Август	8 076	10 931	16 319	1 630
Сентябрь	5 283	7 213	11 550	1 196
Октябрь	4 056	5 343	9 136	594
Ноябрь	2 908	4 148	6 649	462
Декабрь	2 443	3 334	6 002	217
Тотал	45 943	63 869	106 134	8 747

Рис. 15: Сравнительная доходность номера (USD) в разбивке по месяцам, отели и апартаменты



Вывод

Грузия — один из самых перспективных постсоветских регионов с точки зрения развития туризма в ближайшие годы. Этому способствует как экология региона, поддержка руководства страны, нацеленность самих граждан на привлечение большего количества гостей со всем улучшающимся качеством сервиса, с одной стороны, так и заинтересованность иностранных инвесторов в активно развивающемся регионе, который уже становится новым «голубым океаном». Флагманом этого роста с большой долей вероятности будет именно сегмент брендовых отелей и резиденций от мировых сетей, проживание в которых с каждым годом туристы выбирают все чаще на фоне острого дефицита сервиса. Стандарты сервисов нового уровня восполняют дефицитные ниши, позволяя клиентам ориентироваться кроме прочих однотипных предложений также и на форматы пакетных туров, которые значительно повышают заполняемость гостиниц, обеспечивая равномерное распределение туристов в течение всего года. Дополнительным фактором являются и программы лояльности, включающие миллионы людей по всему миру.

Экономика страны достаточно сильно зависит от [туризма](#), поэтому государство предпринимает все возможное для усиления и развития данного направления. Политический нейтралитет, строительство первых в стране отелей формата All Inclusive привлекает внимание путешественников из арабских стран, Израиля,

США, Европы, граждан с территории бывшего СССР и т.д. При среднемировом постковидном [росте туризма](#) на 4% по количеству поездок с ночевками, Грузия в соотношении 2022/2019 смогла достичь подъема [показателя](#) на 52%.

Несмотря на то, что последствия крупнейшей за последнее столетие пандемии не могли не сказаться на экономике страны, восстановительные тенденции во всех сферах обнадеживают как частных инвесторов, так и крупные международные холдинги, которые наращивают импорт в страну финансов, технологий, стандартов и компетенций, что дает более чем обоснованные основания для оптимизма, особенно в сфере туризма.