



SAMSON

инвестиционно-строительный холдинг

Курортная инфраструктура Юга:
инвестиции в эпоху дорогих денег

Продукт и его качество

ЕМКОСТЬ РЫНКА И ПОТЕНЦИАЛ

- Количество объектов КСР на 2024 г. в ЮФО составляло 8,9 тыс. ед. (+2%)
- Совокупный номерной фонд – 342 тыс. номеров
- 5 тыс. новых номеров введено в ЮФО, 9 тыс. – по стране. Динамика опережающая

Показатель / Год	2022	2023	2024	Y-o-Y
Количество КСР, ед.	8 481	8 808	8 984	102%
Номерной фонд КСР, ед.	322 678	336 800	341 852	102%
Средняя доходность ночи КСР, руб.	2 415	2 976	3 470	117%
Доходы КСР, руб.	202 279 441 900	227 004 908 800	281 308 995 100	124%

ЮФО

ЕМКОСТЬ РЫНКА И ПОТЕНЦИАЛ

- Турпоток на 2024 г. в ЮФО составил 30 млн. чел.
- Совокупное количество ночевок в КСР – 81 млн. человек/дней

Показатель / Год	2022	2023	2024
Поездки в ЮФО, ед.	31 783 854	27 495 812	29 883 585
Ночевки в КСР, ед.	83 758 764	76 276 590	81 069 424
Расчетная загрузка	71%	62%	65%

ЮФО в 2024 г.
принял около
30 млн. чел.

ЦЕЛИ ПО ДОЛЕ В ВВП

- Обновленный национальный проект «Туризм и гостеприимство» заработал с января 2025 года.
- «Президент поставил задачу увеличить долю туротрасли в валовом внутреннем продукте за шесть лет до 5 процентов. А экспорт услуг в этой сфере – в три раза.
- Текущая доля в ВП составляет 2,8%, нужен прирост на 78%



Доля туризма в ВВП России должна за 5 лет вырасти на 78%

ЦЕЛИ ПО ПРЕДЛОЖЕНИЮ

- Всего нужно новых номеров в России дополнительно 238 тыс. шт.
- Если сохранять долю ЮФО на уровне 31%, то нужно строить 72,8 тыс. новых номеров
- Необходимо вводить 14,5 тыс. номеров каждый год. Требуемый прирост 21% в год.

Новых номеров по России	238 000
Всего номеров в России	1 117 414
Номерной фонд ЮФО	341 852
Новых номеров по ЮФО	72 812
Новых номеров по ЮФО каждый год до 2030 г.	14 562
Всего будет номеров в ЮФО	414 664
Емкость ночевок ед.	151 352 238

Номерной фонд ЮФО должен прирастать с темпом 14,5 тыс. новых номеров каждый год до 2030 года

ЦЕЛИ ПО СПРОСУ

- Причем число ежегодных поездок по стране должно вырасти до 140 млн», – сообщил о целях нацпроекта Председатель Правительства Михаил Мишустин.
- Текущий турпоток в ЮФО – 29,9 млн поездок. В 2030 г. он должен составить 45,5 млн. поездок
- При достижении цели загрузка номерного фонда останется приблизительно на текущем уровне – цель по предложению сбалансирована с ожидаемым ростом спроса

Поездки по России	140 млн
Сейчас	73 млн
Прирост	52%
Прирост в год	10%
Поездки по ЮФО 2024	29 883 585
Поездки по ЮФО 2030	45 465 740
Ночевки в КСР, ед.	229 580 058
Текущая загрузка	65%
Ожидаемая загрузка	66%

В ЮФО необходимо принимать 45,5 млн туристов к 2030 году.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

Среди целей покупки в курортной локации присутствует как личное постоянное или временное проживание и инвестиции в разных вариациях (сдача в аренду, перепродажа), так и сочетание двух целей.



Среди целей покупки в курортной локации: личное проживание, инвестиции и сочетание двух целей.

Результаты исследования АО «СПГ» (Strategy Partners). В ходе исследования можно было выбирать несколько вариантов ответа.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

Наличие управляющей компании и возможность сдать в управление является значимым фактором для 30% респондентов, еще 61% готовы рассмотреть такую опцию.



Наличие профессиональной управляющей компании – крайне важный фактор для курортной недвижимости.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

- Высокий уровень сервиса на уровне отеля 5*;
- Рестораны с разным типом питания;
- SPA-центры и оздоровительные программы;
- Туристская инфраструктура (например, для отелей рядом с горнолыжными курортами – наличие Ski-room, Ski-in / Ski-out – прямой выход к подъемнику, услуги инструкторов).
- Оздоровительный туризм в санаториях и пансионатах
- Sleep & spa \ сонный туризм
- Наличие пространств для уединения
- Экологичность деятельности отелей, ESG-повестка
- Использование фермерских продуктов
- Сегментированность зон отдыха: adults only, детские зоны, релакс и т.д.
- Наличие рабочего пространства для деловых поездок
- Оперативное продление бронирования
- Возможность проживания с домашними животными
- Сегментированность номерного фонда: семейные номера, апартаменты

Тренд на
усложнение и
развитие
Продукта

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

- Относительно номерограммы для покупателя **важная площадь и удобная планировка.**
- Главное, что отличает курортное жилье, — это его площадь. Ориентировочно 80% номеров в гостиницах и сервисных апартаментах составляют студии площадью **около 30 кв. м.**
- Компактные планировочные решения обоснованы образом жизни проживающих или отдыхающих. В отличие от типичного городского жилья резиденты курортного жилья время в основном проводят не в номере.
- На курорте люди **не стремятся покупать жилье в многоквартирном многоэтажном** доме. В большей степени важно много пространства, прогулочные зоны, разнообразная инфраструктура, бассейны, близость к пляжу или горнолыжному курорту либо организованный до него трансфер и т.д.

Объект	Категория	Ср. площадь лота, кв. м
Шермонт	5*	36,5
Редиссон Роза Хутор	5*	33,5
Манжерок	5*	32,6
Новотель Красная поляна	4*	35,6
Alean Select Архыз	4*	31,8
Панорама Меркюр Красная поляна	4*	30,0
Лунная поляна, Архыз	4*	30,0

Отличает
курортную
недвижимость
компактная
площадь лотов

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ

61% предпочитают использовать полную оплату или рассрочку, остальные – ипотеку. Ввиду предпочтений покупателей застройщики предлагают льготную ипотеку, беспроцентную рассрочку и скидки и акции за 100% оплату.



61% покупателей курортной недвижимости предпочитают использовать полную оплату или рассрочку.

ВЫВОДЫ

Внутренние факторы

- Следование и упреждение потребительских предпочтений
- Проектирование и строительство действительно востребованных объектов
- Быстрое развитие компетенций собственных управляющих компаний
- Понятные правила расчета доходности УК



ВЫВОДЫ

Внешние факторы

- Сохранение существующих мер поддержки (НДС, ПП-141)
- Доступность кредитных средств для девелоперов
- Упрощение процедуры доступа к мерам финансирования
- Трудовые ресурсы
- Доступность для покупателей мер поддержки приобретения
- Комплексное развитие курортных зон

Количество организаций и работников туриндустрии**





SAMSON

инвестиционно-строительный холдинг

Благодарим за внимание.

www.sk-samson.ru