

БИЗНЕС ПОИГРЫВАЕТ МЯЧОМ

ЧЕМПИОНАТ МИРА ПО ФУТБОЛУ (ЧМ), КОТОРЫЙ ПРОЙДЕТ ЛЕТОМ 2018 ГОДА, НЕ ТОЛЬКО ОБЕЩАЕТ ТРАНСПОРТНЫЕ СЛОЖНОСТИ ДЛЯ ЖИТЕЛЕЙ РЯДА РОССИЙСКИХ ГОРОДОВ (В ТОМ ЧИСЛЕ И ПЕТЕРБУРГА) И ПОВОДЫ ДЛЯ РАДОСТИ И РАЗОЧАРОВАНИЙ БОЛЕЛЬЩИКОВ СО ВСЕГО МИРА, НО И СУЛИТ ВОЗМОЖНОСТЬ ХОРОШЕГО ЗАРАБОТКА ДЛЯ ПРЕДСТАВИТЕЛЕЙ РЯДА СЕГМЕНТОВ ЭКОНОМИКИ. ЭКСПЕРТЫ СЧИТАЮТ, ЧТО МЕРОПРИЯТИЕ МОЖЕТ БЫТЬ ПРИБЫЛЬНЫМ, ОДНАКО ГОРОДУ И БИЗНЕСУ ГЛАВНОЕ ПРАВИЛЬНО ИМ ВОСПОЛЬЗОВАТЬСЯ. АЛЕКСЕЙ ГРОМОВ

В первую очередь от ЧМ-2018 выиграют ресторанный бизнес, продавцы сувенирной продукции, сегмент музеев и развлечений, частично гостиничный бизнес — то есть отрасли, которые в наибольшей степени зависят от туристического потока, говорит руководитель отдела исследований компании JLL в Петербурге Владислав Фадеев. «Кроме того, определенную выгоду получают ритейлеры, которые имеют магазины около основных логистических узлов (вокзалов и аэропорта) и мест притяжения туристов. Возможно, повышенные доходы будут и в сегменте арендного жилья, однако эти эффекты будут носить временный и неравномерно распределенный по территориям характер», — отмечает эксперт.

Крупные спортивные, общественно-деловые и культурные события будут интересны в первую очередь инвесторам, ориентированным на конечного потребителя, согласны с господином Фадеевым в городском комитете по инвестициям: проведение подобных мероприятий генерирует дополнительный поток потребителей туристических услуг, что благоприятно сказывается на экономике города в целом. Мультипликативный эффект от проведения таких мероприятий заключается в стимулирующем действии на развитие прилегающих территорий и смежных секторов экономики — в гостиничной отрасли, в сфере транспорта, торговли и общественного питания.

Стабильный рост числа туристов, посещающих Петербург, в совокупности с дополнительным потоком гостей в связи с ЧМ, Петербургским международным экономическим форумом и другими мероприятиями формируют высокий спрос на объекты размещения, отмечают в комитете. «В настоящее время гостиничный рынок Санкт-Петербурга имеет ряд сегментов, далеких от насыщения: гостиницы премиум-класса, гостиницы среднего ценового сегмента и хостелы, работающие по международным стандартам сервиса. С целью привлечения инвесторов существует программа развития гостиничной отрасли, предусматривающая налоговые льготы, особые условия реализации проектов приоритетных сегментов гостиничной отрасли», — говорит представитель структуры.

Не менее привлекательными для инвесторов выглядят и проекты развития транспортной инфраструктуры, в том числе и в рамках подготовки к крупным мероприятиям, отмечают в комитете: модернизация пунктов прибытия наземного, морского и воздушного транспорта, комфортное перемещение пассажиров внутри города, проекты в сфере дорожного строительства.



ХОРОШО ПРОВЕДЕННЫЙ ЧЕМПИОНАТ — ЭТО РЕКЛАМА ДЛЯ ГОРОДА, СООТВЕТСТВЕННО, ГЛАВНЫЙ ВЫИГРЫШ БУДЕТ У БИЗНЕСА, ОРИЕНТИРОВАННОГО НА ТУРИСТОВ

Рост туристического потока даст прибавку оборотов в транспортной сфере, говорит руководитель отдела консалтинга Knight Frank St. Petersburg Игорь Кокорев, несомненный плюс — реализация проектов транспортной инфраструктуры «к чемпионату»: новые станции метро, дороги и мосты. «К сожалению, нет новой удобной связи города и аэропорта», — добавляет эксперт.

По данным исследования консалтинговой компании Colliers International, номерной фонд Петербурга вырос на 2% за первое полугодие 2017 года и превысил показатель в 21 тыс. номеров. В первом полугодии 2017 года открылись две новые гостиницы, находящиеся под управлением международных операторов. В марте на территории конгрессно-выставочного центра «Экспофорум» состоялось открытие отеля Hilton Saint Petersburg Expo Forum, в мае официально открылся отель «Лотте Отель Санкт-Петербург», также появился отель «Друзья на Фонтанке» местного оператора «Друзья — молодежные отели».

«В настоящее время девелоперская активность в отношении строительства новых крупных гостиниц в Петербурге низкая. До конца текущего года ожидается к открытию только один отель уровня „четыре звезды“, расположенный в

Центральном районе, который будет управляться российским сетевым оператором City Hotel Group. В перспективе ближайших двух-трех лет номерной фонд пополнят операторы Hilton World Wide и Accor Hotels», — говорится в исследовании.

Тем не менее в преддверии ЧМ-2018 в Петербурге закончился процесс классификации коллективных средств размещения, по итогам которой классифицировано 840 объектов, что позволяет петербургским гостиницам принять гостей данного спортивного мероприятия, считают в Colliers International.

Дополнительную прибыль проведение чемпионата может принести и производителям алкогольных напитков, в частности пива. «По статистике, во время чемпионата мира по футболу потребление пива в стране, которая его проводит, возрастает в среднем на 5%. Например, в Бразилии только на стадионах выпили 1,5 млн литров пива. А в многочисленных барах по стране, где люди смотрели трансляции матчей, очевидно, в разы больше», — отмечал ранее директор по корпоративным отношениям и правовым вопросам пивоваренной компании «САН ИнБев» Ораз Дурдыев.

Так, по его оценке, если предположить, что каждый человек, который придет на

стадион в Петербурге (при условии его полной заполненности — 60 тыс. человек), выпьет хотя бы по одному бокалу пива (алкогольного или безалкогольного), то объем потребления за один матч составит около 30 тыс. литров. Однако, признает он, в данном случае нужно учитывать и возраст посетителей, и погодные условия, при которых проходит матч.

По мнению Игоря Кокорева, если учитывать все расходы на подготовку и проведение ЧМ-2018, то это, конечно, не самокупаемое событие, но событие, которое может дать долгосрочный положительный эффект в разных сферах городской экономики. Хорошо проведенный чемпионат — это реклама для города, соответственно, главный выигрыш будет у бизнеса, ориентированного на туристов: гостиниц, общепита, досуговых объектов, услуг для туристов.

Для отдельных сегментов экономики проведение чемпионата мира по футболу даст временное увеличение выручки, говорит Владислав Фадеев, однако монетизация выгоды в долгосрочной перспективе зависит от усилий, в том числе и городских властей, по раскручиванию бренда Петербурга, по увеличению его туристической и инвестиционной привлекательности как для российского, так и для зарубежного бизнеса.

«Чемпионат мира по футболу наряду с Олимпийскими играми и гонками „Формулы-1“ является одним из самых интересных с коммерческой точки зрения событийных мероприятий. Другой вопрос заключается в том, как оценивать прибыльность. Ведь можно потратить огромные средства на проведение мероприятия, а при этом толчок развитию бизнеса и экономики будет не очень велик», — отмечает эксперт.

Руководитель департамента гостиничного бизнеса компании JLL Татьяна Веллер считает, что крупномасштабные спортивные события достаточно редко дают серьезный положительный эффект для гостиничного рынка города в ходе своего проведения. Результат в виде повышенных операционных показателей и узнаваемости туристического направления, как правило, отложенный. Непосредственно во время проведения события чаще всего растет средняя цена на номер, но загрузка обычно падает — традиционные туристы в эти моменты избегают приезжать в места проведения таких событий. «Это видно и по операционным показателям отелей во время проведения трех последних чемпионатов мира по футболу: по нашим данным, в этих городах загрузка падала от 2–3 до 10–15 п. п. по сравнению с аналогичным периодом предшествующего года», — говорит она. ■