

ЗАПАДНЫЕ ОТЕЛИ С РУССКИМ АКЦЕНТОМ

АВТОР:
Элина Плахтина



ОДНАЖДЫ, ОТДЫХАЯ НА ОДНОМ ИЗ ГРЕЧЕСКИХ ОСТРОВОВ, Я ПОЗНАКОМИЛАСЬ С СООТЕЧЕСТВЕННИКАМИ — СУПРУЖЕСКОЙ ПАРОЙ ПРЕДПЕНСИОННОГО ВОЗРАСТА. ЭНЕРГИЧНАЯ ДАМА ПОВЕДАЛА, ЧТО ОЧАРОВАНА ГРЕЦИЕЙ И РЕШИЛА, ВЫЙДЯ НА ПЕНСИЮ, ОБОСНОВАТЬСЯ ТУТ НАВСЕГДА. «ХОЧУ ПРИКУПИТЬ НЕБОЛЬШОЙ ОТЕЛЬ НА ПОБЕРЕЖЬЕ, ЧТОБЫ ЖИТЬ В НЕМ И РАБОТАТЬ. КСТАТИ, ГОВОРЯТ, БИЗНЕСМЕНАМ ДАЮТ ВИД НА ЖИТЕЛЬСТВО В СТРАНЕ», — ПОДЕЛИЛАСЬ ОНА ПЛАНАМИ.

Степennyй супруг дамы только вздыхал и качал головой. «Не верит в мою задумку, — посетовала жена, — мол, читал, что мини-отели за рубежом работают с прибылью только у коренного населения, а у иностранцев этот бизнес не идет. Ничего, думаю, мне удастся его переубедить».

Оказалось, среди россиян немало таких энтузиастов, особенно часто о небольшом собственном отеле на теплом побережье грезят жители северных регионов. В то же время эксперты, оценивая перспективы такого бизнеса, выступают на стороне скептиков. Однако при этом отмечают, что гостиничный бизнес за границей способен стать и весьма прибыльным, если взяться за дело серьезно и основательно. ДН выяснил, почему сложно быть отельером, а также разузнал, в каких странах наиболее прибыльные гостиницы, сколько они стоят и какой приносят доход.

Начнем с мини-отеля, о котором грезила наша героиня. Действительно, в Европе очень много отелей семейного типа, где со стороны жизнь хозяев представляется милой пасторалью. Эксперты утверждают, что сказка длится лишь до тех пор, пока в ней участвует создатель. Стоит отелю поменять хозяина, как сказка тут же превращается в кошмар. Аналогия со сказками не случайна. Очень часто состоятельные россияне для обустройства

Обособняк
в предместье Парижа
\$4,4 млн
Параметры
недвижимости:
Общая
площадь — 1 тыс. м²
Площадь
участка — 7 тыс. м²



Отель на острове Св. Люсии Поместье, датирующееся 1740 годом, расположилось на 4,5 га. В 1970-х новый дизайн был разработан известным английским театральным художником Оливером Месселом.



мини-отелей покупают виллы на 7-10 спален или даже исторические замки, дворцы с легендой, которые своим именем призваны привлекать туристов. Популярны в качестве отелей поместья с виноградниками или другими сельхозугодьями. Роскошные приобретения становятся отличными декорациями для игры новоявленных собственников в благородных рыцарей, королей и принцесс.

Управляющий инвестициями в недвижимость Игорь Индриксонс считает, что подобные истории редко заканчиваются хеппи-эндом. «Мне известно около 30 случаев, когда люди покупали мини-отели в разных странах, но среди этих случаев не было ни одного успешного, — рассказывает эксперт. — Дело в том, что представители малого и среднего бизнеса, которые покупают отели, мало смыслят в том, как организован этот бизнес за рубежом. Конечно, в хозяйственном плане ничего сложного нет: нужно навести чистоту и порядок, обеспечить хорошее питание и т. д. Все это выполнимо для человека, который уже занимался каким-либо бизнесом, но проблема в другом: вместе с прежними хозяевами уходит и вся клиентская база. Мини-отели — специфический род деятельности, туда не заходят люди с улицы, а клиентская база нарабатывается годами. Мало кто из наших сограждан хорошо знает, как работает система букинга за границей, а без тесной работы с нею привлечь клиентов нереально».

К тому же мини-отели — чаще всего сезонный бизнес со всеми его достоинствами и недостатками. По словам Игоря Индриксонса, сейчас мини-отели в Европе обладают низкой рентабельностью. Новые владельцы пытаются привлечь управляющую компанию?



Но ни одна более-менее крупная компания не возьмется управлять мини-отелем на 15 номеров — это просто не их объем, им нужны отели на 150 номеров и больше, которые гарантируют необходимую рентабельность.

Соглашается с коллегой президент международного агентства недвижимости Gordon Rock Станислав Зингель: «Опытные международные инвесторы не вкладываются в ми-

Состоятельные россияне часто покупают исторические замки или дворцы с легендой, которые становятся декорациями для игры в рыцарей и принцесс

ни-отели за рубежом. Объяснение простое: инвестиции в мини-отели — зона повышенного инвестиционного риска. Как правило, это покупка кота в мешке: практически в любой стране существенная часть доходов мини-отелей «серая», ее реальность никак не проверишь. К тому же бизнес мини-отелей зачастую носит семейный характер: на собственника мини-отеля завязана основная масса постоянных посетителей. Совсем не факт, что они сохраняют лояльность к отелю, когда в один прекрасный

день вместо, скажем, фрау Бригитты гостиницей начнет управлять Василий Петрович. Ну и наконец, получить кредитование на покупку мини-отеля существенно сложнее, а ставка кредитования — выше, чем для другого вида бизнеса».

В качестве альтернативы мини-отелям специалисты советуют рассмотреть покупку номеров в крупных отелях. Приобретение 10-15 номеров в гостиницах международной сети по стоимости вполне сопоставимо с владением мини-отелем. Только ими управляет крупная международная компания, а значит, уровень рисков инвестора гораздо ниже. Плюс ликвидность такого портфеля на вторичном рынке выше, чем у любого мини-отеля, поскольку ежегодно в мире открывается не более 10-15 гостиниц, к инвестированию в которые допускаются частные инвесторы.

Среди других преимуществ такого вида инвестиций специалисты отмечают невысокий порог входа (минимальный размер инвестиций от €40-50 тыс.), высокий уровень рентабельности на вложенные инвестиции (до 15% годовых) и большую свободу и простоту — этот вид инвестирования не требует от инвестора личного участия в управлении, решении коммерческих и административных вопросов.

Тем, кто настроен решительно, имеет внушительный объем средств и серьезно намерен

Св. Джеймс, Барбадос
Восхитительная вилла на самом лучшем пляже Барбадоса
Впечатляющий декор, исключительный вид на море и тропические сады.
Терраса у моря с обеденной зоной, бассейн.



www.ascent-travel.ru

Ascent Travel™

ÖTZ
TAL SÖLDEN



ГАННИБАЛ

СНЕЖНОЕ ШОУ

В Австрии

08-15 АПРЕЛЯ 2013

12 апреля 2013 года в Зельдене на леднике Реттенбах на высоте 3000 метров состоится грандиозное авангардное шоу, сюжетом которого послужил переход Карфагенской армии через Альпы.

Действие полностью перенесено в наше время. Все это уникальное представление сопровождается красочными спец-эффектами, музыкой и видеоинсталляциями.

В постановке участвуют более 500 актеров. В роли слонов — ратраки, воины — лыжники, альпинисты и парашютисты.

СТОИМОСТЬ:

турпакета от 797 €

билета на шоу от 39 €

ВНИМАНИЕ!

Скидка за раннее бронирование тура:
до 15.02.13 — 20 %, до 01.03.13 — 15 %



МАРТОВСКИЕ заезды по системе «ФОРТУНА»:

09.03.13 от 620 €

16.03.13 от 515 €

23.03.13 от 745 €

БРОНИРОВАНИЕ ТУРОВ:

для туристических агентств

(495) 744 0606/08

austria@ascent-travel.ru

для частных лиц

(495) 726 3666

karas@ascent-travel.ru



заниматься гостиницами за рубежом не ради забавы, имеет смысл приобрести крупный отель в одной из европейских стран со стабильной экономикой. Минимальный порог вхождения зависит от того, в какую страну планируются инвестиции, в основном он составляет €2-5 млн. Риэлторы констатируют, что за последние несколько лет интерес россиян к такому виду зарубежной недвижимости стал

Немаловажно техническое состояние здания: чем оно более современное, тем охотнее его рассматривают покупатели, если его нужно будет продать

более профессиональным, но советуют очень скрупулезно выбирать объект и тщательно проверять его перед покупкой.

В гостиничном бизнесе есть определенный набор показателей и параметров, анализ которых позволит выявить по-настоящему стоящий и рентабельный объект. «При выборе отеля в качестве инвестиционного варианта обычно оценивают такие показатели, как occupancy (занятость, заполняемость), rack rate (стоимость номера), RevPAR (общая выручка номерного фонда,

разделенная на общее число доступных номеров), EBITDA (прибыль до вычета процентов). Привлекательность объекта чаще всего оценивают с точки зрения ROI (доходности, процента возврата инвестируемых средств)», — поясняет консультант отдела зарубежной недвижимости компании Knight Frank Анна Миронова.

Помимо перечисленных выше коммерческих и финансовых параметров существуют другие моменты, которые нужно учитывать при выборе гостиничного объекта для инвестирования. В первую очередь это местоположение отеля (как с точки зрения выбора страны, региона, так и с точки зрения расположения отеля в конкретном городе). Немаловажным является техническое состояние самого здания: чем оно более современное, тем охотнее его будут рассматривать покупатели, если его нужно будет продать.

Естественно, важную роль играют статус и опыт управляющей компании (гостиничной сети, под управлением которой функционирует или будет функционировать отель), а также тип договора с управляющей компанией. Предпочтительный вариант: договор аренды между собственником отеля и оператором подразумевает фиксированные платежи — так устраняется риск пониженной занятости номеров. Доход может зависеть от фактической заполняемости отеля — это менее привлекательно для

На due diligence у инвестора обычно есть один месяц. Покупатель вправе проводить проверку как самостоятельно, так и с привлечением специализированных аудиторских компаний

Стоимость отелей за рубежом

Тип недви- жимости	Минимальная стоимость объекта, тыс. €	Размер ипотечного кредита, %	Минимальные собственные инвестиции (порог входа), тыс. €
Мини- отели	700	до 50	350
Отели	2000	до 60	800

По данным Gordon Rock

потенциального инвестора. И наконец, не стоит забывать о таких аспектах, как юридическая чистота объекта и сделки, защищенность инвестора в договоре с управляющей компанией.

Получить квалифицированные ответы на эти вопросы, осознанно и без рисков выйти на сделку по покупке отеля инвестору поможет due diligence (проверка «должной добросовестности»). По сути речь идет о всестороннем аудите приобретаемого объекта недвижимости и гостиничного бизнеса. На due diligence у инвестора обычно есть один месяц. Покупатель вправе проводить проверку как самостоятельно, так и с привлечением специализированных аудиторских компаний.

Станислав Зингель утверждает, что определить ликвидность гостиницы помогает косвенный показатель — то, как и где продается отель: выставляется он на открытом рынке или off-market (то есть не выходит в открытую продажу). Иными словами, реально интересные

«Представители малого и среднего бизнеса, которые покупают отели, мало смыслят в том, как организован этот бизнес за рубежом»

и ликвидные отели не вывешиваются на десятках порталов, а реализуются между своими, не выходя в открытое информационное пространство. Воспользоваться предложением «только для своих», по словам эксперта, можно разными путями. Одним из них является сотрудничество с консалтинговой компанией, которая специализируется на поиске инвестиционно-привлекательных off-market-отелей.

Судя по статистике приобретения зарубежных отелей, россияне довольно уверенно чувствуют себя на зарубежных отельных рынках.

 **ПРЕМИУМ
ПРОПЕРТИ**

www.pplv.ru
Премиум - проекты Латвии!



Лидер доверия в Болгарии!
www.ppbg.ru

**16 ЛЕТ НА РЫНКЕ ЗАРУБЕЖНОЙ
НЕДВИЖИМОСТИ**

**БОЛЕЕ 30 РЕАЛИЗОВАННЫХ ПРОЕКТОВ В
РАЗНЫХ СТРАНАХ МИРА**

100% ГАРАНТИЯ БЕЗОПАСНОСТИ СДЕЛКИ

**БАНКОВСКОЕ КРЕДИТОВАНИЕ ПОКУПКИ
НЕДВИЖИМОСТИ**

**ГАРАНТИРОВАННЫЙ ДОХОД ОТ АРЕНДЫ
НЕДВИЖИМОСТИ**

ОФИС В РОССИИ:

Москва, Центр Международной торговли, Краснопресненская наб.
12, подъезд №6, офис 1306
Метро "Выставочная" и "1905 года"
Тел: +7 495 9898507; +7 925 8008860

ОФИСЫ В БОЛГАРИИ:

Несебр, ул.Струма 41, офис 2
+359 889936788
+7 4959898507
Солнечный Берег
к-с «Royal Sun»
+359 892230703
к-с «Dune Residence»
+359 55445176
+359 892216783

Банско
к-с «Mountain Dream»
+359 892216782
Святой Влас
к-с «Alex Beach»
+359 892230704
к-с «Arena»
+359 892216788

ОФИС В ЛАТВИИ:

Рига, ул. Виландес 16
+371 22050600

Отдел кредитования: ул. Мисеснеку 9
+371 26548304

www.pproperty.eu
www.ppbg.ru
www.pplv.ru



Наряду с фондами, инвесторами из Америки, Китая и Индии, с Ближнего Востока инвесторы из России и стран СНГ входят в первую пятерку зарубежных инвесторов, покупающих европейские отели



Среди преимуществ такого вида инвестиций специалисты отмечают невысокий порог входа (минимальный размер от €40–50 тыс.), высокий уровень рентабельности на вложенные инвестиции (до 15% годовых)

Географические предпочтения российских отельеров

Стоимость объекта	Объекты и страны
до €1 млн	мини-отели в Болгарии, Германии, Турции, Черногории, Чехии
€1–2 млн	мини-отели и отели в Австрии, Германии, Испании, Черногории, Чехии
€2–5 млн	отели в Австрии, Германии, Испании, Италии, Франции, Чехии, Швейцарии
свыше €5 млн	отели в Австрии, Англии, Германии, Франции, Швейцарии

По данным Gordon Rock

По данным компании Gordon Rock, наряду с фондами, институциональными и частными инвесторами из Америки, Китая и Индии, с Ближнего Востока инвесторы из России и стран СНГ входят в первую пятерку основных зарубежных инвесторов, покупающих европейские отели. А в таких странах, как Болгария, Черногория и Чехия, россияне держат лидерство среди иностранных инвесторов по сделкам с гостиничной недвижимостью.

Как видно из географического распределения спроса российских инвесторов (см. таблицу «Географические предпочтения российских отельеров»), наши соотечественники предпочитают покупать отели там же, где отдыхают. Тогда как пятерка стран — лидеров по стабильности и доходности выглядит иначе. Самыми надежными и дорогими являются рынки гостиничной недвижимости стран, составляющих оплот европейской экономики: Австрии, Англии, Германии, Франции и Швейцарии. Здесь стоимость отелей, привлекательных для инвестирования, начинается в среднем от €5 млн, а уровень рентной доходности находится в диапазоне 5–8% годовых. В случае если инвестору удастся приобрести отель с использованием долгосрочного кредита в западном банке по низкой ставке, рентабельность инвестиций достигает 12% годовых и более.

Приятным бонусом к покупке гостиницы в некоторых странах является получение вида на жительство. Хотя специальных условий для тех, кто инвестирует именно в гостиничную недвижимость, нет. Отельеры претендуют на те же преференции, которые существуют в конкретной стране при инвестировании в другие типы коммерческой недвижимости. (АН)