

ДЕФИЦИТ ИНФРАСТРУКТУРЫ

В ЛЕТНИЙ ПЕРИОД ВОДОЕМЫ ЛЕНОБЛАСТИ СТАНОВЯТСЯ ТОЧКОЙ ПРИТЯЖЕНИЯ ДЛЯ ДЕСЯТКОВ ТЫСЯЧ ОТДЫХАЮЩИХ. ОДНАКО МОЖНО ЛИ ЗАРАБОТАТЬ НА ИНФРАСТРУКТУРЕ ДЛЯ ПЛЯЖНОГО ОТДЫХА, В СРЕДЕ ЭКСПЕРТОВ ОДНОЗНАЧНОГО МНЕНИЯ НЕТ, ХОТЯ ЕДИНИЧНЫЕ ПРОЕКТЫ ПОЯВЛЯЮТСЯ.

РОМАН РУСАКОВ

Сегодня наблюдается выраженный дефицит городских пляжей даже с минимальной необходимой инфраструктурой. Казалось бы, это действительно достаточно привлекательное направление для малого бизнеса. Тем не менее развитие этого сегмента рынка услуг не отличается высокими темпами. Основные факторы, препятствующие динамичному росту, — это прежде всего сравнительно низкий уровень платежеспособного спроса (в условиях низкого уровня доходов большая часть потенциальных клиентов предпочтет бесплатный отдых на диком пляже), а также ярко выраженная сезонность. Также стоит обратить внимание на достаточно сложный процесс организации — необходимо выполнить целый ряд норм и требований контролирующих организаций. Например, обследование дна, пробы и анализ воды, организация спасательной и медицинской службы и т. д.

Сегодня пляжи передаются инвестору на условиях краткосрочного договора аренды, зачастую предприниматели берут в аренду только часть прибрежной земли для благоустройства и создания на ней ресторана или кафе.

Доходность пляжа складывается из нескольких факторов: оплаты входа на пляж, проката инвентаря, организации пляжных вечеринок и различных мероприятий, рекламы, дохода от кафе или ресторана. При этом доходность во многом зависит от оснащения пляжа. Практически любой инвентарь, начиная с лежаков, тентов и матрасов и до лодок, катамаранов, спортивного инвентаря, на коммерческом пляже можно сдавать в аренду.

«Получить разрешение на возведение капитальных сооружений на пляже достаточно

сложно, поэтому большинство инвесторов делают выбор в пользу легких конструкций. К тому же существует практика, когда, например, пивной бренд-партнер на бесплатной основе предоставляет тентовые конструкции для кафе при условии поставок своей продукции в дальнейшем. Инвестиции в сооружения, созданные на пляже, должны окупиться за 3–6 месяцев, то есть за сезон, поскольку климатические условия ограничивают ведение данного бизнеса», — говорит Денис Радзимовский, генеральный директор «S.A. Ricci — Санкт-Петербург».

Естественно, уровень рентабельности таких проектов зависит от большого количества различных факторов, диапазон может быть очень широким. «Но в целом, полагаю, подобный бизнес, несмотря на сезонность, теоретически может быть достаточно прибыльным. Основные необходимые условия: выгодная локализация пляжа, обеспечивающая значительный потребительский трафик, эффективная организация проекта, подразумевающая качественную инфраструктуру, возможность дополнительных опций (общественное питание, развлекательные и рекреационные услуги), которые, как правило, и являются ключевыми точками прибыльности таких проектов», — рассказывает Максим Клягин, аналитик УК «Финам Менеджмент».

Екатерина Марковец, управляющий партнер УК «Магистр», говорит, что аренда пляжных зон в Петербурге и ближайших пригородах становится все более востребованной. «Учитывая, что различные лотки, павильоны и прочее убрали с остановок и улиц Санкт-Петербурга, возможность взять пляж в аренду — хороший бизнес для субъектов малого предпринимательства, имеющих ранее опыт

организации небольших кафе», — полагает она.

Пляжи находятся в прибрежной защитной полосе водного объекта, соответственно, являются местами общего пользования. Размещение объектов капитального строительства на пляжах запрещено. «Но можно заказать павильон из сборно-разборных конструкций (или несколько); если пляж арендуется надолго, то можно возвести и более капитальные строения (формально не считающиеся таковыми). Разместить кафе, бары, танцплощадку, прокат. Каждый такой проект и каждый пляж уникален: разное количество посетителей, разный контингент. Но в целом подобные проекты не отличаются высокой доходностью, поскольку летний сезон в Петербурге очень короткий. А если лето выдаться дождливым, то предприниматель и вовсе может оказаться в минусе», — рассуждает госпожа Марковец.

Дарья Колесникова, член экспертного совета Центра исследования проблем имущественного фонда, поясняет: «Приобретать в собственность участки пляжей нецелесообразно, так как главная ценность таких участков — вода, а водный ресурс все равно будет общественным. Поэтому наиболее эффективно брать в аренду такие участки и объекты. Именно так и поступают в Европе. Объекты передаются инвестору на условиях типового договора аренды, иные условия, а также ограничения оговариваются в разрешении, например, высота зданий. С юридической точки зрения такое разрешение получить несложно, все зависит от готовности властей передавать в аренду тот или иной объект или участок. Наиболее привлекательные объекты с точки зрения инвестиций — ресторанные



АЛЕКСАНДР КОРКОВ

СЕГОДНЯ ПЛЯЖИ ПЕРЕДАЮТСЯ ИНВЕТОРУ НА УСЛОВИЯХ КРАТКОСРОЧНОГО ДОГОВОРА АРЕНДЫ, ЗАЧАСТУЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ БЕРУТ В АРЕНДУ ТОЛЬКО ЧАСТЬ ПРИБРЕЖНОЙ ЗЕМЛИ ДЛЯ БЛАГОУСТРОЙСТВА И СОЗДАНИЯ НА НЕЙ РЕСТОРАНА ИЛИ КАФЕ

и гостиничные комплексы, развлекательные и торговые центры. Срок окупаемости таких объектов — в среднем от двух до пяти лет».

Тем не менее изредка новые проекты, связанные с развитием пляжной инфраструктуры, появляются. Так, в июне Pierre Lumiere Holding открыл в Лисьем Носу пляжный комплекс Fox Beach. Андрей Пушкарский, заместитель главы филиала АК Pierre Lumiere Holding, рассказал, что инвестиции в пляжный проект в Лисьем Носу составили 26 млн рублей. «Есть планы (на данный момент ведутся расчеты) дополнительных вложений на все 6 га (пока комплекс Fox Beach занимает 2 га). В зависимости от того, как будет отработан текущий сезон, можно будет думать о дополнительных вложениях», — рассказал господин Пушкарский.

«Доходность вычислить довольно сложно, мы надеемся на среднюю девелоперскую окупаемость в шесть лет. Участок, на котором построена наша площадка Fox Beach, находится в рекреационной зоне, поэтому на ней возможны лишь те виды деятельности, которые разрешены в рекреационных зонах (спортивные, развлекательные, детские площадки и пр.). Здесь можно устанавливать только временные легкие конструкции (например, шатры, спортивные оборудованные зоны, детские площадки)», — рассказал господин Пушкарский. ■

НА ТИХИЙ РЫНОК ИДУТ С ГОРОДСКИМ ШУМОМ

РЫНОК ЖИЛЬЯ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ СЕЙЧАС РАЗВИВАЕТСЯ В ДВУХ ПАРАЛЛЕЛЬНЫХ НАПРАВЛЕНИЯХ: СТРОИТЕЛЬСТВО МНОГОКВАРТИРНЫХ ДОМОВ НА ГРАНИЦЕ С ГОРОДОМ И МАЛОЭТАЖНЫЕ ПРОЕКТЫ. С УЧЕТОМ ТОГО, ЧТО ГОРОДСКИЕ ДЕВЕЛОПЕРЫ ВСЕ АКТИВНЕЕ ОСВАИВАЮТ ЛЕНОБЛАСТЬ, ИХ ПРОЕКТЫ ОПРЕДЕЛЯЮТ ОБЩУЮ СИТУАЦИЮ НА РЫНКЕ РЕГИОНА.

РОМАН РУСАКОВ

В 2013 году в контексте загородного жилья особенно «шумно» ведут себя городские застройщики многоэтажных кварталов (и противостояние с правительством Ленобласти, и выступление жителей, и активная реклама). На их фоне особенно незаметны девелоперы почти незаметны. Исключение, пожалуй, составляют малоэтажные многоквартирные загородные комплексы, предла-

гающие условно европейскую альтернативу «многоэтажкам». К наиболее развитым районам Ленинградской области с точки зрения развития жилой недвижимости относятся Всеволожский, южная часть Выборгского, Курортный, Гатчинский, Ломоносовский и Пушкинский районы. А самыми перспективными районами на сегодняшний день остаются Кировский, Приозерский, Тосненский,

Гатчинский и Ломоносовский. Некоторые из них отличаются близостью КАД, другие примечательны тем, что мимо них проходят трассы федерального значения.

По данным департамента по информации и печати Ленинградской области, к 2015 году годовой объем жилищного строительства должен вырасти до 1,65 млн кв. м. «Ценовая динамика также будет положительной:

за 2013 год, по прогнозам, она составит не менее 10–12 процентов. Все более популярными становятся загородные районы, находящиеся вблизи города, такие как Мурино, Бугры, Янино, Колтуши», — прогнозирует Арсений Васильев, генеральный директор ГК «Унисто Петросталь».

Ольга Трошева, руководитель консалтингового центра «Петербургская недви-