частные инвестиции в недвижимость

Взять в оборот

— индустрия гостеприимства —

Еще не так давно в Петербурге практически не было отелей под управлением местных компаний. Сейчас этот рынок активно развивается.

По данным Colliers International, номерной фонд качественных гостиниц Санкт-Петербурга на конец первого полугодия 2018 года насчитывает около 22 тыс. номеров. В этом показателе не учтены хостелы, мини-отели и ведомственные гостиницы. По данным аналитиков, 46% общего количества номеров находится под управлением международных операторов. За первые шесть месяцев гостиничный фонд города пополнился семью новыми отелями, в числе которых два отеля международных брендов. Это «Holiday Inn Express — Садовая» под управлением оператора InterContinental Hotels Group и Meininger Hotel Nikolsky от оператора Meininger Hotels. Совокупной номерной фон составляет 402 комнаты. Остальные почти 500 номеров, появившиеся в предложении на рынке по итогам первого полугодия, принадлежат российским игрокам.

Уверенные позиции

Наряду с мировыми гигантами, такими как Radisson, Rockford Orient Express, сейчас на рынке Петербурга успешно работают и независимые российские отельеры, рассказывает генеральный директор УК «Плаза Отели» Екатерина Лисовская. Хотя еще 15–20 лет назад в силу отсутствия опыта и управленцев, обладающих необходимыми компетенциями, в городе работали только зарубежные компании. Сейчас же, по словам директора по развитию Nevsky Hotels Group Дмитрия Барановского, намечается тенденция к коллаборации международных гостиничных операторов и локальных управляющих компаний. Так, Cronwell Management (управляет сетью отелей Cronwell Hotels & Resorts) получила право на управление отелями под брендами международных операторов — IHG и Marriott.

По словам операционного директора управляющей компании «Кравт Инвест» Евгении Мироненко, соперничество с крупнейшими отельными операторами требует особого подхода в работе с кадрами, создания тщательно проработанных мотивационных программ и удовлетворения амбиций специалистов. «В последнее время особенно остро стоит необходимость иметь конкурентное предложение и экспертизу во всех аспектах работы, так как отставание от постоянно меняющегося рынка грозит ухудшением экономических показателей и постепенным забвением»,— отмечает она.

Пока, по данным Екатерины Лисовской, в Петербурге нет управляющих компаний, которые работают на федеральном уровне, однако есть ряд игроков, которые были созданы петербуржцами. «Эти УК создавались, в том числе, экспатами, которые изначально работали на позиции general manager и позже ушли из компании в свободное плавание»,— говорит госпожа Лисовская. Дмитрий Барановский отмечает, что у компании Nevsky Hotels Group есть выход за пределы Петербурга.

«Российские сети и управляющие компании развивают свои гостиничные бренды, конкурируя с международными компаниями. Естественно, что подавляющее большинство петербургских игроков на данный момент предпочитает сосредоточить свое внимание в родных для себя местах и, пожалуй, за исключением одной-двух довольно известных управляющих компаний, осваивают исключительно петербургский рынок»,— рассказывает госпожа Мироненко. По ее словам, «Кравт Инвест» также считает необходимым закрепиться на рынке Петербурга, но при этом рассматривает выход на не самые простые для работы рынки Поволжья, Урала и Центральной России.

Всего, по данным Екатерины Лисовской, на рынке Петербурга сегодня работает пять профессиональных отельных управляющих компаний. «Есть и игроки, которые называют себя отельными операторами и заходят в какой-либо проект, не имея за плечами соответствующего опыта, знаний и компетенций»,— отмечает эксперт. По подсчетам Дмитрия Барановского, в Петербурге представлено около 15 российских операторов. В числе лидеров рынка он называет сеть «Азимут», Cronwell, группу «Невские отели», сеть «Станция».

Вне зависимости от сезона

Эксперты отмечают несколько основных сложностей, с которыми сталкиваются петербургские отельеры. Одна из них — сезонность. Справляются с ней профессионализмом и опытом. Именно эти факторы позволяют заселять отели разных сегментов в любой сезон. Вторая сложность — ценообразование. «Отельер с опытом должен четко его просчитывать и прогнозировать окупаемость объектов для того, чтобы не подвести своих партнеров»,— уверена Екатерина Лисовская.

На развитие рынка управляющих компаний в сегменте классических отелей существенно влияют общие тренды гостиничной отрасли. Одним из них эксперт по классификации гостиниц ГК «Серконс» Евгений Маслюк называет стремление операторов на фоне активного роста туристического сервиса в России создавать все условия для повышения спроса и лояльности целевой аудитории. «Многие управляющие компании внедряют современные электронные системы, которые позволяют постояльцам чувствовать себя максимально комфортно. Большое внимание уделяется и компетенциям персонала: знанию иностранных языков, оперативности, коммуникабельности»,— приводит пример господин Маслюк. Кроме того, отмечает эксперт, дополнительным катализатором для разработки и внедрения стандартов работы персонала и регулярного обновления номерного фонда является расширение сегмента хостелов, гестхаусов и сервисов каучсерфинга. Евгений Маслюк также напоминает, что к 2021 году все отели, гостиницы, пансионаты и другие средства размещения будут в обязательном порядке проходить процедуру соответствия категориям «звездности», что тоже оказывает влияние на работу управляющих. «Все перечисленные тренды ведут к серьезным финансовым и временным затратам, но однозначно положительно влияют на развитие гостиничного сервиса в стране»,— убежден эксперт.

ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

В Петербурге представлено около полутора десятков российских операторов

Господин Барановский в качестве одного из трендов называет создание отелей в формате mixed use, то есть с размещением по соседству с отелем прочих форм коммерческой недвижимости, и изменение подхода к проектированию отелей и формата обслуживания гостей посредством объединения пространств, например, ресепшен и лобби-бара. Кроме того, номерной фонд, как добавляет эксперт, проектируется с более эффективными планировками и насыщенным современными технологиями.

На стыке

В гостиничной индустрии появляются новые игроки. Речь идет о созданных девелоперами, реализующими проекты на рынке апарт-отелей, собственных управляющих компаний. «Но они в большей своей массе работают в сегменте средне- и долгосрочного проживания»,— отмечает Дмитрий Барановский.

По данным Knight Frank St. Petersburg, на рынке апартаментов наблюдается ситуация постепенного наращивания доли проектов сервисного формата, выступающего в качестве альтернативы гостиничному сегменту недвижимости. «Механизмы инвестирования с программами доходности и взаимодействия с управляющими компаниями становятся более понятными для потенциальных инвесторов и девелоперов»,— говорит Светлана Московченко, руководитель отдела исследований Knight Frank St. Petersburg.

Управление апарт-отелями имеет ряд специфических особенностей, поэтому привлечение операторов классических гостиниц весьма затруднительно, считают эксперты. «В данном случае приходится работать с номерным фондом, который имеет сразу много собственников, а это требует специальных навыков»,— поясняет генеральный директор компании «Вало Сервис» Константин Сторожев.

По словам управляющего партнера Cronwell Hotels & Resorts Алексея Мусакина, у операторов традиционных гостиниц нет соответствующего опыта для управления апарт-отелями. «Управляющие компании на рынке апартаментов занимаются скорее техническим обслуживанием здания, в то время как деятельность гостиничных операторов сосредоточена на предоставлении сервиса и услуг. Кроме того, в апарт-отелях возникает необходимость сбора арендной и коммунальной платы, что переводит деятельность УК в сферу ЖКХ. Но в перспективе при увеличении доли краткосрочного проживания в апарт-отелях эти рынки могут пересечься»,— полагает он.

Рынок управления сервисными апартаментами очень молодой, поэтому многие компании берут на вооружение опыт классических гостиниц. «Это особенно актуально, так как в ближайшее время из-за изменений в законодательство апарт-отелям предстоит практически полностью отвечать стандартам классических гостиниц. В противном случае объекты не смогут получить „звездность“. А это теперь необходимое условие»,— указывает господин Сторожев.

Алена Маршак

Управление с плюсом

— эксплуатация недвижимости —

Управляющие компании города примериваются к новому, но перспективному формату — апартаментам. Эксплуатация таких зданий при внешней их схожести с жильем требует совершенно иного подхода, говорят эксперты. Ведь управление апартаментами, помимо создания комфортных условий для проживания, должно отвечать и задаче повышения доходности объекта.

Если рынок управления классическими жилыми комплексами в Петербурге в Ленинградской области существует достаточно длительное время и условия работы на нем, несмотря на постоянно меняющиеся «правила игры», более или менее понятны, то сфера управления апарт-отелями находится в начальной стадии развития. Подходы в случаях с управлением многоквартирными домами и апартаментами различаются и требуют от УК определенных специальных навыков, которые позволят инвесторам получать запланированный доход.

Чистая прибыль

Отличия между управлением классическим жильем и апартаментами весьма значительны, так как это совершенно разные процессы, говорит генеральный директор ООО «Вало Сервис» (управляющая компания апарт-отеля Valo) Константин Сторожев. Управляющая компания апарт-комплекса занимается обслуживанием гостиницы с множественной собственностью, и инвестору предоставляется возможность заключения договора с управляющей компанией на управление его номером.

«Все хлопоты по поиску гостя, его заселению, регистрации, оплате коммунальных платежей, снятию показаний приборов учета (счетчики на воду, электричество, отопление), решению спорных ситуаций с гостем в этом случае берет на себя УК, а собственнику перечисляется чистая прибыль»,— рассказывает гендиректор УК про особенности работы.

По его словам, профессиональные гостиничные УК имеют богатый опыт оснащения номеров и при разработке предложения применяют материалы, технику и механизмы с повышенной степенью износостойкости и даже вандалоустойчивости. Кроме того, как оптовые заказчики они могут предложить выгодные цены. «Прибыль УК апарт-комплекса складывается именно из аренды номеров, поэтому высокая заполняемость номеров — главная цель не только инвесторов, но и управляющей компании. Когда это понимание есть, все работает правильно»,— указывает господин Сторожев.

Для удовлетворения запросов инвесторов в УК сформировали три вида доходных программ. Первая предполагает долгосрочную аренду и доходность от 9%: апартаменты сдаются на срок от одного месяца, и компания отчитывается по оплате от арендаторов, которыми могут быть как семьи, так и студенты, которых привлечет близкая расположенность апартаментов к метро, а также внутренняя и внешняя инфраструктура.

Вторая программа предполагает краткосрочную аренду — посуточно, на срок не больше месяца. В этом случае доход обеспечивают туристы или рабочие в командировках, которые выбирают Valo за счет развитой транспортной инфраструктуры и возможности быстро добраться до центра города. В такой программе доходность будет выше — от 14%, но вместе с тем возрастают и риски, обусловленные, среди прочего, и сезонным фактором. Третий вариант предполагает фиксированную сумму дохода, когда инвестор гарантированно получает деньги, независимо от того, сдаются его апартаменты или нет.

Функции управляющей компании в апарт-отеле не ограничиваются традиционной эксплуатацией здания, как в жилом доме, говорит директор RBI Property Management (входит в группу RBI) Карина Шальнова. «В любое время суток гости апарт-отеля могут получить услуги, которых в обычном жилом комплексе нет: вызов такси, доставка продуктов, заказ цветов, химчистка. Но главное, что компания, управляющая апарт-отелем, фактически дает собственнику-инвестору возможность получать стабильный доход, не прикладывая для этого лишних усилий»,— уточняет она.

Управляющая компания берет на себя поиск арендаторов, общение с агентствами недвижимости, контроль за сохранностью имущества, контроль за своевременной оплатой арендных и коммунальных платежей, а инвестору нужно только выбрать один из нескольких вариантов программ доходности.

Уточнить оборот рынка управления апарт-отелями в Петербурге госпожа Шальнова затрудняется, однако указывает на то, что на нем примерно пять-шесть игроков. «Главное требование — опыт. Если компания создается с нуля, важно, чтобы это делал человек с опытом работы на этом рынке. Вообще, на рынке труда единицы топ-менеджеров, которые знают, как управлять апарт-отелями»,— подчеркивает эксперт.

Особенности работы

Особенностью апарт-отелей является то, что они могут работать с разными группами проживающих — в отличие от гостиниц и сдаваемого жилья: организованными туристическими группами, индивидуальными путешественниками, командировочными и корпоративными клиентами.

Что касается нюансов, то к управляющей компании, работающей в сфере гостеприимства, правила сертификации выдвигают целый ряд требований, говорит Константин Сторожев. В первую очередь эти требования касаются квалификации сотрудников: они в обязательном порядке должны владеть иностранными языками, должны уметь грамотно действовать в чрезвычайных ситуациях.

«И, конечно же, у персонала должно быть профильное образование в гостиничной области. Тем управляющим компаниям, у которых уже есть опыт работы в индустрии гостеприимства, все эти правила давно известны, так что дополнительная подготовка им не потребуется»,— заключает он.

Еще один аспект, связанный с проектами апарт-отелей,— способ привлечения инвестиций и, как следствие, необходимость навыков управления объектов, у которых множество собственников. Апарт-отели должны создавать такую же гостиничную инфраструктуру, что и классические отели, но способ привлечения инвестиций в апарт-отель и в гостиницу разный. В одном случае инициатор проекта должен привлечь сразу серьезную сумму, в том числе при необходимости и кредитные средства, во втором — привлечь отдельных потенциальных инвесторов, которые вкладываются в строительство объектов и потом передают их в управление. И от управляющей компании, специализирующейся на апартах, требуются навыки по сведению разрозненных интересов в единую точку, которая бы вела к повышению доходности объекта.

Узкий рынок

Оптимальным вариантом управления апарт-комплексом является создание управляющей компании, которая входит в структуру девелопера, реализующего проект, считает госпожа Шальнова. «Только собственная управляющая компания может обеспечить эффективную работу этого продукта, чтобы сложившаяся репутация позволяла девелоперу успешно запускать и продавать новые проекты этого формата»,— говорит эксперт.

Если же на объект приходит сторонняя, нанятая управляющая компания, у девелопера нет гарантии эффективного управления, хотя привлечение опытной компании с хорошим именем, наоборот, может улучшить продажи на текущем проекте. По ее словам, в пятилетней перспективе основная доля рынка управления апарт-отелями будет перераспределена между пятью-шестью компаниями, которые смогут брать в управление и сторонние проекты, а также продавать франшизы.

Константин Сторожев считает, что в настоящее время в Петербурге практически полностью отсутствуют компании, которые умеют работать с множественной собственностью в сегменте гостиничного бизнеса. «К сожалению, существующие на рынке недвижимости управляющие компании не обладают необходимыми компетенциями, которые позволили бы обеспечить гостиничный уровень обслуживания. Поэтому при помощи профессиональных зарубежных консультантов мы и создали собственную управляющую компанию „Вало Сервис“ для реализации проекта апарт-комплекса Valo»,— заключает гендиректор УК.

Динамика продажи сервисных апартаментов, между тем, дает возможность говорить и о перспективном развитии рынка управления такими объектами. По данным Knight Frank St. Petersburg, предложение в этом сегменте в первом полугодии текущего года по отношению к аналогичному периоду прошлого года выросло на 34%, до 3,34 тыс. юнитов, в то время как продажи увеличились в 2,6 раза: с января по июль было продано 1,23 тыс. апартаментов.

«Многие рантье сегодня действительно рассматривают апартаменты как альтернативу покупке квартиры для сдачи в аренду. По сравнению с другими сегментами недвижимости, например, помещениями стрит-ритейла или отдельными офисами, апартаменты имеют заметно более низкий порог входа, при этом заявленные показатели доходности у существующих проектов выше, чем у жилья»,— объясняет динамику руководитель отдела исследований Knight Frank St. Petersburg Светлана Московченко.

Средняя цена сервисных апартаментов за год не изменилась и составляет примерно 138 тыс. рублей за квадратный метр. В среднесрочной перспективе рынок апартаментов продолжит развиваться в сервисном формате и будет одним из привлекательных сегментов для инвестиций в сфере недвижимости, прогнозируют в консалтинговой компании.

Дмитрий Матвеев

Спрос на сервис

— апартаменты —

с14

Лучше, чем банк

По словам руководителя Центра обучения инвестициям в недвижимость Дениса Ветренникова, прогнозируемая доходность апартаментов на уровне 10–17% достижима на четвертый или пятый год владения после сдачи комплекса в эксплуатацию и до вычета налогообложения. «Прибыль 10–17% годовых на четвертый или пятый год в любом случае выше, чем депозиты в банках, и это надежно, так как это недвижимая собственность»,— говорит он.

При этом, по словам эксперта, существует мнение, что для инвестиций нужно изначально иметь существенные средства, но в данном случае приобрести маленький доходный бизнес может каждый, кто имеет хотя бы минимальную сумму: от 30%, или примерно от 1 млн рублей, если речь идет об ипотеке, или от 2 млн рублей, если апартаменты приобретаются в рассрочку.

Если рассматривать рынок недвижимости в целом, то инвестор может вложить деньги в три типа недвижимости, от которой впоследствии может получить доход: жилая, коммерческая и апартаменты. При этом вложения в обычные жилые квартиры, сдающиеся затем внаем, не позволяют рассчитывать на доход, превышающий 3–4% годовых: обеспечивать арендной квартире хорошую заполняемость становится все сложнее. Обслуживаемые апартаменты при этом приносят доход от 8% годовых в зависимости от стадии вхождения в проект и локации. Коммерческая недвижимость (склады и офисы) приносит сопоставимый доход, но порог входа существенно выше — от 20 млн рублей, в отличие от апартаментов. Кроме того, доход от покупки апартамента на стадии строительства может принести владельцу 20–25% годовых.

Константин Сторожев считает, что доходность на уровне 10% годовых является вполне объективным показателем в тех проектах, где девелопер построил качественную инфраструктуру и продал юниты инвесторам по корректным ценам. В низкий сезон, подчеркивает он, декларируемая доходность апартаментов может быть обеспечена за счет грамотных инфраструктурных решений, формирующих преимущество перед другими участниками рынка. Также необходима активная работа и с корпоративными клиентами, которые рассматривают апарт-комплексы не только с точки зрения проживания, но и в качестве конференц-площадок.

Подходящие локации

По словам господина Сторожева, среди перспективных локаций для апарт-комплексов есть три «лидера» — это Московский, Выборгский и Василеостровский районы, в частности, намывные территории последнего. Фрунзенский район, который выбран для строительства одного из самых крупных апарт-комплексов Петербурга — Valo, идет в этом списке следующим.

«Мы уверены, что потенциал Фрунзенского района очень высок и в настоящий момент недооценен. Здесь есть отличная инфраструктура и близость к центру. Остальные апартаменты раскиданы по всему Петербургу, в основном поблизости от станций метрополитена или выездов на КАД и ЗСД»,— указывает он.

Господин Сторожев прогнозирует, что до конца 2018 года стоимость квадратного метра апартаментов средней ценовой категории может повыситься на 8–10%. «Это связано не только с реформированием рынка апартаментов, но и с текущей экономической ситуацией — с инфляцией и увеличением себестоимости, вызванной удорожанием строительства в целом. Мы также ожидаем роста инвестиционного спроса на апартаменты, связанного со снижением ставок по ипотечному кредитованию»,— заключает эксперт.

Как прогнозируют специалисты Knight Frank St. Petersburg, до конца 2018 года возможен выход на рынок семи новых проектов суммарной площадью 116 тыс. кв. м. В течение ближайших двух лет объем рынка может увеличиться до 940 тыс. кв. м апартаментов с учетом проектов, на которые получена разрешительная документация, но еще не выведенных в продажу.

Минстрой РФ в связи с отсутствием единой позиции заинтересованных лиц отозвал из Госдумы законопроект о статусе апартаментов, к обсуждению которого, вероятнее всего, вернется в 2019 году. Рынок продолжит активно развиваться, однако отсутствие четкой законодательной базы и единых норм тормозит его и усложняет взаимодействие субъектов рынка, в то время как интерес к сегменту апартаментов повышается как у девелоперов, так и у покупателей, говорят аналитики.

Дмитрий Матвеев, Кирилл Орлов