ПОБОРОТЬСЯ ЗА КЛИЕНТА

НА ПЕТЕРБУРГСКОМ РЫНКЕ АПАРТАМЕНТОВ ОБОСТРЯЕТСЯ КОНКУРЕНЦИЯ. СЕЙЧАС В ГОРОДЕ НАСЧИТЫВАЕТСЯ ОКОЛО 35 ПРОЕКТОВ, В СОСТАВЕ КОТОРЫХ ЕСТЬ АПАРТАМЕНТЫ. В ЭТОМ ГОДУ НА РЫНКЕ ПОЯВИЛОСЬ ВОСЕМЬ НОВЫХ ОБЪЕКТОВ СОВОКУПНОЙ ПЛОЩАДЬЮ ОКОЛО 280 ТЫС. КВ. М.

АРИНА МАКАРОВА

Как отмечает руководитель КЦ «Петербургская недвижимость» Ольга Трошева, за шесть месяцев этого года было продано около 2,2 тыс. юнитов, что сопоставимо с показателями, зафиксированными за аналогичный период прошлого года. В аналитическом центре компании «М2Маркет» отмечают, что в целом в Петербурге за последние три года наблюдается тренд снижения спроса на апартаменты. Так, при стабильной доле предложения на рынке доля продаж уменьшилась на 2–4 п. п. Причин этому несколько, поясняют аналитики. В их числе называют высокие расходы на содержание.

«Среднестатистический покупатель предпочтет покупку квартиры — больше выбор, меньше рисков, есть возможность постоянной регистрации»,— считают аналитики. Однако этот тезис справедлив, когда речь идет о покупке для собственного проживания. При этом по своему функциональному содержанию и условиям проживания петербургские апарт-отели, в отличие от столичных, все сильнее начинают заходить в зону ответственности традиционных отелей. Как показывает статистика, туристы все чаще выбирают для проживания апартаменты, чем гостиницы. Привлекает их более низкая стоимость за ночь и наличие кухонной зоны при сопоставимом уровне комфорта.

ГОСТИНИЧНЫЙ ВЕКТОР Одна из тенденций на рынке — существенное увеличение количества юнитов. На заре рынка в среднем в объектах было по 500 номеров, в последнее время — по 1000. Однако уже в 2019 году в 11 комплексах номерной фонд превышает 1000 юнитов.

«Также в первом полугодии в продажу вышло три объекта, в каждом из которых более 2000 апартаментов. Мы видим, что объекты укрупняются. И если еще три года назад мы считали, что средняя площадь юнита — 25 кв. м, то сейчас площадь снижается и достигает 16–18 кв. м»,— рассказывает руководитель отдела исследований Knight Frank St. Petersburg Светлана Московченко.

Генеральный директор ООО «Вало Сервис» (УК комплекса апарт-отелей Valo) Константин Сторожев полагает, что уменьшение средних площадей обусловлено тем, что апарт-отели в Петербурге развиваются по гостиничному сценарию и ориентированы именно на этот сегмент недвижимости. «Номера категории „три звезды“ в известных мировых отелях по площади не превышают 16–18 кв. м. Поэтому для комплексов, развивающихся по гостиничному направлению, это вполне разумно»,— считает эксперт.

Его слова подтверждаются статистикой. В структуре предложения по-прежнему преобладают сервисные апартаменты — это 70% от всего объема продаж. Этот тип объектов рассчитан, как правило, на покупку частными инвесторами, которые в дальнейшем намерены сдавать юниты в краткосрочную аренду. По мнению экспертов, именно в этом формате и нарастает конкуренция. Девелоперам приходится все больше конкурировать по программам доходности и функциональному наполнению.

По словам заместителя генерального директора компании Salut Владимира Федорова, программы доходности сейчас предлагаются в 27 петербургских апарт-отелях и в основном эти комплексы рассчитаны на краткосрочную аренду. Чтобы выполнять обязательства по заявленным программам, средняя заполняемость объектов должна быть не менее 70%.

По мнению Константина Сторожева, необходимо думать о том, как обеспечить загрузку отеля в целом, а не каждого отдельного номера. «Сейчас на рынке происходят важные изменения, в том числе и в части программ доходности. Встречаются весьма одиозные обещания. Некоторые заявленные показатели вызывают недоумение, так как совершенно непонятно, каким образом они высчитываются. К примеру, доходность в 15–16% будет очень сложно реализовать. К программам гарантированной доходности тоже стоит относиться внимательно. Это либо маркетинговый ход, чтобы продать, потому что иначе никак, или очень большая уверенность в собственном бизнесе»,— отмечает господин Сторожев.

Управляющий компании Yard Group Екатерина Титомир говорит, что в их объекте доход распределяется по категориям апартаментов, а сумма инвестиций примерно эквивалентна площади. «Доходность сравнима в рамках одной категории. Если это 20 кв. м, то образуется пул из таких номеров. Весь доход с комплекса делится пропорционально, за вычетом комиссии УК. Для владельцев это вполне прозрачная схема. Если вернуться к теме доходности, то выйти за 16–17% — нереально; 11% — это уже хорошо»,— констатирует она.

НАЙТИ НОВЫЕ ТОЧКИ РОСТА Генеральный директор отельного оператора PLG Екатерина Лисовская полагает, что в дальнейшем доходность апарт-отелей будет падать. «С выходом на этот рынок большего числа проектов и собственников это неизбежно. Что касается программ гарантированного дохода, то изначально это было придумано, чтобы поддержать рынок и показать людям, что так можно зарабатывать. Такие договоры будут уходить в прошлое. Преимущество получит договор управления. Потому что люди поймут: если заходишь в многоформатный отель, который работает с разными видами аренды, гарантированная доходность не нужна»,— уверена она.

По мнению господина Сторожева, обеспечить заявленную заполняемость и доходность инвесторам могут апарт-отели, включающие в себя самые последние достижения индустрии гостеприимства. «Например, многие проекты гостиниц уже сейчас делают ставку на такой тренд, как лайфстайл, поскольку гости хотят индивидуального отношения, нового опыта, комфортного пребывания. В общем, конкуренцию выдержат не все. Многие „уйдут“ в псевдожилье или только в сегмент долгосрочной аренды»,— уточнил он.

По мнению генерального директора сети апарт-отелей YE'S Александра Погодина, эффективной стратегией можно считать совмещение кратко- и долгосрочной аренды. «Люди, проживающие годами в различных проектах,— редкость. В апарт-отелях долгосрочная аренда — это всего 6–11 месяцев»,— уточняет он.

По словам генерального директора УК «МТЛ — Управление недвижимостью» Николая Антонова, игроки рынка борются за процент доходных программ, а также краткосрочный гостиничный формат. «Считаю, что проектам-„тысячникам“ нужно выходить на такой формат, чтобы цивилизованно размещать гостей, которые рассчитывают на среднесрочное размещение»,— отмечает эксперт. Он сравнивает дальнейшую эксплуатацию апарт-отелей с машиной, которую нужно не только построить, но и в дальнейшем ею управлять. «Все закладывается на стадии строительства, и если продуманы зоны, разделены потоки, то такой проект всем нравится»,— заключает господин Антонов. ■

АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

АПАРТ-ОТЕЛИ В ПЕТЕРБУРГЕ РАЗВИВАЮТСЯ ПО ГОСТИНИЧНОМУ СЦЕНАРИЮ И ОРИЕНТИРОВАНЫ ИМЕННО НА ЭТОТ СЕГМЕНТ НЕДВИЖИМОСТИ