

ПО ВТОРОМУ КРУГУ

ЕЖЕГОДНО В ПЕТЕРБУРГЕ ВВОДИТСЯ НЕСКОЛЬКО ТЫСЯЧ ЮНИТОВ В АПАРТ-КОМПЛЕКСАХ. И ЕСЛИ ПРЕДЛОЖЕНИЕ НА ПЕРВИЧНОМ РЫНКЕ ДОВОЛЬНО РАЗНООБРАЗНО, ТО «ВТОРИЧКА» ТОЛЬКО НАЧИНАЕТ ФОРМИРОВАТЬСЯ.

АРИНА МАКАРОВА

Еще несколько лет назад апартментов на вторичном рынке было практически не найти, а спроса на них почти не было. Управляющие компании заявляли, что перепродают свои активы единицы. Сейчас предложение тоже довольно ограничено, а вот интерес к покупке, напротив, стабильно растет.

По словам генерального директора группы компаний Active Якова Волкова, апартменты на вторичном рынке Петербурга появляются крайне редко, такие лоты пока даже представлены не в каждом районе города. «Причина этому очевидна. В отличие от Москвы, в Петербурге рынок еще только начинает развиваться и спрос не выработан. Это очевидно, если посмотреть статистику по продажам. Если в столице каждый пятый реализуемый объект — это именно апартменты, то у нас они составляют не более 10% строящегося жилого рынка», — отмечает эксперт.

Как говорят эксперты, покупатели уже разобрались в этом продукте и активно рассматривают предложения. «Для тех, кто выбирает апартменты, становится более доступна информация относительно правовых аспектов эксплуатации. Кроме того, все больше людей имеют доступ к сервису в повседневной жизни. В то же время также растет запрос на пассивный доход, который предлагают управляющие компании в апартментах, а приобретая такую недвижимость на вторичном рынке, клиент уже может проанализировать отчет отеля и оценить реальную эффективность», — рассказывает управляющий по апартментам компании «Адвекс-Новостройки» Виктория Черепаша.

По словам директора департамента жилой недвижимости Colliers International Елизаветы Конвей, покупать апартменты на вторичном рынке может быть не менее выгодно, чем на первичном, — при условии успешной работы управляющей компании, если та обеспечивает сохранение заявленного срока окупаемости.

Каков объем предложения на вторичном рынке апартментов, эксперты затрудняются сказать, однако отмечают, что количество юнитов, которые перепродают, сильно зависит от концепции объекта.

ВЫГОДНОЕ НЕ ПРОДАЮТ В крупнейшем строящемся проекте апартментов в Санкт-Петербурге — комплексе апарт-отелей Valo — переуступки пока что единичное явление. «Фактически апартмент — это доля в гостиничном бизнесе. Такая инвестиция начинает приносить доход после запуска апарт-отеля. Инвесторы покупают доходную недвижимость именно с целью получения прибыли от работы отеля, а не для дальнейшей перепродажи. Поэтому переуступки юнитов в нашем сегменте единичны. Есть определенная категория клиентов, которые планируют заработать не на сдаче юнита, а на его капитализации — повышении стоимости в зависимости от степени готовности объекта. Покупают „на котловане“, а продают на высокой стадии готовности.

Но для таких клиентов совершенно все равно, что покупать для перепродажи — апартмент или квартиру. Таких клиентов в нашем проекте не больше 1%, несмотря на то, что уровень капитализации для нашего сегмента высокий. Например, в первой очереди рост стоимости квадратного метра с начала продаж, то есть с января 2017 года, по май 2019 года составил 34%», — рассказала Марина Сторожева, директор по продажам комплекса апарт-отелей Valo.

По словам Виктории Черепаша, количество выведенных в продажу апартментов в том или ином комплексе на вторичном рынке зависит от назначения апартментов. Так, если юниты приобретались для собственного проживания, то процент выхода в продажу в дальнейшем на рынок вторичной недвижимости гораздо выше, нежели в сервисных апартментах. «В сервисных апартментах на процент выхода в продажу на вторичный рынок влияет эффективность управляющей компании. Если управляющая компания показывает стабильно высокий доход количество апартментов на вторичном рынке незначительно», — говорит госпожа Черепаша.

«Для того чтобы управляющая компания обеспечивала высокий доход инвестору, девелопер должен привлекать ее еще на этапе проектирования объекта. Ведь именно эксперты гостиничного рынка четко понимают, каким требованиям должен соответствовать апарт-отель, чтобы быть

востребованным у арендаторов, — уверена госпожа Сторожева. — Также управляющая компания играет ключевую роль в формировании доходных программ. Именно участие УК с ранних этапов проекта позволяет после запуска отеля обеспечивать заявленную доходность».

С ней согласна госпожа Конвей, которая также отмечает, что в сегменте сервисных апартментах на вторичном рынке большую роль играет именно управляющая компания. «Успех апартментов, заявленных как сервисный продукт, в большей степени зависит не от застройщика, реализующего проект, а от управляющей компании. Именно она впоследствии будет напрямую влиять на эффективность такой инвестиции — за счет достижения определенного уровня заполняемости и доходности в рамках краткосрочной или долгосрочной программы аренды. На рынке есть примеры проектов, в которых изначально заявлялась одна управляющая компания, а затем она сменялась — не важно, на более или менее успешную, — любые перемены могут побудить владельца к пересмотру своих активов, и такие апартменты выходят на вторичный рынок», — отмечает Елизавета Конвей.

«У нас пока не так много проектов сервисных апартментов, на примере которых можно наглядно рассмотреть все детали инвестирования в этот формат недвижимости и их востребованность на

вторичном рынке», — констатирует господин Волков.

В ОЖИДАНИИ РОСТА В дальнейшем спрос на апартменты на вторичном рынке будет стабильно расти, уверены эксперты. «Вторичный рынок апартментов в Петербурге, вне сомнений, будет активно развиваться в перспективе двух-трех лет, когда большинство заявленных проектов будут введены в эксплуатацию. Особенно это коснется псевдожилья, которое по закону нельзя сдавать, а значит, и получать от этого доход, — отмечает госпожа Сторожева. — Конечно, перепродажа юнитов от собственников будет и в классических апарт-отелях, которые по каким-то причинам не оправдают ожидания инвесторов — например, в плане гостиничного сервиса, а также получаемой доходности. Поэтому особенно важно изначально выбирать качественный проект с понятной экономикой и хорошо проработанной гостиничной составляющей».

«В последние несколько лет на рынке первичной недвижимости в продажу активно выходит большое количество апартментов и получает львиную долю рынка. Некоторые клиенты приобретают апартменты в качестве краткосрочной инвестиции, чтобы продать их после сдачи в эксплуатацию», — прогнозирует Виктория Черепаша. Вышеуказанные факторы предполагают устойчивый рост сегмента апартментов на вторичном рынке. ■



ПОКУПАТЬ АПАРТАМЕНТЫ НА ВТОРИЧНОМ РЫНКЕ МОЖЕТ БЫТЬ НЕ МЕНЕЕ ВЫГОДНО, ЧЕМ НА ПЕРВИЧНОМ, — ПРИ УСЛОВИИ УСПЕШНОЙ РАБОТЫ УПРАВЛЯЮЩЕЙ КОМПАНИИ