ИЗОЛИРОВАТЬСЯ ОТ ГОРОДА

ЗАКРЫТИЕ ГРАНИЦ И САМОИЗОЛЯЦИЯ ПОВЫСИЛИ СПРОС НА АРЕНДУ ЗАГОРОДНОГО НЕДВИЖИМОСТИ В ПЕТЕРБУРГЕ И ЛЕНОБЛАСТИ В НЕСКОЛЬКО РАЗ. ТАТЬЯНА ТАЛДЫКИНА

Александр Гиновкер, генеральный директор агентства недвижимости «Невский простор», отмечает, что петербуржцы ищут объекты у воды и с хорошей транспортной доступностью, так как большинство арендаторов планирует регулярно посещать мегаполис по рабочим делам. В Ленобласти основной интерес сосредоточен на Всеволожском, Выборгском и Приозерском районах. В Петербурге пользуется спросом Курортный район, особенно Репино и Комарово. Прежде всего эту локацию отличает близость к городу, наличие залива, а также относительно хорошей инфраструктуры.

Рынок поселков под аренду начал развиваться после 2015 года как альтернатива Финляндии. Но за четыре-пять лет сегмент полноценно развиваться не успел. Проекты есть, но они скорее исключение, чем правило. Такой бизнес является очень сезонным — это, пожалуй, основная причина его слабой развитости в наших реалиях. По сути, есть только четыре месяца — с мая по август. Для работы зимой не хватает инфраструктуры. Например, в нашем регионе мало не только горнолыжных трасс, но и даже беговых. Также нет прогулочных территорий. Однако нынешний кризис в определенной степени может подтолкнуть данный сегмент к развитию.

Белла Малышева, руководитель проектов VKN.ru и «Загородное обозрение», говорит: «Сегодня на рынке долгосрочной аренды дач в Ленобласти экспонируется около 700 объектов, коттеджей — около 100 штук. Наиболее популярны у петербуржцев дома у воды и располагающиеся недалеко от города — около часа пути. Самые популярные районы: Всеволожский, Выборгский, Приозерский, Гатчинский. Также есть спрос на Курортный. Особенность нынешней ситуации в том, что многие готовы въезжать сейчас, а не летом». Она добавляет, что на фоне неясности сроков открытия границ подскочил спрос на аренду дач и загородных коттеджей на период с мая по

сентябрь. При этом наибольшее число запросов от потенциальных арендаторов сосредоточено в диапазоне до 50 тыс. рублей в месяц. «Сейчас в Петербурге и области предложение загородных объектов в долгосрочную аренду уступает аренде коттеджей посуточно. В сегменте аренды на лето преобладают предложения дороже 50 тыс. рублей в месяц — таких почти 60%. Наименьшая доля приходится на дачи дешевле 30 тыс. рублей в месяц, их 17%. Еще 24% — это дома от 30 до 50 тыс. рублей в месяц. Речь идет о нескольких сотнях объектов. Объем предложения в посуточную аренду в Петербурге и Ленобласти выше — на 40%», — говорит госпожа Малышева.

«Взрывного роста цен мы пока не наблюдаем, но он вполне возможен по мере приближения лета. Так, в Ленобласти разброс цен очень большой: можно найти лоты от 35–50 тыс. рублей за месяц до 500–600 тыс. Это нельзя назвать уникальной ситуацией — в прошлые годы было так же. Действительно, есть недостаток предложений в высокобюджетном сегменте. Состоятельные люди, как правило, возводят дома для собственных нужд, а не для сдачи в аренду», — говорит господин Гиновкер.

Госпожа Малышева отмечает, что собственники домов в Ленобласти начинают реагировать на изменяющиеся условия рынка. Нани Меребашвили, директор филиала компании «Бест-Недвижимость» в Петербурге, говорит, что собственники поднимают стоимость аренды. Сегодня цены колеблются за бюджетный загородный домик от 50 до 150 тыс. рублей в месяц, за дома бизнес-класса просят 160–350 тыс. «Причем за 300 тыс. рублей можно снять дом площадью и 300 кв. м, и 600 кв. м. Определяющим для арендаторов на сегодняшний день фактором является близость к развитой инфраструктуре. К примеру, у нас в базе был отличный дом в Выборгском районе, ближе к границе с Финляндией, хорошо оснащен-

ный, по нормальной цене. Но немногие решались его арендовать именно по той причине, что магазины, больницы и другие необходимые объекты инфраструктуры находятся слишком далеко», — сообщает она.

«Кроме того, многие стали менять текст объявлений. Например, хозяева дописывают такие моменты, как «уединенное расположение дома или тот факт, что дом находится вне густонаселенного садоводства. Отдельно сегодня уточняют про наличие уверенного приема сигнала мобильного интернета. Многие также делают отдельный упор на экологии места, где находится объект для сдачи», — говорит госпожа Малышева.

Виолетта Басина, гендиректор ГК OtaKulma, отмечает, что в середине марта, после введения ограничительных мер, количество обращений было в разы больше. Ярослав Бычков, заместитель директора группы компаний SRG, говорит, что из-за ограничительных мер и стремления людей выехать из города спрос на загородную аренду по сравнению с весной прошлого года удвоился.

Нани Меребашвили оценивает ситуацию иначе: «В марте мы столкнулись с тем, что спрос на аренду загородного жилья стал в десятки раз превышать существующее предложение. Такого количества звонков не было даже перед Новым годом — временем, когда спрос традиционно увеличивается. Например, один из наших клиентов на свой коттедж выбирал арендатора из трех претендентов. На сегодняшний день у нас осталось несколько свободных коттеджей, и ежедневно поступает 4–5 звонков. Очередь на просмотр выстроилась уже из десяти человек. Безусловно, такой ажиотажный спрос связан прежде всего с угрозой коронавируса: те, у кого есть такая возможность, стремятся покинуть Петербург, чтобы самоизолироваться за городом, где есть возможность ежедневно гулять, вести активный образ жизни и дышать свежим воздухом, не нарушая

карантин. С другой стороны, часть спроса формируют те, кто планировал снять коттедж на летний период, но из-за угрозы коронавируса активизировал свою потребность раньше срока».

«Стоит подчеркнуть, что предложение оказалось совершенно не готово к спросу. В эконом-сегменте многие домики стоят законсервированные на зиму, а те, что были готовы к заселению, тут же разобрали», — говорит она. Госпожа Меребашвили добавляет: на рынке серьезно чувствуется дефицит загородного жилья качественного премиум-сегмента, когда есть продуманные проекты, охрана, видеонаблюдение, серьезная техническая составляющая. «За последние пять лет эту нишу стали заполнять, строятся интересные проекты, но до сих пор ниша не заполнена, дефицит налицо», — указывает она.

Эксперты говорят, что на рынок стали выводиться проекты загородных коттеджей поселков под сдачу в аренду — по типу апартаментов в Петербурге. Процесс появления таких поселков, разумеется, не связан с пандемией, он зреет уже несколько лет.

Господин Гиновкер подчеркивает, что основное отличие таких проектов от обычных коттеджных поселков состоит в наличии дополнительной развлекательной инфраструктуры.

«Альтернативой апартаментам сегодня являются турбазы. В основном превалирует высокий ценовой сегмент, где домик на турбазе стоит от 50 тыс. рублей в месяц и больше. Однако этот рынок нестабильный, все упирается в сезонность. Есть высокий сезон, который успешен, — это лето и новогодние праздники. А есть низкий сезон — все остальные месяцы. Те базы отдыха, которые находятся поближе к городу, спасаются корпоративами. В основном именно корпоративный отдых является основным источником заработка для турбаз в несезон», — замечает госпожа Басина. ■

16 → ВИКТОРИЯ ПАНТЕЛЕЕВА, основатель Digital Generation:

— На пандемии заработают фармкомпании. Сейчас они всеми правдами и неправдами убеждают потребителей купить то или иное волшебное лекарство от коронавируса. Благо во время самоизоляции это можно сделать, не покидая дом: недавно вышел указ об удаленной продаже медикаментов.

АНЖЕЛИКА АЛЬШАЕВА, генеральный директор агентства недвижимости ГК «КВС»:

— Очевидно, рост покажут онлайн-службы, аптеки, сервисы доставки. Но большой плюс я вижу и для более инертных и традиционных сфер — образования, недвижимости. Уверена, что последние события подстегнут цифровизацию этих отраслей. В последние годы все говорили про необходимость внедрения новых технологий, но процесс шел неспешно, а сейчас мы вынуждены ускориться. Уже в этом марте о срочном запуске дистанционных продаж рапортовали

сразу несколько крупных девелоперов. Предполагаю, что это в большей степени сервисы, чем полноценные интернет-магазины, так как для запуска такого рода системы нужно плотное и долговременное взаимодействие с партнерами из банковской сферы. В современных условиях, когда все стремятся отладить процессы удаленной работы внутри собственных компаний, это очень сложно. Но очевидно, что все эти сервисы продолжат работу, будут развиваться и после завершения эпидемии.

МАРК ШЕРМАН, управляющий партнер B&C Agency:

— Можно предположить, что подрастет сфера, которая ориентирована на развлечение детей и взрослых на дому, — это игры, книги. Хорошо себя будут чувствовать интернет-магазины по доставке еды и сервисы по логистике. Будут востребованы юридические услуги и услуги по реструктуризации бизнеса, потому что переживут вынужденные простои далеко не все. Что касается сферы коммуникаций, то тяже-

лые времена переживают ивентчики, однако может вырасти спрос на антикризисный, репутационный PR, как это обычно бывает во время таких нестандартных ситуаций.

ДМИТРИЙ БАНЧУКОВ, основатель 5 CATS:

— Растут в первую очередь онлайн-школы и дистанционные сервисы, в частности, Zoom вырос с 10 млн пользователей до 200 млн всего за месяц. Медиа также быстро растут, так как новости и контент люди стали потреблять гораздо активнее: во-первых, появилось свободное время, во-вторых, широкий интерес вызывает тема пандемии и ее влияния на разные сферы жизни общества.

ПЕТР МЕБЕРТ, управляющий партнер TopSEOTeam:

— На мой взгляд, одним из ключевых факторов становится возможность или невозможность уйти в он-

лайн. В зоне риска те, кто не сможет этого сделать. А выиграют те, кто вовремя смог переориентироваться в онлайн-формат, подстроиться под форс-мажорные обстоятельства и предоставить уникальный продукт. Долгосрочные и стабильные перспективы есть у онлайн-сервисов, приложений, дистанционного обучения и развлечения, софтов, онлайн-магазинов, услуг доставки, в том числе бесконтактной. Мир неизбежно будет уходить в онлайн. Уже сейчас мы видим взрывной рост сервиса видеоконференций Zoom (рост цен на акции Zoom Video Communications к середине апреля составил 71% в течение полугодия). Акции видеосервиса Netflix выросли на 39% в течение того же периода, Microsoft Corporation — на 19%. Акции крупнейшего в мире онлайн-ритейлера Amazon.com подорожали на те же 19% (анализ проводился 9 апреля 2020 года). Разумеется, заработают и те, кто производит товары, востребованные именно в период пандемии (защитные костюмы, санитайзеры). Насколько устойчивым будет спрос, зависит от дальнейшего развития эпидемиологической ситуации. ■

ПРЯМАЯ РЕЧЬ