

«МЫ ПРЕДПОЧИТАЕМ ВЕРИТЬ В ПОЗИТИВНЫЙ СЦЕНАРИЙ СКОРОГО ВОССТАНОВЛЕНИЯ РЫНКА»

О ТЕКУЩЕЙ СИТУАЦИИ НА РЫНКЕ СЕРВИСНЫХ АПАРТАМЕНТОВ, ВОССТАНОВЛЕНИИ ОТРАСЛИ ПОСЛЕ КРИЗИСА, НЕОБХОДИМОСТИ СОЗДАНИЯ ЧЕТКОЙ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЙ БАЗЫ, А ТАКЖЕ О КРИТЕРИЯХ ДОХОДНОСТИ ОБЪЕКТОВ РАССКАЗАЛА В ИНТЕРВЬЮ КОРРЕСПОНДЕНТУ GUIDE МАРИИ КУЗНЕЦОВОЙ ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР ОТЕЛЬНОГО ОПЕРАТОРА PLG ЕКАТЕРИНА ЛИСОВСКАЯ.



ЕВГЕНИЙ ПЛАВЕНКО

GUIDE: Ощущается ли снижение интереса к вашим проектам по сравнению с прошлым годом?

ЕКАТЕРИНА ЛИСОВСКАЯ: Я бы охарактеризовала текущую ситуацию так: мы замечаем не снижение интереса к апартаментам, а общее снижение спроса на рынке недвижимости, вызванное пандемией и экономической рецессией. Люди продолжают изучать рынок, но при этом реализация этого интереса часто откладывается. Многие ждут, когда ситуация станет более стабильной и ее можно будет спрогнозировать на длительный срок. В целом инвесторы сегодня разделились на две категории. Первая — это те, кто готов купить прямо сейчас, реагируя на снижение курса рубля, чувствуя необходимость в сохранении сбережений. Ведь несмотря ни на что недвижимость — по-прежнему самый надежный и гарантированный инвестиционный инструмент. Вторая категория — это те, кто откладывает покупку. В частности, мы заметили снижение спроса со стороны самозанятых и представителей малого бизнеса по очевидным причинам. Вместе с тем я считаю, что тренд на положительную динамику спроса должен в скором времени восстановиться. Многие аналитики говорят, что кризис не является системным и уже к осени многие отрасли восстановятся. Мы предпочитаем верить в позитивный сценарий скорого восстановления рынка.

Г: Ожидаете ли вы затоваривания на рынке апартamentов в ближайшие годы?

Е. Л.: На мой взгляд, в течение следующих двух-трех лет затоваривания не произойдет. На это есть две основные причины. Во-первых, несмотря на то, что рынок сервисной недвижимости в целом и инвест-отелей в частности — это эволюционная модель гостиничного сегмента, подходы к бизнесу здесь иные. В чистом виде сервисные апартменты с классическими гостиницами не конкурируют. Во-вторых, некоторые проекты, находящиеся сегодня на стадии строительства, фактически сервисными апартментами не являются. Они предназначены для жизни и не станут конкурентом доходной недвижимости хотя бы потому, что не смогут эту доходность показать.

Г: Каково ваше отношение к инициативам, связанным с приравниванием апартментов к жилой недвижимости?

Е. Л.: С моей точки зрения, это совершенно неверный подход, который может нести в себе негативные последствия для отрасли.

Г: Почему вы так считаете?

Е. Л.: Из идей, вокруг которых идет сегодня дискуссия, наиболее актуальная для нас — возможность постоянной регистрации в апартментах. Но очевидно, что только этим инициативы не будут ограничены. Движение в сторону жилья приведет нас к обременениям в виде строительства социальных объектов — школ, детских садов, поликлиник и других объектов, не отвечающих задачам нашей целевой аудитории. При таких условиях этот сегмент уже не будет являться инструментом для обеспечения пассивного дохода собственников, то есть перестанет выполнять свою главную задачу. С другой стороны, и к гостиницам нас тоже приравнивать не стоит, поскольку там идет работа с краткосрочной арендой, а мы работаем в многосегментном бизнесе: это не только краткосрочная аренда, но также средне- и долгосрочная. У нас с гостиницами разные целевые группы. Резюмируя: сервисным апартментам нужны совершенно определенные правила игры, нужен собственный классификатор. И вводить его можно только в активном диалоге с участниками рынка: мы больше всех заинтересованы в том, чтобы предлагать нашим клиентам качественный и конкурентоспособный продукт, мы изучаем рынок и знаем, что необходимо потребителю сегодня.

Г: Как, например, за рубежом?

Е. Л.: Совершенно верно. В США этот сегмент рынка работает уже очень успешно на протяжении пятидесяти лет, в Великобритании — около тридцати. Там понятная нормативная база, не имеющая отношения ни к жилью, ни к гостиницам. И в России нужно сделать то же самое. Апартменты уже нельзя запретить, это важный элемент «пищевой цепи», необходимый людям и городу, влияющий на стратегически важное направление — туристический поток — и доходы от него.

Г: Поговорим о ваших проектах — инвестотелях IN2IT и «Про.Молодость». В них инвесторам предлагается разная доходность. С чем это связано?

Е. Л.: Это связано с тем, что IN2IT («Интуит») и «Про.Молодость» ориентированы на разную целевую аудиторию и находятся в разных ценовых сегментах. Например, IN2IT, благодаря своему местоположению, ориентирован не только на рекреационный туризм, но также подходит и для краткосрочного размещения бизнес-туристов. Здесь могут остановиться те, для кого важна близость «Экспофорума», аэропорта и нужна развитая инфраструктура конкретно в данной локации. Поскольку стоимость размещения гостей в IN2IT выше, следовательно, и номера будут способны генерировать больше дохода. Вход в проект также дороже: минимальный по площади номер в IN2IT сейчас стоит 2,7 млн рублей, студия в «Про.Молодости» — 1,8 млн. Инвестотель «Про.Молодость», в свою очередь, ориентирован больше на среднесрочное размещение — от месяца и более. Отсюда и разница в гарантированной доходности.

Г: Каковы предпочтения инвесторов в части выбора тех или иных программ доходности?

Е. Л.: Мы сразу вышли на рынок с программами доходности S, M и L для того, чтобы охватить как можно большую аудиторию инвесторов, в том числе и тех, кто не рассматривал вложения в недвижимость в принципе. Мы первыми снизили порог входа на рынок недвижимости до 300 тыс. рублей. Когда мы открыли продажи, такое разделение подтвердило свою эффективность. Любопытно, что S-программа стала скорее инструментом допродажи. Например, у покупателя имеется на руках 3 млн рублей, на которые он может приобрести и один номер за 2,7 млн, и 3 кв. м коммерческой недвижимости. Таким образом, весь его бюджет будет работать и приносить доход. Кроме того, в процессе мы сформировали еще дополнительный сегмент — XL — для оптовок.

Г: Что вы можете сказать о портрете вашего покупателя?

Е. Л.: Здесь можно выделить три основных категории. Представители первой, таких примерно 30%, стремятся заработать на разнице в цене квадратного метра. Так, инвесторы-пионеры, которые пришли в «Интуит» в августе 2018 года, сегодня имеют на руках номер, который стоит на 25–30% дороже первоначальной цены. Вторая категория приобретает номер, чтобы зарабатывать на сдаче в аренду. При этом существуют два возможных сценария: они могут делать это самостоятельно либо воспользоваться нашими услугами. В первом случае это чревато или низким доходом (при сдаче в долгосрочную аренду), или большой нагрузкой по управлению активом (при сдаче посуточно). Кроме того, можно выделить и третью категорию покупателей, которые пока не знают, что будут делать со своей недвижимостью. Основной их мотив для покупки — сохранение средств.

Г: Когда, на ваш взгляд, должно произойти восстановление туристической отрасли? Насколько высоким будет отложенный спрос?

Е. Л.: Очевидно, что в 2020 году высокого туристического сезона в городе не случится. Сейчас загрузка отелей в среднем по городу упала до 7%, а средняя стоимость ночи размещения сейчас составляет около 1800 рублей, и это по всем сегментам. Положительная динамика может начаться ближе к осени. В частности, к нам вернется внутренний туризм, ближе к концу года начнут приезжать иностранцы. Что касается отложенного спроса, то мы можем его ожидать летом 2021 года, когда станет более понятна эпидемиологическая обстановка в мире. При условии стабильной ситуации в мире к нам доедут те, кто не смог это сделать в 2020 году. В целом мы оптимистичны относительно будущего туристической отрасли в городе: Петербург — самое быстрорастущее направление для туризма в Европе, в среднем каждый год до 2020-го турпоток рос на 8–10%. Для европейского и китайского туриста мы по-прежнему являемся доступным вариантом для путешествия, а в условиях глобальной рецессии это плюс. ■