

Директор по маркетингу компании PLG Александр Кречетов подсчитал, что на протяжении последних четырех лет доли сервисного предложения и спроса стабильно росли на 20–25% в квартал, демонстрируя максимальную динамику среди всех сегментов коммерческой недвижимости. Исключением стал второй квартал 2020 года, когда доля рекреационных форматов выросла больше из-за потребительского тренда на самоизоляцию.

Карина Шальнова, директор RBI PM, подсчитала, что сегодня на рынке Петербурга работает в общей сложности 24,5 тыс. юнитов, при этом на сервисные апартаменты приходится 19 тыс.

По данным Knight Frank St. Petersburg, по итогам первого полугодия 2020 года свободное предложение на рынке апартаментов насчитывало 6,3 тыс. юнитов общей площадью 216 тыс. кв. м. Общее снижение показателя с начала года составило 36% (в юнитах) и 47% (в кв. м) относительно первого полугодия 2019 года. Отсутствие новых проектов во втором квартале и активность покупателей в первом квартале текущего года вернули рынок к показателям предложения 2017–2018 годов. На фоне пандемии и кризиса в туристической отрасли девелоперы были сосредоточены на реализации существующих проектов, нежели на развитии и выводе на рынок нового предложения.

С начала 2020 года сокращение ассортимента наблюдалось во всех сегментах апартаментов на рынке. Однако количество свободных юнитов в рекреационных комплексах снизилось наиболее заметно — на 55% по сравнению с итогом 2019 года. В период с января по июнь 2020 года было введено в эксплуатацию шесть комплексов апартаментов, суммарное количество сданных юнитов составило 2,5 тыс. штук, что на 19% больше показателя первого полугодия 2019 года. Стоит отметить, что основная часть введенных объектов (61%) уже реализована, в частности, наиболее крупный из них — YE'S Marata на Социалистической улице, отмечают в Knight Frank St. Petersburg.

«В Москве подобный продукт практически не представлен. Там больше псевдожилья, люди пока менее ориентированы на профессиональную сдачу через управляющую компанию, предпочитают заниматься этим самостоятельно. Но я уверена, что в ближайшие пару лет тренд управления недвижимостью через специализированные профессиональные управляющие компании так же плотно затронет и Москву», — полагает госпожа Шальнова.

Господин Мохнар говорит, что доходность апартаментов в Петербург составляет 8–16%, в зависимости от выбранной программы и конкретного объекта.

«Непосредственно для инвестиционных целей больше подходит сервисный тип апартаментов. Часто еще на этапе продаж проекта известна будущая управляющая компания либо гостиничный оператор, компания-застройщик предлагает клиенту выбрать один из вариантов получения доходности, которая может достигать 10–12%», — рассказывает господин Строилов.

Господин Кречетов говорит, что даже в период пика весенней пандемии загрузка апарт-отелей достигала 60% против 7% у гостиниц — благодаря большей гибкости и возможности переключиться на долгосрочный формат аренды. «Да, доходность инвесторов снизилась, так

как высокий туристический сезон в этом году не состоялся, тем не менее сервисная недвижимость показала положительную доходность на уровне 6–8%, что выше банковских депозитов. Привлекательна категория сервисных апартаментов и с точки зрения роста цены квадратного метра: только за 2020 год, несмотря на макроэкономику, цены здесь увеличились на 9–11%, а до конца года прирост может достигнуть 15%. При этом в рекреационных форматах рост стоимости „квadrата“ — единственный способ получения пассивной доходности», — рассуждает эксперт.

По данным Knight Frank St. Petersburg, по итогам июня 2020 года средние цены предложения увеличились на все типы апартаментов за исключением элитных (–14% с начала года), что связано с изменением структуры предложения в продаже. В остальных форматах цена квадратного метра апартаментов увеличилась в среднем диапазоне 3–9% относительно итогов 2019 года. Повышение спроса на загородные апарт-отели сопровождало их удорожанию: +9% по сравнению с итогами 2019 года. Кроме того, годовой рост цен (+23%) в рекреационных комплексах обусловлен ограниченным ассортиментом в продаже. Последнее пополнение предложения в рекреационном сегменте было зафиксировано два года назад («Образ жизни. Спортивная деревня» и «Русские сезоны» («Лесной корпус»)).

Основной тенденцией среди сервисных объектов стало предоставление дополнительных скидок и акций. Пытаясь привлечь покупателя, девелоперы анонсировали дисконт цены до 10% при одновременной оплате, предлагали разнообразные варианты рассрочки со сниженным первым взносом, а также субсидирование ипотеки.

Антон Агапов, директор по развитию сети апарт-отелей YE'S, замечает, что сегмент сервисных апарт-отелей в целом развивается по всему миру. Согласно данным Global Serviced Apartments Industry Report, по состоянию на 2020 год сегмент сервисных апартаментов насчитывает 1 254 753 юнита в более чем 160 странах. «При этом за год количество сервисных апартаментов выросло на 14,75%. Это колоссальный рост, которым не могут похвастаться другие сегменты коммерческой недвижимости. Сегмент апартаментов на текущий момент развивается в двух столицах и не представлен в регионах. При этом развитие идет в разных направлениях», — говорит господин Агапов. Он признает, что в столице формат больше развивается за счет псевдожилья: девелоперы строят жилые дома, но в статусе коммерческих помещений. Такие объекты не нуждаются в обеспечении социальной инфраструктурой (школы, детские сады) и, как правило, продаются дешевле классического жилья. «В сегменте сервисных апартаментов представлены единичные проекты. Интересно отметить слом тенденции: московские девелоперы все чаще начали рассматривать сегмент сервисных апарт-отелей как альтернативный вариант застройки земельных участков с коммерческим назначением на фоне снижающегося спроса на офисную и торговую недвижимость», — говорит господин Агапов. Уровень конкуренции в сегменте достаточно высок. В том числе многие управляющие компании привлекают на свои проекты международные бренды — компании идут по европейскому пути, заключают он. ■

АВГУСТ ПОСЕЛИЛ НАДЕЖДУ

ЗАГРУЗКА ГОСТИНИЦ В ГОРОДАХ РОССИИ ПО ИТОГАМ АВГУСТА ПРИБЛИЗИЛАСЬ К ДОКРИЗИСНОМУ УРОВНЮ, ХОТЯ НА ФОНЕ НОВЫХ ОГРАНИЧЕНИЙ, ВВОДИМЫХ РАЗЛИЧНЫМИ РЕГИОНАМИ, ДО ПОЛНОГО ВОССТАНОВЛЕНИЯ ВСЕ ЕЩЕ ДАЛЕКО. ПО РАЗНЫМ ОЦЕНКАМ, ЭТО ПРОИЗОЙДЕТ НЕ РАНЕЕ 2022–2023 ГОДОВ.

РОМАН МАСЛЕННИКОВ

Такой вывод сделали эксперты компании Cushman & Wakefield по итогам анализа объемов спроса в июле и августе 2020 года на отели Москвы, Санкт-Петербурга, Казани и Екатеринбурга. «С учетом впечатляющего всплеска внутреннего туризма летом 2020 года, больше других выиграли рынки, туристские достопримечательности которых совмещаются с комфортной и современной городской инфраструктурой. Немаловажным фактором также является возможность добраться до города на автомобиле. В эпоху высоких коронавирусных рисков россияне с большей готовностью путешествуют на средние дистанции на личном транспорте, что в августе обеспечило отличные среднемесячные показатели загрузки отелей Санкт-Петербурга и Казани», — отметила Марина Усенко, партнер департамента гостиничного бизнеса и туризма Cushman & Wakefield.

В Санкт-Петербурге загрузка отелей в августе составила 52,1% — это кардинальное улучшение результатов мая и июня (4,2 и 9,3%, соответственно), когда в городе традиционно начинается сезон белых ночей. В то же время до уровня августа 2019 года (88,4%) все еще далеко.

В Казани уровень загрузки в августе превысил 58%, что является довольно успешным результатом даже на фоне августа 2019 года (72,9%). Для сравнения, в апреле и мае этого года казанские отели были заполнены лишь на 4,4 и 5,9% соответственно.

По сравнению с Казанью и Санкт-Петербургом гостиничный рынок Ека-

теринбурга в августе отчитался о более низкой среднерыночной загрузке — в пределах 43% (57,9% в августе 2019 года), что вполне сопоставимо с московскими результатами. Заполняемость отелей Москвы в августе составила 39,6% (в августе 2019 года — 88,9%).

В отличие от Москвы и Санкт-Петербурга, региональные рынки в меньшей степени зависят от зарубежного спроса. Именно поэтому они показывают меньшую глубину падения объемов продаж гостиничных услуг, вызванного внешними причинами, в данном случае — COVID-19. В частности, в отелях столицы доля иностранцев в среднем по году составляет 40%, в Санкт-Петербурге — около 50%. Поэтому как только границы оказались перекрыты, оба рынка быстро ощутили существенное падение объемов спроса.

На этом фоне крупные региональные рынки (например, Казань и Екатеринбург) традиционно развиваются в основном за счет внутреннего спроса. Доля иностранных гостей в отелях, как правило, не превышает 5–10%. В отличие от столичных рынков, полной приостановки бизнеса там не произошло во многом благодаря сохранению локального спроса. Этому способствовала продолжающаяся реализация крупных инвестиционных проектов регионального масштаба, а также короткие командировки и выезды на отдых.

Аналогичную тенденцию аналитики Cushman & Wakefield видят при сопоставлении мегаполисов и региональных городов в других странах. ■



В ЭПОХУ ВЫСОКИХ КОРОНАВИРУСНЫХ РИСКОВ РОССИЯНЕ С БОЛЬШЕЙ ГОТОВНОСТЬЮ ПУТЕШЕСТВУЮТ НА СРЕДНИЕ ДИСТАНЦИИ НА ЛИЧНОМ ТРАНСПОРТЕ, ЧТО В АВГУСТЕ ОБЕСПЕЧИЛО ОТЛИЧНЫЕ СРЕДНЕМЕСЯЧНЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ ЗАГРУЗКИ ОТЕЛЯМ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА И КАЗАНИ