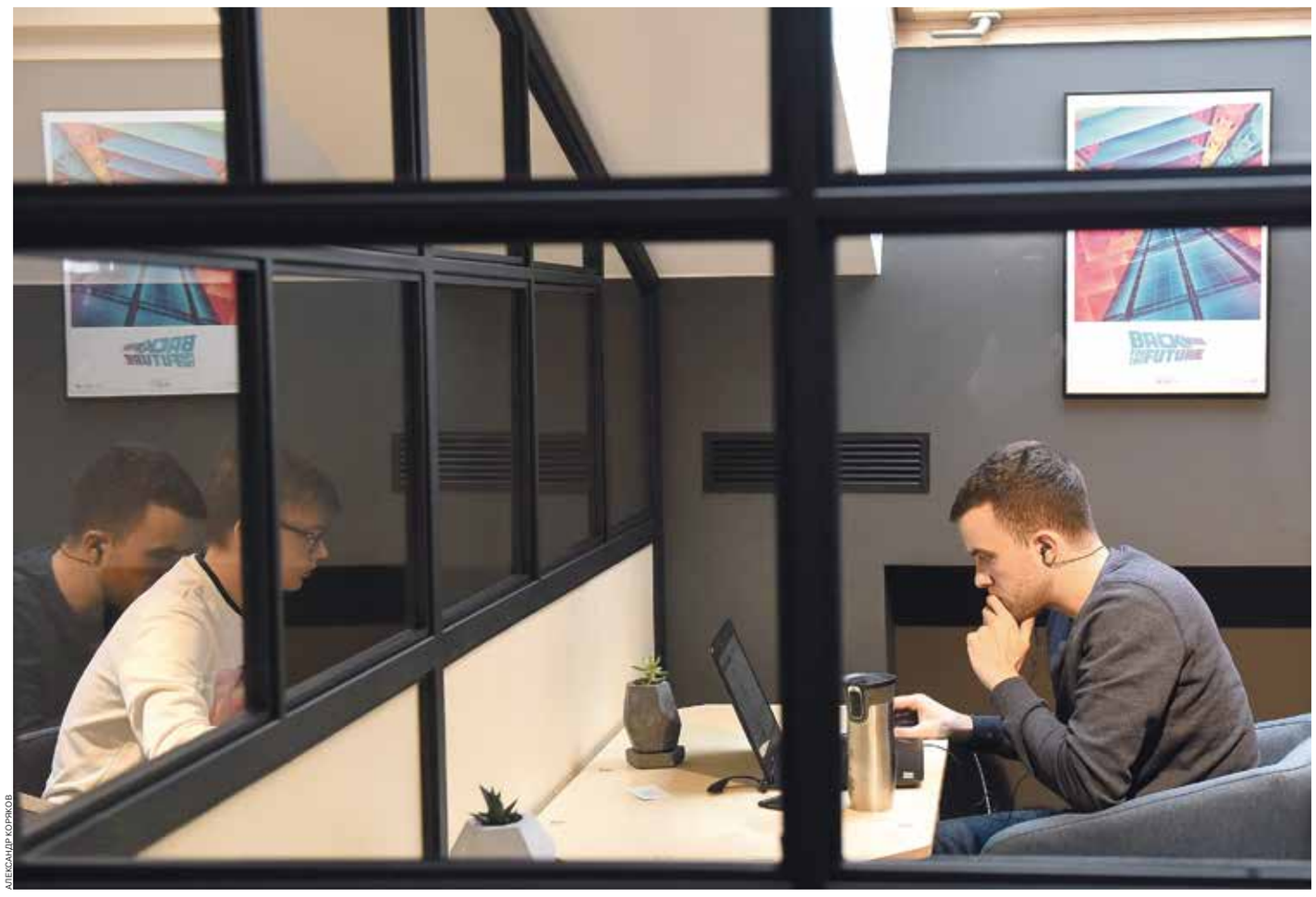
апартаменты. итоги-2020

Форматы совместного потребления

На перспективы развития рынка коливингов и коворкингов эксперты смотрят по-разному. Так, многим из них коливинги напоминают более продвинутую версию коммунальных квартир, популярность которых обусловлена высокими ценами на жилье и аренду. С коворкингами ситуация иная: все собеседники „Ъ“ признают, что данный сегмент имеет большой потенциал, в особенности в условиях повышения мобильности сотрудников и следования философии добрососедства.



АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

В КНР, США, Франции, Великобритании подобный формат уже развивается в сетевом режиме как полноценный сектор рынка коммерческой недвижимости

— вид использования —

Коливинги и коворкинги — это новые форматы коммерческой недвижимости, отличающиеся от стандартной аренды квартиры или офиса наличием дополнительных услуг, соответствующих современному тренду на sharing economy. «Это позволяет людям больше сосредоточиться на собственных задачах, проектах, творчестве, предоставляет большую гибкость в сроке аренды, позволяет спокойнее смотреть в будущее и на смену места жизни и работы в целом, а также дает возможность живого общения с разными людьми, чего так часто не хватает людям в современном мире»,— отмечает коммерческий директор компании Valartis Group Станислав Кочерыгин.

Соседи по интересам

Коливинг — это новый для России формат недвижимости, который пришел в нашу страну из-за рубежа. Этот тренд связан с популярным в настоящее время направлением «экономики совместного потребления», когда люди не приобретают блага, а берут часть их в аренду по мере необходимости. «Появление и развитие данного формата обусловлены ростом цен на жилье и падением покупательной способности, которые были замечены во многих экономиках мира еще до пандемии. В некоторых городах люди не имеют возможности снять и тем более купить собственное жилье, а коливинг позволяет значительно урезать траты»,— объясняет директор по продажам комплекса апарт-отелей Valo Марина Сторожева. По ее словам, больше всего коливингов в настоящее время сосредоточено в Азии, Америке и Европе, совокупно на них приходится 95% от общей массы.

В 2019 году общемировой прирост коливингов был равен примерно 20%. Обычно коливинги делятся по интересам: в них могут проживать программисты, IT-разработчики, музыканты, художники, графические дизайнеры и, конечно, стартаперы. «Можно выделить ряд преимуществ жизни в коливингах: никаких поездок на работу, экономия времени и денег на дорогу, не нужно платить и за квартиру, и за рабочее место, ведь теперь они совмещены»,— отмечает соучредитель архитектурного бюро .ket. Карен Навои Билян.

В КНР, США, Франции, Великобритании подобный формат уже развивается в сетевом режиме как полноценный сектор рынка коммерческой недвижимости. «Сетевым игрокам куда проще позволить себе тщательно и во всех мелочах проработать будущие проекты, сотрудничать с известными архитектурными бюро. Выверенные и удачно протестированные концепты и схемы такие компании могут масштабировать, постепенно усиливая узнаваемость бренда и свои позиции на рынке в целом. Именно такие сильные бренды в будущем начнут экспансию в регионы»,— считает Мария Николаева, глава архитектурного бюро MAD Architects.

Вместе с тем некоторые собеседники „Ъ“ считают, что формат коливинга в целом не является чем-то революционным. «Сдача жилых помещений в субаренду сторонним жильцам либо съем квартиры вскладчину несколькими самостоятельными арендаторами широко практиковалась в мире, да и в России еще до революции. В советское время с коммерческим наймом жилья было чуть труднее из-за законодательных ограничений. Но снять комнатку также было вполне возможно»,— делится мнением президент межотраслевой ассоциации СРО «Синергия» в области строительства и проектирования Александра Белоус.

По мнению Николая Пашкова, генерального директора Knight Frank St. Petersburg, советскому человеку, изнуренному коммунальным советским бытом, такую идею не продать, потому что у него в подкорке сидит мысль, что жилье надо иметь свое и отдельное. «Подрастает новое поколение, не обладающее таким опытом»,— добавляет он. Марина Сторожева, в свою очередь, также не до конца уверена в перспективе подобного формата для России. «Далеко не все владельцы коливингов способны организовать комфортный быт, а жертвовать личным пространством готовы немногие. Кроме того, коливинги не имеют такой эффективной и прозрачной бизнес-модели, как апартаменты, поэтому инвесторам данный формат менее интересен»,— резюмирует эксперт.

Разделяй и работай

Что касается коворкингов, то данный формат возник в ответ на изменения в сфере труда. «Появилось больше распределенных офисов, люди хотят быть более мобильными, чем раньше. По этой причине мы заложили в проект комплекса апарт-отелей Valo коворкинг. Он дает возможность отделить рабочее пространство от домашнего, завязать новые знакомства и воспользоваться деловой инфраструктурой»,— отмечает госпожа Сторожева. По словам Карена Навои Биляна, основатель самой крупной сети коворкингов WeWork Адам Нойманн сам жил долгое время в кибуце и, возможно, перенял оттуда философию «добрососедства» и экономическую модель совместного потребления.

Концепция коворкингов имеет свою идеологию: это открытое сообщество людей с разными знаниями и профессиональными навыками, которыми они в этом пространстве обмениваются, что повышает эффективность их работы. «А поскольку основными пользователями коворкингов изначально были начинающие предприниматели, стартаперы и бизнесмены, то такой формат, помимо своей экономической эффективности и удобства, помогал им развиваться самим и развивать свой бизнес»,— говорит господин Кочерыгин. В настоящее время существует большое количество разных форматов: коворкинги по интересам, объединяющие в себе людей схожих видов деятельности, например, парикмахеров, дизайнеров.

Артур Меркушев, директор аналитического отдела Dominfo.ru, обращает внимание, что современная молодежь разделяет понятия «дом» и «работа». «Именно поэтому возникает потребность в таком месте, куда можно прийти в любое время и поработать. Высокий спрос на коворкинги обусловлен новым рабочим режимом, в котором живет современная молодежь. Они не хотят сидеть от звонка до звонка по точному времени в офисе, а хотят свободно работать в комфортные для них часы»,— объясняет он, уточняя, что обычно такие пространства технически хорошо оснащены, в них можно вести переговоры, назначать встречи и проводить мастер-классы.

Алексей Зародов, партнер бюро Syntaxis, полагает, что почти каждый коворкинг можно сделать прибыльным, и не только в Москве. «Это исключительно гибкий продукт, под размещение которого при необходимости можно адаптировать практически любую площадку. В экспериментальном формате коворкинг можно попытаться устроить практически в любом здании. И все же сценарий развития данного сегмента указывает на то, что экономический КПД гибких офисов напрямую соотносится с их размерами. Качество бизнес-модели таких активов соотносится с количеством рабочих станций для резидентов. Максимальную эффективность показывают кейсы площадью от 700 кв. м»,— рассказывает господин Зародов. Именно поэтому сейчас наблюдается планомерное увеличение средней площади коворкингов, их вместимости, а также общей плотности рассадки. «Различие между регионами и Москвой, помимо количественного фактора, заключается в том, что в столице в данном сегменте наблюдается рост доли сетевых игроков, тогда как в регионах преобладают локальные операторы с одним-двумя проектами. Однако при сохранении темпов проникновения формата за пределы двух столиц сетевые бренды появятся и в крупных региональных центрах»,— считает он.

Практически все эксперты прогнозируют, что рынок коворкингов в России будет расти. «Так, аналитики Cushman & Wakefield подсчитали, что с начала года по ноябрь 2020 года рынок гибких рабочих пространств уже увеличился на 22% по сравнению с концом 2019 года, а по итогам года вырастет на 50%. Сегодня доля гибких рабочих пространств в Москве составляет 1,2% (в 2019 году — 1%). По итогам 2020-го будет около 1,5%, а в 2021-м — до 1,8% от всех офисных площадей»,— рассказывает Георгий Саруханян, управляющий партнер Pro FM. Что касается Петербурга, то, по данным Knight Frank, в городе действует 53 коворкинга общей площадью 42 тыс. кв. м. По мнению Ирека Аллаярова, управляющего партнера сети смарт-офисов SOK, тенденция роста не просто сохранится, но увеличится. «Особенно заметно это станет по мере восстановления деловой активности и возвращения всех на рабочие места»,— добавляет он.

Мария Кузнецова

Безграничное преимущество

— операторы —

Привлечение девелоперами зарубежных операторов к управлению апарт-отелями — пока что вынужденная мера, так как на рынке отсутствуют серьезные отечественные игроки, способные работать с множеством собственников. Эксперты подчеркивают, что подобный формат взаимодействия, характерный для западных стран, имеет значительные преимущества: все заинтересованные стороны могут быть уверены, что апартаменты будут успешно сдаваться, а уровень качества и сервиса оправдает их ожидания.

На рынке апартаментов привлечение международного оператора является конкурентным преимуществом, которое может позволить себе лишь небольшая часть девелоперов. При этом подобные проекты начали появляться в нашей стране лишь в последние два-три года и зачастую носят единичный характер и представлены лишь в крупных городах страны, таких как Москва и Санкт-Петербург, из-за более высокой доли делового туризма и большей концентрации платежеспособного спроса. Согласно данным PwC, 58% номерного фонда на мировом рынке в сегменте долгосрочного проживания формируется 15 крупнейшими международными гостиничными операторами. В Москве их доля составляет 33%, среди представленных в столице сетевых операторов можно выделить Accor Hotels, Four Seasons Hotels and Resorts, Marriott Hotels, Radisson Hotel Group.

Собеседники издания уверены, что количество подобных апарт-комплексов в ближайшие годы будет расти и в Петербурге. «Так, например, во втором корпусе апарт-отеля Valo в Петербурге будет запущен отель Mercure категории „четыре звезды“ под управлением Accor Hotels»,— рассказывает директор по продажам комплекса апарт-отелей Valo Марина Сторожева. Accor Hotels — ведущий мировой гостиничный оператор и лидер на рынке Европы с опытом более 50 лет с более чем 5000 отелей в 95 странах мира. Среди других примеров — Novotel в комплексе Status by Salut! (Accor Hotels) и Ramada Encore — в cOASIS Vertical (оператор Wyndham). При этом, если говорить о мировой статистике, то более половины всех отельных сервисных апартаментов приходится на гостиничные сети Marriott, Four Seasons и Accor Hotels.

«Привлечение международного оператора к управлению сервисными апартаментами дает ряд преимуществ. Во-первых, при участии профессиональной международной гостиничной сети создается по их стандартам продукт более высокого качества и класса, соответственно, более востребованный не только в краткосрочной, но и в долгосрочной перспективе. Учитывая, что такие объекты строятся на десятилетия, инвестору важно быть уверенным, что его актив будет соответствовать не только завтрашним, но и послезавтрашним требованиям и не потеряет в стоимости»,— отмечает Андрей Косарев, генеральный директор Colliers International в Санкт-Петербурге. Во-вторых, в условиях высокой конкуренции бренд международной гостиничной сети является дополнительным аргументом в пользу выбора соответствующего объекта, в-третьих, сотрудничество с международным оператором дает определенные преимущества, связанные с операционной стадией. «У крупных международных гостиничных сетей есть мощная система бронирования, система лояльности, они знают, как привлекать потоки и управлять маркетингом. Они с гораздо более высокой вероятностью, чем небрендовая компания, могут обеспечивать загрузку объекта в долгосрочной перспективе, причем с тенденцией держать средний тариф выше среднего уровня рынка для данной локации»,— добавляет он.

Если говорить о минусах такого формата, то это более высокие затраты на создание для девелопера, потому что ему необходимо выдерживать международные стандарты, которые диктуют гостиничные операторы, рассуждает коммерческий директор девелоперской компании Glincom Иван Татаринов. По оценкам Colliers International, себестоимость строительства таких апартаментов возрастает на 10–25% в зависимости от звездности.

При этом, несмотря на всю кажущуюся дороговизну подобного продукта для покупателя по причине более серьезных вложений со стороны девелопера, из-за ситуации, связанной с пандемией коронавируса, ценообразование на таком конкурентном рынке более сложное. «На рынке работает не просто „затратный подход“, поэтому можно встретить брендовый продукт по цене даже ниже, чем небрендовый»,— указывает господин Косарев.

За прошедшие девять месяцев, по данным консалтингового центра «Петербургская недвижимость», повышенным спросом пользовались комплексы апартаментов во всех ценовых категориях — как с минимальной ценой, так и с более высокой ценой предложения, в том числе с управлением от международных гостиничных операторов. Говоря о преимуществах юнитов для будущих арендаторов, то они в целом схожи с теми, что получают собственники: понятные ожидания, касающиеся сервиса и качества.

Дополнительный контроль

При принятии решения о привлечении к управлению комплексом апартаментов международного оператора девелопер должен осознавать, что партнер будет контролировать реализацию проекта с момента подготовки концепции до его завершения. Первоначально стороны определяют уровень проекта, а также его локацию и наличие транспортной доступности, которая является одним из главных факторов его дальнейшего успеха. Обязательным условием является наличие метро в непосредственной близости, а также возможность беспрепятственно и оперативно добраться как до центра города, так и до аэропорта. После этого согласуется внешний вид будущих общественных зон и каждого номера, чтобы соответствовать стилю и идеологии бренда. Причем речь здесь идет не только о площади и дизайне, но и об инженерном наполнении. После того как апартаменты построены полностью по стандартам оператора, в соответствии с требованиями индустрии, заключается договор управления.

В Valo отмечают, что с момента первых переговоров с Accor до старта продаж апартаментов прошло около двух лет, добавляя, что договор франшизы занимает при этом около 250 страниц, а договор технического сопровождения — около 100 страниц.

Формирование рынка

Что касается российских управляющих компаний, которые в последнее время

YVES FORESTIER/WIKIMEDIA.ORG

При принятии решения о привлечении к управлению комплексом апартаментов международного оператора девелопер должен осознавать, что партнер будет контролировать реализацию проекта с момента подготовки концепции до его завершения

также стали заниматься апарт-отелями на рынке Москвы и Петербурга, то мнения по поводу достаточности их компетенций в управлении объектом с множеством собственников разделились. Оптимальным вариантом для управления комплексами апартаментов может быть создание девелопером собственной управляющей компании: это по большей части характерно при реализации крупных проектов, когда можно самостоятельно сформировать команду с солидным опытом работы, чтобы сводить воедино разносторонние интересы всех заинтересованных лиц для повышения доходности объекта.

Для небольших апарт-отелей, при отсутствии достаточных ресурсов у застройщика, имеет смысл привлечь стороннюю организацию, правда, при этом появляются риски возникновения неэффективного управления объектом. Российских компаний «с именем», обладающих большим портфелем успешно реализованных проектов и компетенциями, чтобы обеспечить гостиничный уровень обслуживания, пока что единицы.

«Данный рынок только зарождается в России, и по сравнению с другими странами таких проектов очень мало. Но я думаю, что мы увидим дальнейшее развитие этого сегмента»,— рассуждает господин Татаринов. Не согласна с коллегой Светлана Московченко, руководитель отдела исследований Knight Frank St. Petersburg, считающая, что по мере развития рынка апартаментов российские компании наращивают свой опыт в управлении и на текущий момент являются вполне конкурентоспособными и способными обеспечить успешное функционирование объекта.

Марина Сторожева, со своей стороны, полагает, что отечественные компании пока что менее конкурентоспособны, так как требования девелопера к уровню сервиса в апартаментах с большим числом собственников очень высоки. «Данный рынок еще только формируется, как раз поэтому к управлению апартаментами зачастую привлекают зарубежных операторов или консультантов»,— поясняет она. Вместе с тем в нынешних условиях от «ручного управления» пока полностью не уйти: сейчас успешно реализуются те проекты, когда девелопер и зарубежный партнер работают в связке.

Собеседники издания уверены, что повышение компетенций в сфере управления апарт-отелями сторонними управляющими компаниями — дело времени, в особенности в условиях усиления роли международных операторов. По их мнению, в перспективе трех-пяти лет эта доля рынка распределится между пятью-шестью игроками, которые смогут как брать сторонние объекты, так и продавать собственные франшизы.

Мария Кузнецова