

А

Тематическое приложение к газете **Коммерсантъ**

ПАРТНЕР ВЫПУСКА



«Запланировано 1000+ га»
«Девелопер»
«Результат»

spb.kommersant.ru

14

Привлечение зарубежных операторов к управлению апарт-отелями обусловлено отсутствием отечественных игроков

15

Задача управляющих апартами компаний — создать максимальный комфорт для гостей за счет сервисов

На фоне значительного сокращения предложения на рынке, снижения рубля и ставок по банковским депозитам интерес к апартаментам продолжает стабильно расти, причем как в сервисном, так и в несервисном сегментах. После затишья, связанного с самоизоляцией, в третьем квартале и начале четвертого девелоперы фиксируют увеличение спроса, при этом характеризую текущий год как «нестабильный, но благоприятный».

Интерес оказался стабильным

— итоги —

Сокращение предложения

По данным Colliers International, на текущий момент объем первичного рынка апартаментов в Петербурге составляет более 700 тыс. кв. м в 32 проектах. В 2020 году он пополнился тремя объектами — новым корпусом в составе комплекса апартаментов Valo, cOASIS Vertical, а также комплекс элитных несервисных апартаментов «Дом Балле» от компании «Мега Хаус». При этом первые два проекта будут работать с международными операторами — Mercure от Accor Hotels и Ramada Encore от Wyndham соответственно. «С начала года в эксплуатацию были введены два проекта апартаментов общей площадью 47,7 тыс. кв. м — YE'S Marata (ГК «Пионер») и Vertical We&I (Becar). Оба комплекса начали функционировать в третьем квартале 2020 года», — говорят в Colliers International.

Объем свободного предложения на рынке апартаментов на конец третьего квартала, согласно отчету Knight Frank, составил 5,8 тыс. юнитов общей площадью 192 тыс. кв. м. В консалтинговом центре «Петербургская недвижимость», в свою очередь, заявляют о 6,7 тыс. юнитов (214,3 тыс. кв. м), большая часть из которых — студии, а продажи ведутся в 32 апартмент-отелях. «На протяжении всего 2020 года предложение ежеквартально сокращалось, в результате за девять месяцев количество юнитов в продаже уменьшилось на 41%», — говорится в отчете Knight Frank.

По мнению экспертов, на сокращение предложения оказала влияние эпидемиологическая ситуация: весной и в начале лета из-за пандемии коронавируса COVID-19 застройщики не выводили на рынок новые проекты. В итоге за три квартала аналитики зафиксировали минимальный за последние годы объем пополнения рынка — 1,9 тыс. юнитов (42,4 тыс. кв. м), говорят в КЦ «Петербургская недвижимость». Если сравнивать этот показатель с цифрами 2017–2018 годов, то объем предложения снизился в 1,5–2,5 раза. «В то время как 2019 году на рынок поступило ре-



Объем свободного предложения на петербургском рынке апартаментов на конец третьего квартала 2020 года составил 5,8 тыс. юнитов общей площадью 192 тыс. кв. м

кордное количество апартаментов: за девять месяцев 10,9 тыс. штук», — приводят данные в «Петербургской недвижимости».

Высокий спрос

Спрос же сохранился на высоком уровне 2018–2019 годов. «За девять месяцев продано 3,2 тыс. юнитов, даже несмотря на временное снижение показателей во втором квартале из-за режима самоизоляции. В третьем квартале объем спроса вырос, было реализовано 1,3 тыс. юнитов (39,9 тыс. кв. м) — на уровне аналогичного периода прошлого года», — сообщила Ольга Трошева, руководитель консалтингового центра «Петербургская недвижимость». При этом наибольшим спросом пользовались сервисные апартменты с минимальной ценой в диапазоне 85–95 тыс. рублей за квадратный метр (33% в спросе) и средним бюджетом покупки около

2 млн рублей, где сконцентрирован наибольший объем предложения — 37%, а также комплексы апартаментов с более высокой ценой предложения, в том числе с управлением от международных гостиничных операторов.

В Colliers International замечают, что в третьем квартале заметно вырос спрос на несервисные апартменты, предназначенные для собственного проживания. «Так, за июль — сентябрь доля несервисных апартаментов в общем объеме спроса составила 45%, что на 19% выше показателя первого квартала 2020 года», — указывают аналитики. Кроме того, спрос вырос и в сегментах высокого класса: на них пришлось 66% от количества реализованных несервисных апартаментов. «Например, в проекте Royal Park за третий квартал было продано 37 элитных апартаментов площадью более 3200 кв. м», — следует из отчета Colliers International.

Коммерческий директор девелоперской компании Glincom Иван Татаринов считает, что везде и всегда есть востребованные и невостребованные проекты, что ста-

новилось особенно заметно во все предыдущие кризисы. «Более всего страдают проекты с неудачными локацией, архитектурой и концепцией либо сильно переоцененные. Напротив, удачные проекты продаются при любом спаде рынка — будь то массовый сегмент или премиальный», — объясняет он.

По мнению Сергея Мохнаря, директора департамента развития ГК «ПСК», нынешний год для недвижимости в целом и для апартаментов в частности был нестабильным, но по итогу очень благоприятным. «Снижение продаж, наблюдавшееся в начале года, было полностью компенсировано вторым и третьим кварталами — спрос вырос в полтора раза», — говорит он, добавляя, что сервисные апартменты в Петербурге остаются неоспоримым лидерами всего сегмента. По оценкам господина Мохнаря, интерес к ним в третьем квартале вырос почти на 90%. «Четвертый квартал покажет ориентировочно схожий уровень спроса — почти двукратного роста, конечно, не будет. Но и предпосылки к его заметному снижению нет», — уверен он.

сервисными апартаментами может быть не так однозначна. «В упрощенном понимании, апартменты с кухней автоматически относились к „псевдожилью“. Но нюанс в том, что апартменты, максимально комфортные для арендатора, — это как раз те, что по своим характеристикам не уступают жилой недвижимости или даже превосходят ее за счет дополнительных сервисов из категории гостиничных», — говорит господин Мохнарь, добавляя, что зачастую возникает парадокс восприятия: если человек покупает апартменты для личного проживания, то он как будто купил «псевдожилье», а если сдает их же долгосрочно и там точно так же живут люди, то все нормально — у него в собственности апартменты. Сейчас же ключевым отличием апартментов от формата «псевдожилья» является наличие управляющей компании и программ доверительного управления — доходности.

Заработать на сервисе

Доходность апартаментов складывается из капитализации как объекта недвижимости и сдачи в аренду, а выбор инвестора полностью зависит от его задач. Одно из ключевых значений для инвестора имеет цена входа в проект, которая чаще всего зависит от стадии строительства и особенностей каждого комплекса. «Если интерес в том, чтобы перепродать недвижимость, когда она подорожает, то, по большому счету, не имеет значение наличие программ доходности в проекте. Если задача получить дополнительный доход

Рост интереса к апартаментам со стороны инвесторов фиксирует и Марина Сторожева, директор по продажам комплекса апарт-отелей Valo. «Коронакризис актуализировал преимущества доходной недвижимости, и в третьем квартале 2020 года мы зафиксировали двукратный рост продаж по сравнению со вторым кварталом. В четвертом квартале эта динамика сохраняется», — сообщила госпожа Сторожева.

Растущие цены и реальная доходность

Что касается цен, то, по оценкам Colliers International, максимальную динамику показали несервисные апартменты комфорт-класса, где за год средний показатель вырос на 26% и составил 153 тыс. рублей за квадратный метр. «В бизнес-классе показатель за год увеличился на 8%, до 205 тыс. рублей за квадратный метр. Для сравнения, в третьем квартале стоимость жилой недвижимости бизнес-класса составила 198 тыс., премиум-класса — 280 тыс. рублей за квадратный метр», — говорят аналитики. Прирост средней стоимости квадратного метра в проектах комфорт- и бизнес-класса в сервисных апартаментах составил 24 и 4% соответственно. «В абсолютных выражениях цены достигли 145 тыс. рублей за квадратный метр в комфорт-классе и 198 тыс. рублей за квадратный метр в бизнес-классе. Помимо повышения уровня готовности проектов и перехода на проектное финансирование, на рост цен также повлияло улучшение концепций новых проектов — девелоперы активнее привлекали международных операторов для управления апарт-отелями», — отмечают эксперты Colliers International.

По мнению господина Мохнаря, кризис в очередной раз стал лакмусовой бумагой для недвижимости и апартаментов в частности. «Инвестиции в доходную недвижимость востребованы, как никогда ранее, на фоне снижения рубля и ставок по банковским депозитам. Последние уже не позволяют компенсировать даже официальную инфляцию, не говоря о реальной», — добавляет он.

Говоря о доходности апартаментов, госпожа Сторожева полагает,

что обещания управляющих компаний должны снизиться. «Реальными цифрами стали 8–10% годовых, а не 15–18%, которые были актуальны ранее. УК, скорее всего, будут ориентироваться на долгосрочную и среднесрочную аренду. При этом в сравнении с другими инвестиционными инструментами апартменты продолжают быть выгодным вложением», — подчеркивает она. По мнению госпожи Сторожевой, программ фиксированной доходности будет все меньше, а цены имеют тенденцию к росту в ответ на увеличивающийся спрос. «Мы предполагаем, что к концу 2020 года стоимость квадратного метра увеличится на 10%», — говорит она.

Неожиданный поворот

В середине ноября возобновилась давняя дискуссия о легализации апартаментов после того, как заместитель главы Минстроя Никита Стасишин высказал мнение, что «нецелесообразно в будущем строить все, что не подходит под жилье». «Поэтому под амнистию должно попасть то, что уже построено, оно должно быть учтено в объеме ввода жилья, но с какого-то момента мы должны честно друг другу ответить, что все, эта лавочка закрывается, с сегодняшнего дня мы строим только жилье», — высказался чиновник. Участники рынка восприняли слова господина Стасишина как скорый полный запрет апартаментов. Однако позже замглавы ведомства объяснил, что Минстрой не будет менять правила игры, «поскольку этих правил нет». Он также отметил, что необходимо внести ясность в регуляторику апартаментов по принципиальным позициям. Пока что правовой статус апартаментов обсуждается с экспертами.

По мнению собеседников „Ъ“, принятие закона о новом правовом статусе апартаментов может наложить на девелоперов новые обязательства, которые, в частности, приведут к нивелированию ценовых преимуществ апартаментов перед квартирами. Если это случится, то рынок может продолжить развиваться по неизвестной и непрогнозируемой траектории.

Мария Кузнецова

Ставка на доходность

— сегменты —

Сервисные апартменты продолжают быть наиболее популярными на петербургском рынке: их доля в общем числе предложения этого типа коммерческой недвижимости составляет более 80%. Эксперты объясняют это наличием в них широкого спектра услуг, которые оказывают управляющие компании, более развитой инфраструктурой внутри комплекса, а также понятными программами доходности.

Петербургские доходные дома, почти на столетие исчезнувшие как класс, пережили своеобразную реинкарнацию и появились снова в качестве апарт-отелей, сохранив свой главный принцип: получение дохода от сдачи в аренду. Причем именно в нашем городе апартменты воспринимаются как арендная недвижимость, в отличие, скажем, от Москвы. Из-за гораздо более серьезного, по сравнению с Северной столицей, дефицита земли и высокого спроса на личные квадратные метры большая доля апартаментов в Москве продается именно как «псевдожилье» для личного проживания. По мнению собеседников „Ъ“, подобная ситуация будет сохраняться еще как минимум в течение десяти лет. Так, по оценкам Knight Frank, по итогам третьего квартала свободное предложение на петербургском рынке составило 5,8 тыс. апартментов общей площадью 192 тыс. кв. м, основная доля на котором (84%) принадлежит сервисному формату апартментов.

Найти отличия

Де-юре сервисные апартменты и апартменты для личного проживания никак не разделены, и разница между ними существует только де-факто. Так, если в классическом понимании первые создаются для дальнейшей сдачи номеров в аренду для извлечения дохода, то так называемое псевдожилье, маскируясь под апарт-отели, строится там, где обычное жилье возводить запрещено.

По словам Гавриила Королева, руководителя департамента недвижимости инвестиционной группы «РБМ Капитал», первое отличие заключается в объемах строительства. «Как правило, апартменты для личного проживания по своей архитектуре и компоновке напоминают обычные многоэтажные жилые дома, это „человейники“, рассчитанные на проживание тысяч людей. Сервисные апартменты компактнее и больше похожи на здания гостиничного типа», — указывает он. Второе и, наверное, ключевое отличие в том, что, приобретая сервисные апартменты, инвестор получает целый комплекс услуг — начиная от полной отделки и меблировки помещения и заканчивая договором на клининг и сдачу апартментов в аренду с прогнозируемым графиком доходов. «Кроме того, в отличие от „псевдожилья“, в сервисных апартаментах могут быть предусмотрены помещения для общепита, оборудованы коворкинги», — добавляет он.

«Псевдожилье» — более простая и понятная бизнес-модель для девелопера. «Это один из способов по-

строить и реализовать проект в тех локациях, где в соответствии с градостроительными нормами разместить жилые проекты невозможно. К апартаментам же как ко временному жилью градостроительные требования ниже», — говорит господин Королев. В то время как девелоперы, реализующие сервисные апартменты, по сути, развивают сразу два бизнес-направления — непосредственно строительство комплекса апартаментов и управление ими. «Как правило, такие апартменты имеют меньшую площадь, чем обычные: самые популярные не превышают 40–45 кв. м», — поясняет коммерческий директор девелоперской компании Glincom Иван Татаринов. Кроме того, у сервисных апартаментов более высокий эксплуатационный платеж по сравнению с классическими — за счет более широкого спектра услуг, которые оказывают управляющие компании и более разнообразной инфраструктуры в рамках комплекса. «Стоит также отметить, что у классических и сервисных апартаментов разная целевая аудитория: если в первом случае две трети лотов (в зависимости от конкретного проекта и стадии его готовности) раскупаются конечными потребителями для собственного использования, то во втором большинство сделок носит инвестиционный характер — перепродажа или сдача в аренду», — добавляет он.

Вместе с тем, по мнению Сергея Мохнаря, директора департамента развития строительной компании, разница между «псевдожильем» и

на годы, то проекты с программами доходности будут явно предпочтительнее», — считает господин Мохнарь.

Несмотря на то, что УК берет комиссию за свои услуги, она делает самое главное — снимает с инвестора все заботы по поиску платежеспособных арендаторов и поддержанию апартаментов в надлежащем состоянии. При этом, поскольку сервисные апартменты предназначены и для посуточной аренды, которая обладает большей доходностью по сравнению с классической сдачей в аренду жилья, то в некоторых случаях разница в доходности может достигать 100%, говорят эксперты.

Так, например, в апарт-отеле Valo есть три программы доходности: Valo Garant, которая предполагает сдачу апартаментов в среднесрочную аренду, а также Valo Progressive и Valo Mercure для сдачи апартаментов в краткосрочную аренду, но с более высокой доходностью. При этом, как заявляет УК Valo Service, доходные программы могут принести инвесторам от 7% в год. По оценкам экспертов, при грамотном управлении загрузка апарт-отеля составляет примерно 60% в течение года, что может принести собственнику до 15% годовых.

Добавить премиальности

Чуть более половины встречающихся на рынке Петербурга апартментов относятся к массовому сегменту, около трети — бизнес-класс и 17% — комфорт-класс, отмечает директор по продажам комплекса апарт-

отелей Valo Марина Сторожева. При этом апартменты бизнес-класса, по оценкам собеседников издания, развиваются довольно динамично, заняв свою нишу на рынке и перестав напрямую конкурировать с дорогой жилой недвижимостью, как это было в начале.

Что касается премиальных апартаментов, то, по мнению экспертов, в настоящее время девелоперы хоть и смотрят в их сторону, но, скорее всего, развитие этого рынка будет происходить значительно более низкими темпами. Во-первых, это эксклюзивные предложения апартаментов, которые в большинстве случаев используются для личного проживания или — в меньшей степени — для сдачи в долгосрочную аренду, что делает их аналогом классических доходных домов на 100–200 номеров. Во-вторых, в крупных городах имеется большой выбор пятизвездочных отелей, поэтому выбор в пользу проживания гостя в апартаментах премиум-класса не является очевидным.

«Подобное предложение возможно только в Москве и Санкт-Петербурге. Однако небольшая емкость рынка, отсутствие четкой концепции и конкуренция со стороны классических гостиниц категории „пять звезд“ ставят под вопрос появление сервисных премиальных апартаментов», — отмечает Светлана Московченко, руководитель отдела исследований Knight Frank St. Petersburg. В других крупных городах России апартменты премиальных категорий просто не будут востребованы.

Мария Кузнецова

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.

— 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 апартаментов 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, экономии 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.

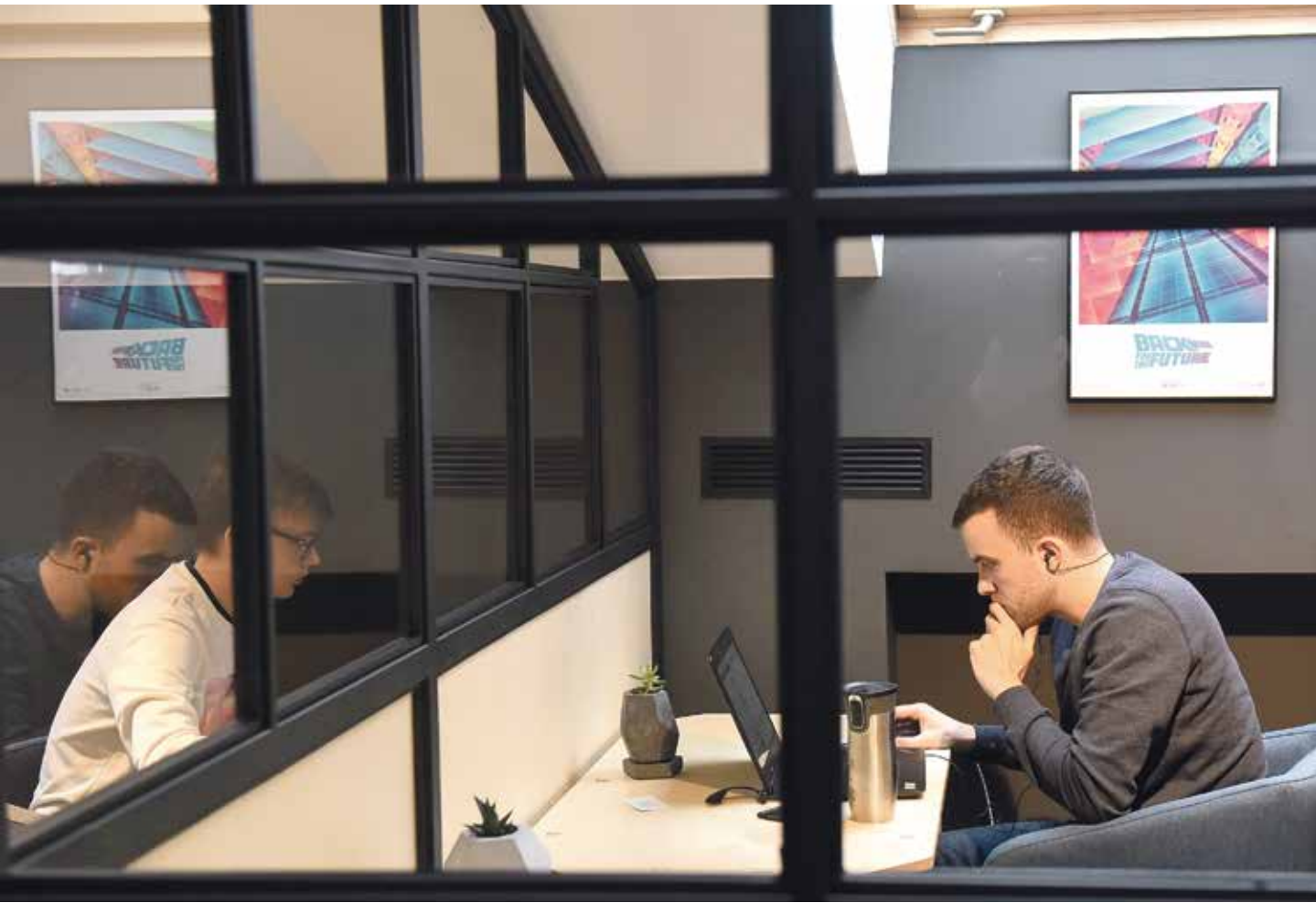
В КНР, США, Франции, Великобритании подобный формат уже развивается в сетевом режиме как полноценный сектор рынка коммерческой недвижимости. «Сетевым игрокам куда проще позволить себе тщательно и во всех мелочах проработать будущие проекты, сотрудничать с известными архитектурными бюро. Выверенные и 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 за-



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

жили в проект комплекса апартаментов 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, основателя 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 жить 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 площадь. 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 Аллаарова, управляющего партнера сети смарт-офисов SOK, тенденция роста не просто сохранится, но увеличится. «Особенно заметно это станет по мере восстановления деловой активности и возвращении всех на рабочие места», — добавляет он.

Мария Кузнецова

Безграничное преимущество

— операторы —

Привлечение девелоперами зарубежных операторов к управлению апартаментами — 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 апартаментов в ближайшие годы будет расти и в Петербурге. «Так, например, во втором корпусе апартаментов Valo в Петербурге будет запущен отель Mercure категории „четыре звезды“ под управлением Accor Hotels», — рассказывает директор по продажам комплекса апартаментов 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 по-

ловины 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 заграничным, но и послезаграничным 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 Татионов. 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 покупателей 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



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 апартаментами 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 апартаментов, 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 Татарinov. Не согласна с коллегой Светлана Москвиченко, 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 апартаментами 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

апартаменты. итоги-2020

В высокий сезон следующего года уже никто не верит

Константин Сторожев, председатель экспертного совета по апартаментам РГУД, генеральный директор UK Valo Service, рассказал корреспонденту „Ъ“ Ксении Потаповой об особенностях и перспективах развития петербургского рынка апартаментов, принципиальных вопросах выбора проектов для инвестирования, а также о недавней инициативе Минстроя РФ.

— **экспертное мнение** —

— Некоторое время назад девелоперы привлекали клиентов гарантиями сверхдоходности инвестиций. Насколько эти обещания выполнялись и что происходит с гарантированной доходностью апартаментов сейчас? — Программ разного рода гарантированной доходности на самом деле было не так и много. По сути, это был маркетинговый ход, когда застройщик и управляющая компания (УК) хотели показать, что они уверены в результате. При этом большинство апарт-отелей сегодня выполняют свои обязательства в оговоренном объеме. Мы выплачиваем 100% гарантированного дохода, хотя изначально эти выплаты рассчитывались исходя из более позитивного сценария на рынке. — То есть высока вероятность, что число проектов с гарантированной доходностью в перспективе сократится до минимума? — Сейчас на рынке действует несколько форматов гарантированной доходности. Кто-то по-прежнему пытается гарантировать максимальную сумму целиком. Но некоторые девелоперы устанавливают не фиксированный формат гарантии, а минимальное значение, например, в год. Годовой формат предусмотрен из-за неравномерности загрузки в Петербурге в сегменте срочного размещения. Таким образом, если выручка выше минимума, владелец апартаментов получает доход в полном размере. Но при любом развитии ситуации он получит доход в размере не менее определенной минимальной суммы. В сложившейся ситуации инвесторы готовы платить чуть больше

за такую уверенность. Но в целом я считаю, что более целесообразно и справедливо придерживаться стратегии разделения успеха, когда и УК, и инвестор получают вознаграждение пропорционально тому, что удалось заработать. — На сегодняшний день остается открытым вопрос присвоения апартаментам статуса жилых помещений. Как вы считаете, будут ли приняты соответствующие поправки и как это отразится на рынке? — Этот вопрос поднимается давно. И прежде всего огромным московским лобби, поскольку в столице сейчас огромный объем апартаментов, которые, по сути, не легитимизированы. Но дело в том, что в результате законодатель может попасть в ловушку. Во-первых, встанет вопрос о том, что изначально апартаменты строились не по жилым нормативам. Во-вторых, земельное законодательство у жилой и не жилой недвижимости абсолютно разное. В-третьих, мы можем столкнуться с резким падением стандартов на рынке объектов размещения, что ударит уже по туристической отрасли. Сейчас все апарт-отели, работающие как гостиницы, обязательно проходят процедуру присвоения «звезд». Если все без исключения апартаменты приравняют к жилью, процедуру классификации можно будет не проходить. Соответственно, есть риск серьезного пополнения рынка так называемой «серой аренды», с которым государство активно боролось в последние годы, а также фактического снижения качества апарт-отелей. Поэтому у законодателей в данном случае много сложных задач. Притом, если



ЕВГЕНИЙ ТАХОНОВ

говорить честно, по своим каналам в Госдуме мы не нашли следов подобного документа, несмотря на информацию о том, что он внесен и будет принят до конца года. — Дайте, пожалуйста, оценку инициативе Минстроя, связанной с запретом строительства апартаментов после перевода существующего фонда в жилой? — Я думаю, что в данном случае власти озаботились проблемой так называемого псевдожилья, то есть жилых домов, которые называются апартаментами лишь на бумаге. Запрещать строить все апартаменты — и апарт-отели, и «псевдожилье» — или переводить все существующие комплексы в жилой фонд — идея, которая может привести к целому ряду проблем, которые были обозначены выше. Кроме того, не совсем понятно, как такой запрет может быть реализован на практике, если даже термин «апартаменты» отсутствует в сфере строительного регулирования. В целом же я поддерживаю идею борьбы с «псевдожильем», но важно, чтобы эта борьба не затронула гостиницы, которыми, по сути, являются настоящие апарт-отели. — Долевое владение апартаментами — каковы перспективы и

востребованность такого инвестиционного инструмента? — На мой взгляд, порог входа на петербургском рынке апартаментов не слишком высокий. На старте строительства он составляет 2,5–3 млн рублей, доступные многим гражданам. А если учесть возможность получения ипотечного кредита, то искомая сумма составляет меньше миллиона, что совсем расширяет вход. В будущем, я считаю, движение пойдет в сторону ПИФов, а далее в область акционирования. Просто пока подобные финансовые инструменты вызывают недоверие у граждан. Но пока развитие долевого владения апартаментами несколько преждевременно, и эти инструменты не демонстрируют большого роста. — Санкт-Петербург является лидером российского рынка недвижимости в сегменте сервисных апартаментов. Почему так сложилось? — Во-первых, недорогой качественный номерной фонд в Петербурге вымывался за счет того, что бывшие советские гостиницы уровня «две-три звезды» переходили под контроль известных брендов, делали реновацию и уходили в категорию «четыре звезды». В результате

на рынке образовался дефицит подобных средств размещения. Во-вторых, петербуржцы верят в туристическую направленность своего города и для них понятен такой объект инвестирования. И, наконец, в Петербурге власти гораздо четче отслеживали историю с «псевдожильем», в отличие от Москвы, где объем подобного строительства был просто запредельным. — Каковы другие характерные особенности петербургского рынка апартаментов? — Главная особенность, повышающая эффективность сервисных апартаментов, — это крайне выраженная туристическая сезонность, в отличие от той же Москвы, где значительная часть туристической загрузки — деловая, круглогодичная. Сервисные апартаменты обладают спецификой (например, наличием кухни), позволяющей работать как в формате краткосрочной загрузки в высокий сезон, так и формате долгосрочной загрузки — в низкий. Поскольку низкий сезон туристической активности в Петербурге является высоким сезоном для рынка аренды. — Что ожидает рынок в будущем году? — Оптимизм пока отодвигается все дальше, поскольку в высокий

туристический сезон следующего года уже никто не верит. На данный момент верят в средний. Мы прогнозируем, что к лету границы все же откроются и к нам вернутся иностранные туристы. При этом отложенный спрос не «сыграет» сразу, и ожидать полного восстановления туристического потока преждевременно. На рынке сохранится довольно большая доля долгосрочного формата, и это правильно с точки зрения балансирования и компенсации рисков. Поэтому показатели, на которые мы хотели выйти в следующем году, вероятно, удастся достичь лишь в 2022-м, когда краткосрочный формат с более высокими ценами на проживание вновь займет лидирующее положение на рынке. — Каковы могут быть основные практические советы по правильному выбору апартаментов для инвестирования? — Сейчас инвесторы гораздо более грамотные, чем несколько лет назад, когда рынок только формировался. Они задают правильные вопросы о гостиничной инфраструктуре, гостиничных технологиях, форматах доходных программ, опыте УК. Вопросы, связанные с тем, чтобы понять и проверить, насколько объект позволяет обеспечить высокий уровень сервиса, а управляющая компания сформировать доход. Я считаю, что инвестиции будут эффективны там, где УК сохранит целостность управления объектом и в результате сможет обеспечить соответствующий уровень сервиса. В объекте с «разношерстным» наполнением, где кто-то живет, а кто-то сдает или, например, присутствует множество управляющих компаний, сделать это крайне сложно. Поэтому, выбирая объект для инвестиций, важно понять, что он будет управляться профессиональной компанией. А дальше — вопрос предпочтений. Одни верят в то, что максимальную загрузку смогут обеспечить западные сети, другие — в большую востребованность компактных люксовых номеров или классических апартаментов. Инвестиции — это всегда доверие. Получите информацию о проекте и вкладывайтесь в то, во что верите.

Не выходи из юнита

— **сервис** —

Задача управляющих апартаментами компаний — создать максимальный комфорт для гостей за счет сервисов. Их разнообразие зависит от умения управляющей компании видеть современные тренды.

Рынок апартаментов в Петербурге начал формироваться в начале 2000-х. Часть проектов создавалась ради снижения издержек на возведение жилых объектов, другая часть — как апарт-отели в их традиционном для Запада понимании, где важное место занимает сервисная составляющая. Такие апартаменты, несмотря на отсутствие в России общепринятой их классификации, принято называть сервисными. Они занимают в Петербурге, по данным Knight Frank St. Petersburg, 84% рынка апартаментов. И пользуются спросом со стороны и инвесторов, и потребителей даже в разгар пандемии. По словам Светланы Московченко, руководителя отдела исследований Knight Frank St. Petersburg, в третьем квартале продажи сервисных апартаментов выросли на 88% по сравнению со вторым кварталом. Что касается спроса со стороны потребителей, то, по данным PwC, загрузка сервисных апартаментов в период пандемии оказалась выше, чем в отелях: в некоторых случаях разница составляла до 30% в пользу первых.

Апарт-набор

Специфика сервисных апартаментов как формата состоит в том, чтобы гость мог получить максимум услуг, не покидая апарт-отеля, отмечает Антон Агапов, директор по развитию управляющей компании (УК) апарт-отелями сети YE'S. Марина Сторожева, директор по продажам комплекса апарт-отелей Valo, уверена: успешному проекту сегодня не обойтись без кафе и ресторанов, сервисных ресторанов, прачечной и химчистки, фитнес-клуба, спа-зоны, просторного лобби. По ее словам, современный темп жизни диктует запрос гостей на сервисы, которые снимают с них абсолютно все бытовые заботы, а это означает, что в апарт-отеле должно быть все, что этому способствует. «Белье



ЕВГЕНИЙ ТАХОНОВ

Специфика сервисных апартаментов как формата состоит в том, чтобы гость мог получить максимум услуг, не покидая апарт-отеля

провод, склады, различные помещения как для последующего размещения объектов инфраструктуры, так и для персонала, технологические зоны — одним словом, гостиничные технологии, которые позволяют организовать полноценный гостиничный сервис, — перечисляет Марина Сторожева. — Гостиничный сервис предполагает обеспечение безопасности (сигнализация, видеонаблюдение, охрана), клининг, круглосуточный ресепшен, доставку еды в номера, завтрак по системе «шведский стол», вызов такси, трансфер в аэропорт, мероприятия для гостей, услугу «звонок-будильник», техническое обслуживание юнитов и многое другое. Правда, появление всех этих сервисов и инфраструктуры возможно лишь при условии, что они разработаны и заложены в проект еще на этапе проектирования объекта». На деле так происходит не всегда. «К сожалению, — говорит Евгения Гиль, директор Becar Asset Management по развитию апарт-отелей Vertical, — во многих апартах в городе все ограничивается только дополнительными уборками, доставками и консерже-услугами».

Один дома

Тем временем набирающие силу социальные и культурные тренды

диктуют появление уже новых сервисов. Так, повсеместная диджитализация и автоматизация приводят к созданию цифровых сервисов, облегчающих взаимодействие управляющих компаний со своими стейкхолдерами. У Valo разработана, по словам Марины Сторожевой, собственная информационная система, которая имеет различные интерфейсы для каждого типа аудитории — сотрудников, гостей, инвесторов. Это позволяет им всем взаимодействовать с УК онлайн, максимально быстро и эффективно. «Апарт-отель должен включать в себя элементы «умной» гостиницы и обеспечивать все необходимое для удаленной работы гостей, тогда он действительно будет современным», — уверена госпожа Сторожева. О важности цифрового развития говорит и Евгения Гиль: «Все общение с сотрудниками и все возможности гостей сейчас дублируются в диджитале — будь то приложения, облачные истории или другие каналы. Мы уже многое реализовали, но еще многое впереди». Важный социальный тренд, оказывающий влияние на сервисы, — так называемый шеринг, или совместное потребление. По некоторым оценкам, мировой рынок шеринговой экономики к 2025 году вырастет в 22 раза и достигнет \$335 млрд. Сегодня «зашерить» можно практически любые вещи. «В апартах популярностью пользуются услуги аренды транспортных

средств — от самокатов и до машин, аренды зонтиков, сушилок и других бытовых приборов», — поясняет госпожа Гиль.

Развитие совместных рабочих пространств — из этой же серии. Так, в Valo уже запланировано строительство коворкинга с лекторием и мультимедийным залом, работает три конференц-зала для деловых мероприятий. А во второй очереди апарт-отеля Docklands по франшизе в ноябре откроется коворкинг Page. Гибкий офис займет 700 кв. м на первом этаже комплекса Docklands. Family, сообщили в Knight Frank St. Petersburg. «Такая услуга, как аренда рабочего пространства (смайт-офиса или места в коворкинге), особенно актуальной стала в период пандемии, когда часть клиентов арендовала апартаменты для самоизоляции», — уточняет Антон Агапов. — Это позволило не проводить 24 часа в сутки в одном и том же помещении, а разделять рабочее и личное пространства». В принципе и сам формат апарт-отеля будет набирать популярность в рамках тренда на совместное пользование, когда человек не обременен собственностью и волен выбирать сегодня жить в одном месте, завтра — в другом, добавляет эксперт по потребительским трендам Елена Пономарева.

Сильное влияние на развитие сервисов оказывает новая модель потребительского поведения, когда люди покупке вещей предпочитают получение впечатлений: они сокращают траты на бытовую технику, автомобили и даже питание в пользу баров, ресторанов, кинотеатров и других видов досуга. Ограничительные меры на посещение общественных мест, связанные с пандемией, внесли свои коррективы, но Марина Сторожева уверена, что этот процесс всего лишь поставлен на паузу, но не на стоп. «После окончания пандемии мы прогнозируем лишь усиление данной тенденции. Апарт-отель становится не просто местом пребывания, но и площадкой для работы, общения, получения новых положительных эмоций и опыта», — уверена она.

В рамках тренда на впечатления господин Агапов наблюдает сокра-

щение площади юнита и параллельно расширение мест общего пользования. «В YE'S Марата», например, лобби занимает пространство в 1400 кв. м, там размещен большой экран для трансляций, что позволяет проводить в этом месте различные мероприятия — от деловых конференций до массовых развлекательных событий, — говорит он. — И мы не просто увеличиваем места общего пользования, но и создаем сценарии для их использования и предлагаем их гостям. Это могут открытые тренировки с профессиональным тренером в фитнес-центре, митапы и паблик-токи с интересными спикерами, креативные завтраки». В Valo тоже делают ставку на лобби как на места, которые должны давать впечатления гостям. Они будут выполнены в разных концепциях, в проекте также лобби-бары, киберспортивные зоны. «Все это закрывает потребности максимально широкой аудитории, а значит, обеспечивает инвесторам высокую доходность», — поясняет госпожа Сторожева.

Еще один тренд — diversity, то есть «разнообразие». Чаще всего он применяется в отношении рабочих коллективов, где чем больше людей разного возраста, рас, веры, тем лучше для бизнеса. А вот в контексте апарт-отелей это означает наличие максимального количества гостиничных форматов и функций. «Сейчас выигрывают проекты с концепцией „города в городе“ и широким разнообразием сервисов», — поясняет госпожа Сторожева.

Если пандемии рассматривать как тренд, который в ближайшее время будет иметь серьезное влияние на жизнь людей и менять ее, то по словам госпожи Пономаревой, апартам тоже придется реагировать на него. Речь, конечно, идет о долгосрочной аренде. «Во время пандемии и после нее для тех, у кого останется удаленка, апартаменты — удачный вариант для работы, когда никто не мешает, можно поест (кухня или доставка) и нет других людей, как это бывает в коворкингах. Не офис, а как бы персональный офис. Актуально для тех, кто может это оплачивать и у кого дома семья и

дети», — поясняет госпожа Пономарева. И здесь важно количество сервисных опций. Если их много, то в этом случае можно жить, практически не выходя из апартаментов, говорит эксперт. Также, по словам госпожи Пономаревой, на развитие сервисов будет влиять тренд на одиночество, набирающий силу в связи с техническим прогрессом, увеличением продолжительности жизни и повышением ее комфортности. И здесь от сервиса ожидается не только разнообразие, но и кастомизация.

Сами с сервисами

В вопросе, кто должен развивать сервисы, мнения опрошенных разделились. Евгения Гиль уверена: все, что касается атмосферы, отдыха и организации работы гостей, УК должна брать на себя. Но если у оператора таких компетенций нет, лучше отдать эту зону ответственности профессионалам. Выбор партнеров, по ее словам, непростая задача. «Мы долго выбираем и проверяем потенциальных партнеров по проектам. Там, где видим возможности развития собственной компании и знаем, что хорошего предложения на рынке нет, развиваем собственные компетенции. Для этого изучаем опыт других компаний и выбираем лучшие практики», — говорит она.

По словам господина Агапова, УК лучше оставлять себе классические услуги — размещение гостей, клининг, поддержание технического состояния апартаментов. «А экскурсионное обслуживание, аренду автомобилей, такси, химчистку и так далее эффективнее отдавать на аутсорс», — полагает он. Еще один вариант сотрудничества со сторонними сервисными организациями — программа лояльности. Такая, например, есть у YE'S. «В рамках этой коллаборации различные компании и организации предоставляют свои услуги на выгодных для наших гостей условиях. Речь идет о широком спектре услуг — от продукции пекарен, доставки букетов и медицинских услуг до аудита бизнеса и аренды вертолета», — указывает Антон Агапов.

Анжелика Тихонова

апартаменты. итоги-2020

Инвестиции на чаше весов

Непростая экономическая ситуация заставляет инвесторов тщательнее выбирать инструменты для вложения средств. Корреспондент „Ъ“ Ксения Потапова попыталась разобраться в плюсах и минусах инвестиций в апартаменты.

— инструменты —

В течение последних нескольких лет на рынке наблюдалось повсеместное снижение доходности недвижимости, это относится и к квартирам, приобретаемым на начальной стадии строительства, и к апартаментам. «Однако в условиях снижения процента по банковским вкладам и нестабильной экономической ситуации покупка апартаментов остается одним из эффективных инструментов инвестирования», — отмечает Светлана Московченко, руководитель отдела исследований Knight Frank St. Petersburg.

В условиях пандемии и закрытых границ апартамент-отели чувствуют себя лучше, чем классические гостиницы, многие из которых были полностью закрыты. Основное преимущество апартаментов — их гибкость, что выражается в возможности перевода номеров из краткосрочного формата размещения в сегмент долгосрочной аренды или организации коворкинга. Однако, как подчеркивает Андрей Косарев, генеральный директор Colliers International в Санкт-Петербурге, переориентация проектов на долгосрочную аренду приводит к более консервативным уровням доходностей для инвесторов.

В целом даже на фоне снижения иностранного туристического потока апартаменты являются самым доходным инвестиционным инструментом на рынке недвижимости. Их заполняемость даже весной держалась на уровне 50%, а по итогам октября загрузка, например, в нашем проекте, комплексе апартаментов Valo, составила 81%, — поясняет Марина Сторожева, директор по продажам комплекса апартаментов Valo.

Вопрос реальной доходности сервисных апартаментов в сложившейся экономической ситуации стал наиболее актуальным. Как поясняет госпожа Московченко, на фоне роста и развития рынка апартаментов уменьшается доходность этого типа недвижимости, девелоперы становятся более консервативными и стараются избегать обещаний в 15–18% годовых. Средняя доходность сервисных апартаментов находится в диапазоне 7–12% годовых и зависит от конкретного комплекса и типа аренды.

Апартаменты или квартира Если сравнивать апартаменты с другими инструментами инвести-

рования, то, по мнению госпожи Сторожевой, квартиры давно не показывают такой доходности, как раньше — ни при перепродаже, ни при сдаче в аренду. Доля инвестиционных покупок жилья постепенно снижается, квартиры все чаще покупают для жизни, а не для перепродажи, поскольку у них низкая ликвидность. «Это обусловлено тем, что из-за избытка предложений продавцам приходится конкурировать за покупателя и демпинговать. Такую картину мы уже несколько лет можем наблюдать в крупных проектах КОТ. Там в продаже находятся одновременно десятки идентичных квартир от разных продавцов, включая предложения от девелопера, работать с которым для покупателя зачастую проще и дешевле», — поясняет эксперт.

Как отмечает Иван Татарин, коммерческий директор девелоперской компании Glincom, вложения в апартаменты по сравнению с квартирами имеют ряд дополнительных преимуществ. Как и при инвестировании в квартиры, с апартаментами работает спекулятивная стратегия, когда объект покупают на этапе котлована и продают на высокой стадии готовности. Тогда доходность за цикл стройки (2,5–3 года) может достигать 30–40%, а годовая — 10–12% при условии адекватного выбора проекта, анализа инвестиционной привлекательности цени.

«Однако такой способ инвестирования сопряжен с серьезными рисками. На фоне кризиса, спровоцированного пандемией, могут возникнуть трудности со сдачей новых зданий, более того, трудно полностью исключить вероятность банкротства девелоперов», — считает Владимир Масленников, вице-президент QBF.

Что касается продажи, то эксперты полагают, что при прочих равных продать апартаменты будет чуть сложнее, чем квартиру. Как поясняет Роман Нуждин, специалист по оценке направления «Оценка и финансовый консалтинг» группы компаний SRG, трудности связаны с действующим законодательством и юридическим статусом нежилых помещений, например, с отсутствием возможности оформления постоянной регистрации, высокими коммунальными расходами и налогами. Также на апартаменты не распространяется программа льготной ипотеки, ставшая драйвером роста на рынке жилой недвижимости в условиях пандемии. Дополнительно покупатели лишены воз-



В ситуации, когда ставки по банковским вкладам опустились до 3–3,5%, инвестиции в апартаменты становятся более привлекательными

можности получения материнского капитала, налогового вычета и прочих субсидий государства.

При этом рентабельность апартаментов выше, в частности, за счет более низкого порога входа в такие проекты для инвесторов. Андрей Косарев отмечает, что минимальный порог входа в апартаменты на рынке Петербурга — около 2,2 млн рублей в проектах, расположенных у станций метро «Парнас» или «Улица Дыбенко». Среди качественных сервисных апартаментов можно привести в пример один из проектов, где гарантированная доходность составляет 10,57% годовых при минимальном входе в 5,8 млн рублей. Для сравнения, при минимальной стоимости квартиры в 3 млн рублей доходность при долгосрочной сдаче в аренду составляет 5–7%. При краткосрочной сдаче можно достичь доходности в 10%, однако для этого нужно обеспечить постоянную заполняемость.

«При этом одно из главных преимуществ апартаментов, при выборе качественного апартамент-отеля с профессиональной управляющей компанией (УК), — получение пассивного дохода. Взаимодействие с арендатором и обеспечение гостиничных сервисов берет на себя УК. Инвестор же платит ей комиссию, получая полностью пассивный

доход в рамках 6–9% годовых, что весьма привлекательно в текущей экономической ситуации», — добавляет госпожа Сторожева.

К тому же не исключено, что в будущем апартаменты все-таки приравняют к жилью и разрешат там постоянную регистрацию, что, безусловно, ликвидирует разницу в цене на квартиры и апартаменты и сделает сегодняшние вложения в апартаменты выгодными за счет роста стоимости объекта», — заключает господин Татарин.

Депозиты и фондовый рынок

Специалисты также отмечают, что капиталовложения в апартаменты сейчас гораздо выгоднее, чем хранение денежных средств на депозитах. В ситуации, когда ставки по банковским вкладам опустились до 3–3,5%, апартаменты способны принести доход в 2,5–3 раза выше.

Что касается фондового рынка, то, по мнению экспертов, он пока слишком нестабилен, да и в обычное время требует от инвестора профессионализма и временных затрат. Более высокая доходность биржевых инструментов, как правило, связана и с повышенными рисками. «Приобретение апартаментов сегодня является крайне простой и удобной моделью инвестирования. От клиента требуются только денежные вложения, все остальные заботы берет на себя девелопер и управляющая компания», — поясняет госпожа Московченко.

Оценка рисков

Тем не менее ряд экспертов высказывает сомнения в перспективности инвестиций в апартаменты. «Хотя апартаменты и показали свою устойчивость, но риск есть всегда. В период кризиса дорогостоящее жилье становится сложнее окупать (даже если владелец не находит арендатора, все равно нужно платить коммунальные платежи), либо приходится самостоятельно жить в помещении, а быть прописанным по другому адресу. Коммунальные услуги и услуги обслуживающих организаций делают проживание в апартаментах существенно дороже, чем в обычной квартире», — поясняет Артем Тузов, исполнительный директор департамента рынка капиталов ИК «Универ Капитал».

Вадим Бараусов, директор Фонда 60+, считает, что единственное, что можно сказать о выгоде в контексте апартаментов, — это то, что девелоперам крайне выгодно их продавать. «Этот факт нужно учитывать потенциальным инвесторам, которые через его призму должны воспринимать всю предоставляемую им информацию. Рынок зависит фактически только от притока средств розничных инвесторов: если удастся и дальше создавать картину инвестиционной привлекательности апартаментов, это будет поддерживать цены, а также позволит девелоперам запускать новые проекты», — поясняет он.

Эксперт также отмечает, что хотя представители рынка апарта-

ментов говорят о его стабильном состоянии, по данным консалтинговой компании HVS, европейский рынок сервисных апартаментов (частью которого является и Россия) переживает пандемию достаточно тяжело: заполняемость в 2020 году упала на 48%, а средний доход с апартаментов (RevPAR) — на 54%.

Кроме того, для инвестора оценка выгоды вложений невозможна без оценки рисков — от риска недостройки апартамент-отеля до риска снижения ставки аренды и заполняемости и повышения расходов владельца (коммунальные платежи, налоги). Оценить их индивидуальному инвестору сложно, и успокоить его могла бы уверенность крупного игрока. «В Северной столице из публичных компаний, работающих в секторе апартаментов, есть финская SATO. Она специализируется не на апартамент-отелях, а на приобретении и сдаче квартир в аренду, общий объем ее активов в недвижимости — €4,6 млрд. В нашем городе SATO вложила более чем в 500 апартаментов. При этом в только что опубликованной отчетности компании отмечается более низкая заполняемость в Петербурге по сравнению с Финляндией. «Что же касается дальнейших вложений в апартаменты, то пока компания воздержится от принятия новых инвестиционных решений в России», — заключает Вадим Бараусов.

«Тем не менее с точки зрения баланса рисков и доходности апартаменты сегодня — это наиболее выдержанный продукт, так как он сочетает в себе надежность классических форматов недвижимости, возможность получать пассивный доход выше банковских депозитов и гибкие сценарии использования», — считает Ольга Смирнова, операционный директор PLG.

«Основной фактор успеха — это выбор качественного объекта инвестирования, а именно комплекса апартаментов, отвечающего современным требованиям рынка, в удачной локации и с опытной профессиональной управляющей компанией», — добавляет Светлана Московченко.

При этом, по мнению Андрея Косарева, теперь при выборе проекта для инвестиций интерес покупателей все больше будет смещаться в сторону девелоперов и управляющих компаний, в портфелях которых уже имеются успешно функционирующие проекты и гарантированные программы доходности. «За счет сохранения потенциала роста внутреннего туристического потока, а также восстановления въездного туризма в 2021 году мы ожидаем, что интерес к апартаментам как инвестиционному продукту сохранится», — заключает он.

Апартаменты расширяют целевую группу

— портрет покупателя —

Несмотря на то, что рынок апартаментов является относительно новым для Санкт-Петербурга, он успел пройти этапы от полного недоверия до устойчивого спроса. Эксперты отмечают, что сегодня среди покупателей заметно выросла доля инвесторов.

Как отмечает Кирилл Агапов, совладелец и управляющий партнер группы компаний Umbrella Hospitality, на этапе появления сервисных апартаментов были востребованы двумя категориями потенциальных покупателей — инвесторами, находящимися в поисках пассивного дохода, и покупателями, ограниченными в бюджете для покупки полноценной квартиры в жилом фонде. Со временем, с ростом географической представленности и повышением уровня самих апартаментов, произошло значительное расширение потенциальной аудитории.

«Покупатель апартаментов меняется: сейчас на рынке становится все больше инвесторов, которые целенаправленно вкладываются в доходную недвижимость. В Valo, например, с 2017 года доля инвестиционных покупок выросла с 71 до 95%», — поясняет Марина Сторожева, директор по продажам комплекса апартаментов Valo.

По мнению экспертов, также стабильно растет доля профессиональных инвесторов в апартаментах, которые покупают сразу несколько номеров, а также диверсифицируют свои возможности, приобретая много лотов в разных проектах. «Кроме того, теперь покупатели выбирают не застройщика, как это было, например, три года назад, а управляющую компанию, от кото-

рой зависит реальная эффективность вложений», — замечает Петр Войчинский, генеральный директор агентства «МК-Элит».

Современный тип

Андрей Косарев, генеральный директор Colliers International в Санкт-Петербурге, выделяет несколько типов актуальных покупателей апартаментов: небольшие инвесторы, инвесторы, региональные покупатели и покупатели премиальной недвижимости.

Для небольших частных инвесторов апартаменты являются хорошей альтернативой вложения средств. Повышенным спросом преимущественно пользуются сервисные апартаменты с минимальной ценой: вымывание таких лотов с рынка происходит еще на старте продаж. Однако, если год назад минимальный порог входа был на уровне 1,8 млн рублей, то сейчас бюджет покупки городского сервисного апартамента начинается от 2,2 млн рублей. Также ряд девелоперов дает возможность инвестирования в метры, что снижает порог входа до 500 тыс. рублей.

Для следующего типа инвесторов апартаменты становятся полноценной альтернативой другим способам инвестирования, особенно вкладам, у которых снижается доходность на фоне снижения ключевой ставки ЦБ. При этом, в отличие от квартир, апартаменты более интересны инвесторам за счет наличия у проектов гарантированных программ доходности, а также профессионального оператора (УК) для управления (один из трендов — выход на рынок апартаментов международных отельеров и управляющих компаний).

Региональные покупатели — еще один ключевой тип покупателей. В отличие от рынка Москвы, где большая часть апартаментов представлена проектами формата «квазижилье», в Петербурге преобладающая доля рынка — это инвестиционная недвижимость, которая используется для получения дохода посредством сдачи в долго- и среднесрочную аренду либо вовсе работает как гостиничный продукт. Уникальная доля рынка и наличие таких продуктов привлекают внимание покупателей из Москвы и регионов.

«Что касается покупателей премиальной недвижимости, то в третьем квартале 2020 года мы увидели рост их интереса к несервисным апартаментам: в этом случае они рассчитывают на надежное вложение средств, нежели на доход. Как правило, комплексы апартаментов бизнес- и элит-класса расположены в локациях, где стоимость квадратного метра при любых условиях будет расти. С другой стороны, снижение ставки ЦБ и более привлекательные ипотечные ставки сделали апартаменты интересными покупателям, желающим улучшить условия проживания (статус проекта)», — заключает Андрей Косарев.

По мнению Марины Сторожевой, типовым покупателем для всего рынка классических апартаментов сегодня является владелец бизнеса со стабильным доходом, руководитель среднего звена или топ-менеджер от 31 до 50 лет. В собственности у него есть как минимум один объект жилой недвижимости. Сдача недвижимости в аренду — не основная деятельность, профессиональные интересы лежат в другой плоскости. По этой причине он и выбирает апартаменты, которые

предлагают готовые программы доходности, а УК профессионально ведет гостиничный бизнес и обеспечивает доход. «В Valo, например, в 2020 году чаще всего апартаменты покупали замужние женщины, а самая распространенная возрастная группа — 41–50 лет. Что касается занятости, то 28% клиентов — это руководители среднего звена, 26% — руководители или владельцы бизнеса. Интересно при этом, что по сравнению с 2019 годом изменился региональный спрос: если в 2019 году в нашем проекте был 31% региональных покупателей, то сейчас их уже 50%», — добавляет эксперт.

Ольга Смирнова, операционный директор PLG, выделяет четыре типа инвесторов в апартаментах. Первые рассчитывают получить прибыль на росте цены квадратного метра, а на продаже ликвидный лот до ввода в эксплуатацию. Вторым интересно заняться отельным бизнесом и самостоятельно сдавать номер. Третьи хотят получать пассивный доход, сдавая номер через управляющую компанию. Но чаще всего на этапе покупки человек еще не определился окончательно, как поступит с апартаментами в будущем. Он приобретает ликвидный товар, чтобы чуть позже решить, каким образом будет им распоряжаться.

Перспектива трансформации

Марина Сторожева предполагает, что в будущем среди покупателей станет еще больше инвесторов, так как популярность доходной недвижимости растет, а на рынке появляются все больше инструментов для ее приобретения. Девелоперы



В будущем среди покупателей станет еще больше инвесторов, так как популярность доходной недвижимости растет, а на рынке появляется все больше инструментов для ее приобретения

предлагают рассрочки, а банки — выгодные программы ипотечного кредитования.

По мнению Андрея Косарева, по мере того, как деньги будут дешевле с точки зрения доходности, недвижимость и апартаменты будут становиться все интереснее. Росту популярности апартаментов будут способствовать сравнительно небольшой порог входа, а также профессиональное управление апартамент-отеля, которое позволяет уверенно получать доход в полностью пассивном режиме. Соответственно, аудитория инвесторов будет и дальше пополняться частными лицами, обладающими свободной суммой от 2–3 млн рублей

для инвестиции с горизонтом в несколько лет.

«При этом мы не ожидаем активного прихода в этот сегмент более крупных и тем более институциональных инвесторов, даже после восстановления туристического рынка, в силу того, что для них доходность тех же офисов или складов будет выглядеть более предпочтительно, а гостиницы будут интереснее в плане владения целым объектом, а не частью», — добавляет эксперт.

«По нашей оценке, покупать апартаменты в будущем станут преимущественно как инвестиционную недвижимость. При этом перестанут сравнивать мебель и расположение — покупатель будет интересоваться только опытом управляющей компании. Да и само понятие покупки апартаментов, скорее всего, уйдет в прошлое. Продавать будут долю в отеле», — заключает Петр Войчинский.

Ксения Потапова