



кадастровой оценки земельного участка, также судятся за право собственности владельцы детского лагеря «Атлант».

ЗАЧЕМ ИМ САНАТОРИИ? Выкуп относительно недорогих в силу ветхости фондов старых советских гостиниц и санаториев с дальнейшими инвестициями в реконструкцию ведется с двумя различными целями, которые коррелируют с основным видом деятельности новых собственников.

В случае с Azimut Hotels или «Библио-Глобусом» — это расширение собственного номерного фонда для оказания гостиничных услуг. С этим типом инвестиций в целом все понятно: интерес покупателей продиктован сложившейся на рынке уникальной ситуацией. С одной стороны, корона-вирусный локдаун больно ударил по собственникам средств размещения, которые понесли большие убытки в 2020 году и не смогли привлечь инвестиционные бюджеты на обновление номерного фонда, чтобы повысить конкурентную привлекательность объекта в усложнившихся условиях ведения гостиничного бизнеса. В связи с этим в кризисный год многие поспешили избавиться от ставших проблемными активов по сниженной цене.

С другой стороны, закрытие границ вызвало бум внутреннего туризма и рост турпотока на курорты Краснодарского края. Если в 2020 году регион посетило около 12 млн туристов, то в 2021, по прогнозам врио министра курортов, туризма и олимпийского наследия края Марии Золотухиной, ожидается 15–17 млн человек. По словам губернатора края Вениамина Кондратьева, за последние 10 лет турпоток в регион увеличился почти на 40%. По прогнозам стратегии социально-экономического развития края, к 2030 году число отдыхающих

может составить 22 млн человек ежегодно. При сохранении данного тренда собственники рассчитывают окупить вложения в развитие номерного фонда потенциально высокими ADR и загрузкой. Для туроператоров выкуп объектов — это также дополнительная возможность размещать свой наработанный пул гостей без необходимости делиться прибылью с собственниками.

Тенденция выкупа средств размещения с последующей реновацией и передачей в управление ведущим операторам и сетевым брендам в целом положительно оценивается игроками рынка — это позволит решить проблему дефицита качественного номерного фонда, который наблюдается в регионе, и подтянуть сервис до уровня мировых стандартов.

ДЛЯ ТУРОПЕРАТОРОВ ВЫКУП ОБЪЕКТОВ — ЭТО ТАКЖЕ ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ ВОЗМОЖНОСТЬ РАЗМЕЩАТЬ СВОЙ НАРАБОТАННЫЙ ПУЛ ГОСТЕЙ БЕЗ НЕОБХОДИМОСТИ ДЕЛИТЬСЯ ПРИБЫЛЬЮ С СОБСТВЕННИКАМИ.

Стоит ли инвесторам пытаться успеть на этот поезд и приобретать полуразрушенные санатории, чтобы вдохнуть в них новую жизнь? Однозначно на этот вопрос ответить невозможно. Да, если инвестор понимает, что потом с этим объектом делать и готов ли он к тому, что гостиничный бизнес, при всей стабильности и прогнозируемости, по сути низкомаржинален и вложения отбиваются спустя много лет. Профессионалы говорят, что гостиницу строит дед, окупаемость получает отец, а прибыль — внук. Так что это довольно «длинные» деньги.

Директор по развитию сети апарт-отелей YE'S Антон Агапов при оценке экономической эффективности инвестиций в реновацию объектов советует потенциальным собственникам учитывать исходные данные (локацию, состояние объекта, потенциал дальнейшего использования) и рыночную ситуацию (объем и качество номерного фонда в локации, среднюю стоимость размещения, цену квадратного метра).

«Разумеется, в таких активах есть и свои риски, — подчеркивает господин Агапов. — Порой по объему затрат редевелопмент сопоставим с новым строительством. Поэтому, оценивая инвестиционный потенциал советского наследия, в первую очередь стоит обратить внимание на конфигурацию здания, поэтажные планы и планировочные решения. Еще один риск связан с временным характером популярности внутреннего туризма. После открытия границ волна турпотока на российский юг спадет, классические гостиницы, открытые на пике спроса, смогут оказаться не у дел, не успев окупиться. Этого риска можно избежать, если реконструировать объект в апарт-отель и реализовать юниты в розницу частным инвесторам».

ПИРАМИДА АПАРТОВ Именно такими соображениями руководствуются застройщики, которые выкупают санатории и переделывают их в апартментные комплексы. Исходной причиной формирования этого достаточного нового сектора рынка является бум на рынке жилой недвижимости Сочи, где с 2011 года наблюдается стабильный рост цены квадратного метра. За последний год средняя стоимость жилья на курорте выросла почти на 30%, а в Сириусе — на 40% только с начала 2021 года. При этом новые ЖК практически не во-

дятся в эксплуатацию, предложение сокращается. Объявленный сочинской администрацией мораторий на строительство многоквартирных домов на ближайшие два года еще сильнее подстегнул спрос и вызвал очередной скачок цен — к середине апреля средняя стоимость квадратного метра на курорте превысила 150 тыс. руб. за кв. м. Все это делает инвестиционно привлекательной любую курортную недвижимость — как классическую жилую, так и апартаменты, не имеющие статуса жилья, но в силу расположения в курортных зонах весьма привлекательные для арендаторов.

Для собственников санаториев привлечение частных инвесторов, выкупающих отдельные апартаменты для последующей сдачи отдыхающим, является хорошим способом окупить вложения в реновацию и получить прибыль. Озвученные властями планы легализации курортной недвижимости и присвоения апартаментам статуса жилья дополнительно подогревают спрос. Оправданы ли при этом вложения для самих покупателей апартаментов — вопрос неоднозначный.

«Сейчас людям, приобретающим апартаменты, обещают очень высокую доходность. Она превышает показатели прибыли обычных банковских продуктов, а также санаториев и гостиниц, если мы пересчитываем выручку на количество номеров. Например, собственникам, приобретающим апартаменты под сдачу в аренду, обещают доходность 10–12% годовых при стоимости квадратного метра от 250 тыс. со сроком окупаемости семь лет. Но это неправда, такие обещания завышены в два-три раза, — считает генеральный директор УК «Русский дом» Дмитрий Федоров. — Для достижения подобных показателей нужно с апарта площадью 20 кв. м получать 1–1,5 млн руб. в год чистыми, уже за вычетом всех затрат (комиссии агентствам, уборка, текущий ремонт, закуп белья, оборудования и прочее). Мы с 2019 года занимаемся проектами апарт-отелей, и средняя доходность с учетом сезона и спроса составляет от 350 до 600 тыс. в год с одного апарта».

В результате собственники, не получившие ожидаемой прибыли, разочаровываются и перепродают апартаменты, благо растущая стоимость и высокий спрос пока позволяют выйти из бизнеса без потерь и даже с небольшой прибылью. Возникает своего рода «пирамида», которая может рухнуть, когда произойдет коррекция рынка. По мнению господина Федорова, это может случиться уже в 2022 году, однако все зависит от множества факторов, в том числе макроэкономических.

«Очень много неизвестных, но в целом, если бы у меня были деньги на приобретение апартаментов, я бы лично покупать не стал. Инфраструктура города к росту количества проживающих не приспособлена, садики и школ не хватает, предприятий, обеспечивающих рабочими местами с зарплатами, которые позволяют купить такое жилье, в городе нет. Соответственно, бум, подкрепленный инвестиционным спросом, не бесконечен», — уточняет Федоров.

Рост цен на апартаменты, кроме прочего, ограничен уже имеющимся на рынке предложением курортной недвижимости, стоимостью услуг размещения в отелях, которым апартаменты, в силу недостаточности развитой инфраструктуры комплексов, серьезной конкуренции составить не смогут.

Одновременно с этим репрофилирование санаториев в апартментные комплексы выводит номерной фонд из общей системы санаторно-курортных учреждений, предусматривавшей централизованное использование инфраструктуры — коммунальных сетей, скважин минеральных вод, глубоководных выпусков, очистных сооружений, лечебных пляжей. В дальнейшем это создает сложности в эксплуатации объектов по их профилю с соблюдением действующих нормативов, что особенно важно для курортной недвижимости, расположенной в охранной санитарной зоне у моря, и может обернуться для ее владельцев дополнительными затратами. ■