Марина Сторожева, директор по продажам и управлению комплекса Valo:
«Сейчас все больше инвесторов покупает эмоции, которые вызывает продукт» | **99**

Ч

Тематическое приложение к газете **Коммерсантъ**

Частные инвестиции. Недвижимость

Четверг 3 июня 2021 №94 (7056 с момента возобновления издания)

spb.kommersant.ru

ПАРТНЕР ВЫПУСКА
VALO
КОМПЛЕКС АПАРТ-ОТЕЛЕЙ *
* Застройщик ООО «Гарс», проектная декларация на valoapart.ru
Реклама

Цветные тематические страницы №97–100
являются составной частью газеты «Коммерсантъ».
Зарегистрировано в Роскомнадзоре ПИ № ФС77-76924 9 октября 2019 года.
Распространяются только в составе газеты.
Подписчики получат цветные тематические страницы:
«Дом», «Телеком», «Банк», «Страхование», «Лизинг», «Стиль» и другие.

98 | Привлечение к управлению апарт-отелем международных операторов — новое направление на российском рынке

98 | Дискуссии о необходимости регламентировать статус апартаментов на законодательном уровне ведутся не первый год

Недвижимость оказалась наиболее надежным инструментом для частных инвестиций в период пандемии. Одной из главных тенденций на рынке стало смещение фокуса с жилых проектов в сторону коммерческих.

Смена приоритетов

— стратегия —

Сегодня на рынке недвижимости Петербурга существует много способов инвестирования: классические квартиры, апартаменты, кондоотели, коливинги и стрит-ритейл. По мнению Катерины Соболевой, вице-президента Becar Asset Management, самыми понятными и простыми с точки зрения владения являются квартиры и апартаменты, они и занимают значительную долю сделок на рынке.

Заметные перемены

В 2020 году комплекс факторов привел к увеличению инвестиционной активности в недвижимости: взлетевшая стоимость доллара; введение налога на доходы физических лиц в размере 13%, который будет взиматься с суммы процентов по вкладам больше 1 млн рублей; снижение ключевой ставки ЦБ, которая уменьшила инвестпривлекательность вкладов; общая ситуация неопределенности на рынке; льготная ипотека. Поскольку доступных и интересных инвестиционных инструментов все меньше, жилая недвижимость стала хорошей альтернативой для вложения и сохранения средств.

«Однако в 2021 году структура инвестиционных покупок на рынке жилья качественно изменилась. Объем инвестиционных сделок значительно отличается в зависимости от сегмента. Например, в высоком классе доля таких сделок больше, в отличие от масс-маркета и комфорт-класса, откуда инвестсделки практически ушли из-за рекордного роста цен»,— поясняет Елизавета Конвей, директор департамента жилой недвижимости Colliers.

Эксперты отмечают появление большего количества частных инвесторов, которые интересуются коммерческой недвижимостью. «Раньше инвесторы с небольшими бюджетами отдавали предпочтение покупке строящегося жилья, а сейчас начинают смотреть коммерческую недвижимость, в сегменте стрит-ритейла либо офисные помещения С-класса»,— поясняет Николай Пашков, генеральный директор консалтинговой компании Knight Frank St. Petersburg. Также востребованными продуктами коммерческой недвижимости, по мнению экспертов, являются встроенные помещения для бизнеса и апартаменты.

ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

Ввиду того, что финансовый рынок в России пока не очень развит, в краткосрочной и среднесрочной перспективе недвижимость будет оставаться одним из приоритетных инструментов для частных инвесторов

Как отмечает Петр Войчинский, генеральный директор «МК-Элит», в 1990-х основным трендом инвестирования в недвижимость было расселение коммуналок, потом инвесторы начали приобретать «первичку», следующие периоды связаны со строящимися коммерческими помещениями и переводом первых этажей МКД в нежилой фонд, а сейчас — период инвестиций в сервисные апартаменты. «Апартаменты с управляющей компанией — отличный вариант для тех, кто не хочет погружаться в операционку. Тем более что порог входа на рынок довольно низкий. Попробовать себя в статусе инвестора можно с капиталом от 5 млн рублей»,— заключает он.

Участники рынка подтверждают рост числа инвесторов в апартаменты. «В нашем комплексе доля покупателей, приобретающих юниты с целью инвестирования средств и получения дохода, выросла до 87%. В сегмент апартаментов приходит все больше инвесторов с рынка жилья: около половины (46%) наших покупателей рассматривали квартиры под сдачу, но отказались от этого инструмента. Если в 2019 году было 79% покупателей, которые приобретали апартаменты впервые, то в 2020 году их стало 83%. Это говорит о том, что все больше людей размещает капиталы в апарт-комплексах вместо квартир и депозитов, что неудивительно на фоне падения доходности этих инструментов»,— рассказывает Марина Сторожева, директор по продажам комплекса апарт-отелей Valo.

По данным аналитиков Valo, в портрете покупателя за 2020 год произошли изменения. В 1,5 раза выросла доля инвесторов из других регионов: с 31% в 2019 году до 48% в 2020 году. Также заметно увеличилась доля служащих и специалистов (с 19% в 2019 до 28% в 2020 году) за счет сокращения доли владельцев бизнесов и руководителей высшего и среднего звена. С 54% в 2019 году до 62% в 2020 году увеличилась доля женщин. Произошло перераспределение покупателей в сторону более возрастных групп — 41–50, 51–60, более 60. Еще одно важное изменение — у инвесторов сформировались реалистичные ожидания доходности. Никто не ждет заоблачных цифр, все понимают, что в текущих экономических условиях прибыльность не может быть выше 7–10%.

Инвестиционные предпочтения

Основное требование покупателей к инвестиционной недвижимости в целом — ее доходность. Что касается коммерческой недвижимости, то здесь инвестор в 2020 году начал еще более тщательно считать отдачу от вложений.

«Частные инвесторы, вкладывающие средства в апартаменты, за последний год стали более подкованными и более требовательными. Если на заре становления рынка покупателей больше интересовали площадь юнита, высота потолков, даже вид из окна, то сегодня подход инвесторов стал более глубоким и профессиональным. В топе критериев выбора — показатели доходности, вариативность доходных программ, а также наличие профессиональной УК на объекте, ее опыт и репутация»,— указывает Антон Агапов, директор по развитию сети апарт-отелей YE'S.

По мнению госпожи Сторожевой, с одной стороны, инвесторы оценивают привлекательность конечного продукта для потребителей — потенциальных гостей юнитов. В сегменте апарт-отелей учитываются локация, инфраструктура, уровень гостиничного сервиса и сотрудничество с международными операторами. «Анализ потребительского поведения показал, что среди факторов, которые сильнее всего влияли на принятие решения, лидирует местоположение. Любопытно, что в 2020 году его значимость ощутимо снизилась: с 34–37% в предыдущих периодах до 26% на данный момент. Кроме того, в два раза больше покупателей стало обращать внимание на качество строительства»,— поясняет эксперт.

С другой стороны, инвесторы внимательно изучают факторы, обеспечивающие успешность инвестирования: наличие доходных программ (рост в 1,5 раза), профессиональной УК (рост почти в два раза) и ликвидность объекта. Важнее всего здесь ожидаемая доходность апартамента: влияние этого фактора выросло в три раза, с 6% в 2017 году до 18% в 2020 году. Цена, которая тоже влияет на доходность, учитывалась чуть реже, но в целом доля этого критерия довольно стабильна на протяжении 2018–2020 годов и составляет 11–13%.

«Девелоперы следят за рынком, и лидеры предлагают продукты, отвечающие современным требованиям. Наиболее востребованы проекты, предлагающие комплексный подход к реализации,— от создания продуманной концепции до управления и эксплуатации апарт-отеля. На первый план сейчас также выходят мультиформатность и гибкость. Наличие разнообразных форматов обеспечивает круглогодичную загрузку за счет широкого охвата сегментов, а гибкость оказалась крайне важна в условиях пандемии, когда УК пришлось оперативно реагировать на закрытие границ и запрет перемещений между городами. Учитывая отсутствие ясного понимания, что будет дальше, инвесторы обращают внимание на то, как компаниям удалось пережить кризисный период»,— заключает госпожа Сторожева.

Инвестирование в перспективе

«Ввиду того, что финансовый рынок в России пока не очень развит, в краткосрочной и среднесрочной перспективе недвижимость будет оставаться одним из приоритетных инструментов для частных инвесторов. В долгосрочной перспективе развития рынка на нем все большую роль будут играть крупные институциональные инвесторы, которые сейчас рассматривают для инвестиций отдельные здания, но в перспективе будут формировать свой портфель помещениями стрит-ритейла, доходной жилой недвижимостью (квартирами и апартаментами). Хоть и не быстро, но мы к этому придем»,— уверен господин Пашков.

Николай Антонов, генеральный директор компании «МТЛ. Управление недвижимостью», полагает, что среднесрочный тренд для встроенных помещений и апартаментов одинаков: стоимость квадратного метра растет быстрее, чем арендные ставки. Доходность инвестиций снижается, нормой становятся 8–10% годовых. Тем не менее она все еще существенно выше, чем по депозитам. Более интересные перспективы для инвесторов открываются в регионах — там, где появляются первые проекты апарт-отелей. «Сервисные апартаменты — совершенно новый формат для городов-миллионников, конкуренции в этом сегменте практически нет. При хорошем качестве проекта (включая управление) можно выйти на 10–12% годовых»,— говорит он.

По мнению господина Агапова, в дальнейшем доходность станет ключевым критерием при выборе апартаментов. «Уже сейчас покупатели стали чаще выбирать не консервативные программы с гарантированным небольшим доходом, а подразумевающие посуточную аренду и более зависимые от сезонности. Такие программы в конечном итоге приносят больший доход, и инвесторы готовы идти на обоснованный риск»,— заключает эксперт.

Ксения Потапова

Сервисный баланс

— обслуживание объектов —

Эффективная и гармоничная система обслуживания гостиничных объектов предполагает нахождение баланса между оптимальным количеством собственных сотрудников и аутсорсингом, иными словами — между качеством услуг и оптимизацией затрат. Корреспондент „Ъ“ Ксения Потапова попыталась разобраться, как выстраивают свою систему обслуживания петербургские гостиницы и апарт-отели.

Участники рынка считают, что все функции гостиничного оператора управляющей компании целесообразно оставлять за собой. «В этом случае у нее есть возможность выработать стандарты для работников и отслеживать их выполнение, обучать персонал, а также получать обратную связь от резидентов и собственников»,— поясняет Екатерина Лисовская, генеральный директор отельного оператора PLG. Если же аутсорсинговая компания окажет некачественные услуги, репутационные риски в итоге понесет отельный оператор.

На аутсорсинг лучше отдавать техническую эксплуатацию, клининг, стирку белья. По мнению Николая Антонова, генерального директора компании «МТЛ. Управление недвижимостью», кроме прочих преимуществ, это дает дополнительный рычаг контроля. Не устраивает качество — меняем поставщика. На практике многие управляющие компании делают собственную службу клининга, потому что на этом можно дополнительно заработать.

В сфере управления отелями и оказания услуг hospitality также стала заметна тенденция использования аутстафинга, или аутсорсинга на линейных обслуживающих позициях. Такая практика, в частности, складывается у международных гостиничных операторов.

Как поясняет Алексей Мусакин, управляющий партнер Cronwell Hotels & Resorts, вице-президент Российской гостиничной ассоциации, при этом важно соблюдать правило: на ключевых позициях сотрудники должны быть только свои. «Это касается должностей старшего смены, старших горничных. Тогда в случае форс-мажора (например, клиент потерял что-то в номере, а думает, что у него эту вещь украли) будет проще разобраться. Остальных можно брать на аутсорсинг. Для меня идеалом является пример отеля Моху в Амстердаме. На 400 номеров собственного персонала — 15 человек. Остальные — это аутсорсинг»,— заключает эксперт.

Региональные особенности

В целом объем услуг, который гостиницы будут отдавать на аутсорсинг, зависит от его качества. По словам Кирилла Кудинова, сооснователя УК Port Comfort, управляющие компании Петербурга — лидеры по количеству самостоятельно выполняемых услуг.

«Лично я в Петербурге могу назвать всего две компании, которые предоставляют качественно подготовленный персонал. Многие дают разовых официантов на банкет. Но это несколько другое направление. В большинстве классических отелей пока, к сожалению, основная масса сотрудников — собственный персонал. Услугами аутсорсинга пользуются для проведения разовых работ, таких как клининг фасадов или строительная уборка перед открытием объекта»,— отмечает господин Мусакин.

Эксперт добавляет, что в мире в отелях при существенном росте затрат и невозможности поднимать цены такими же темпами начинает формироваться спрос на рынке аутсорсинга гостиничных услуг. То есть сам рынок еще не формируется, но спрос уже появился.

В апарт-отелях в УК в основном входят сотрудники, которые непосредственно оказывают услуги по размещению и контактируют с гостем (менеджеры по аренде, сотрудники ресепшен, специалисты по работе с собственниками). Некоторые объекты сами также осуществляют уборку номеров, бытовой ремонт, техническое обслуживание здания. А с помощью партнеров предоставляют услуги питания и дополнительные услуги, такие как, например, заказ такси, трансфер или организация экскурсий.

К росту качества

Одна из главных проблем повышения качества обслуживания гостиничных объектов — кадровый дефицит. И пандемия ее только усилила. Ввиду ограничений на въезд граждан СНГ, которые в большей степени были задействованы на линейных позициях (например, в том же клининге), управляющие компании столкнулись с резкой нехваткой квалифицированных кадров.

Как поясняет Николай Пана, директор по развитию сети апарт-отелей Vertical, данная проблема актуальна не только для обслуживающего персонала: ввиду закрытия или консервации петербургских гостиниц в период коронавируса многие специалисты (администраторы, FOM и другие) переехали на юг, где ограничения снимались оперативнее.

В целом в стране назрела проблема с общей подготовкой кадров для гостиничной инфраструктуры. «Нам всегда приходится доучивать молодых специалистов на месте, так как в вузах сегодня 70% обучения — это теория и только 30% — практика. При этом вузы по объективным причинам не могут провести практику весной, когда мы готовы принять студентов, а отели не могут обучать практикантов летом — в пик сезона»,— поясняет Алексей Мусакин.

ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

На аутсорсинг лучше отдавать техническую эксплуатацию, клининг, стирку белья

Эксперт добавляет, что в Северо-Западном регионе нет учебных гостиниц в том виде, как они работают во всем мире. При этом для прохождения квалификации отелям требуется соблюсти формальные признаки наличия образования у сотрудников. То есть бизнесменов «заставляют» брать на позиции человека с высшим образованием, вместо, например, человека без образования, но который устраивает нанимателя.

Наконец, пандемия заставила отельеров максимально сокращать издержки. В результате, как отмечают эксперты, техническое состояние значительного числа больших городских отелей массового сегмента ухудшилось. Из-за отсутствия средств приходилось переносить плановые ремонты, что не могло не сказаться и на качестве инфраструктуры.

Международное признание

Привлечение к управлению апарт-отелем международных операторов — сравнительно новое направление на российском рынке, однако успешные примеры такого партнерства уже существуют. Эксперты называют подобный подход взаимовыгодным для всех заинтересованных сторон: от девелопера до инвестора, доходность недвижимости которого выше за счет узнаваемости бренда и более высоких цен за размещение.

— операторы —

По состоянию на февраль 2021 года на гостиничном рынке России работают 20 международных гостиничных операторов. Если переводить на количество гостиниц, то это 210 проектов на почти 44 тыс. номеров в 41 городе. «Более половины номерного фонда приходится на отели Москвы и Санкт-Петербурга, затем идут Сочи, Московская область и Краснодар. Можно сказать, что международные отели строятся в туристически привлекательных локациях, а также в крупных спортивных, политических и событийных центрах»,— отмечает Николай Пана, директор по развитию сети апарт-отелей Vertical.

В условиях нарастания конкуренции международных гостиничных операторов с сильным брендом стали привлекать и апарт-отели. Среди тех, кто наиболее активно работает в сегменте управления апартаментами и апарт-отелями, лидирует группа Accor — ведущий мировой отельный оператор и лидер на рынке Европы с опытом более 50 лет и с более чем 5000 отелей в 95 странах мира. «В портфеле сети сейчас находятся в стадии строительства сразу несколько знаковых проектов апартаментов: брендированная резиденция Fairmont в Москве, сочетающая отель и жилые апартаменты под управлением, Adagio Access в Красной Поляне в Сочи (первый проект розничной продажи апартаментов частным инвесторам с дальнейшей передачей в управление отелю международного бренда), а также апарт-отель в Санкт-Петербурге в структуре комплекса Valo под управлением бренда Mercure»,— говорят в консалтинговой компании Strategy Partners (экосистема «Сбера»). Кроме того, в данном сегменте в Санкт-Петербурге из международных сетей работает IHG, Best Western Hotels & Resorts и Wyndham Hotel Group (бренд Ramada). При этом у Петербурга очень много преимуществ для развития данного направления: Северная столица — один из наиболее востребованных для путешествий городов — как для иностранного, так и для внутреннего туриста.

По мнению собеседников „Ъ“, в ближайшие годы количество подобных примеров будет расти. Так, по словам директора по продажам комплекса апарт-отелей Valo Марины Сторожевой, в настоящее время компания ведет переговоры еще с одним известным брендом для его привлечения к проекту Valo.

Высокий уровень

В отличие от российских компаний, международные отельные операторы ориентированы на высокий ценовой сегмент и требуют соответствия проекта стандартам сети и наличия инфраструктуры уровня категории «четыре звезды» и выше. Поэтому, по мнению экспертов, стоимость реализации подобных проектов возрастает примерно на 15–25% в зависимости от категории. «Кроме того, международные бренды рассчитывают на контракт по управлению минимум на 10–15 лет, что гарантирует стабильность работы их франчайзи, который отчисляет в пользу головной компании около 10% своих доходов»,— уточняют в Strategy Partners. Соответственно, привлечение международного оператора к управлению будущим апарт-комплексом требуется на начальной стадии проекта, до проектирования, чтобы в итоге проект полностью соответствовал всем требованиям международной сети.

Участники рынка выделяют целый ряд преимуществ подобной модели. В первую очередь это связано с созданием при помощи профессиональной международной команды продукта высокого класса по лучшим зарубежным стандартам. По умолчанию это сделает его более востребованным как в краткосрочной, так и в долгосрочной перспективе, поскольку актив потенциального инвестора долгие годы не будет терять в стоимости. Таким образом, бренд становится дополнительным аргументом в пользу инвестирования именно в этот объект. Кроме того, наличие у международного бренда многолетнего опыта работы с большим потоком гостей, привлечения новых постояльцев, создания программ лояльности и четко отработанной системы бронирования позволит обеспечивать высокую круглогодичную загрузку по большей, чем небрендированный отель, стоимости номера.

«Привлечение международного оператора, с одной стороны, выглядит удачным решением для девелопера. Международный бренд — это высокие стандарты качества, узнаваемость у арендаторов и, как следствие, высокие показатели загрузки. Но так как большинство международных операторов „заточено“ на работу именно по отельным стандартам, партнерство девелоперов с ними имеет ряд особенностей»,— рассуждает Антон Агапов, директор по развитию сети апарт-отелей YE'S.

Работа в партнерстве

Среди особенностей работы с международным брендом собеседники „Ъ“ называют то, что отельные операторы и стандарты, на которые они опираются, нацелены на эксплуатацию апарт-комплекса, а не на продажи. «Например, отельные стандарты предполагают наличие в собственности ресторана, конференц-залов: как итог — продаваемая площадь апарт-отеля сокращается, девелоперам приходиться корректировать экономическую модель, чтобы сохранить маржинальность проекта»,— указывает господин Агапов. По наблюдениям эксперта, международные гостиничные бренды предпочитают брать в управление ограниченный номерной фонд, например, до 500 апартаментов. «Это связано, в том числе, с тем, что они работают с краткосрочной арендой, а реализация объектов на 1000 юнитов, каждый из которых сдается посуточно, является порой просто нереализуемым для большинства локаций и городов. Количество подобных отелей в России можно пересчитать по пальцам»,— добавляет он.

Зачастую международные бренды отдают гостиничные проекты на управление профессиональным операторам — по договорам франшизы или управления. При этом за оператором остается право на утверждение кандидатуры генерального директора на каждом объекте под собственным брендом. Самостоятельное управление возможно в большей степени в люксовом сегменте и в тех проектах, где бренд становится визитной карточкой отеля. По мнению господина Паны, если говорить об апартаментах, то сценарий самостоятельного управления со стороны бренда возможен, но в 99 из 100 случаев оператор никогда не пойдет на управление комплексом апартаментов, распроданных частным инвесторам (то есть в формате кондоотеля.) «Тут на помощь приходят профессиональные управляющие компании»,— добавляет он.

Таким образом, другая проблема для международного оператора заключается в управлении множеством собственников: с одним инвестором можно решить проблему практически тет-а-тет, но с несколькими — это будет очень сложно. «Как минимум потому, что количество задач и вопросов увеличится в несколько раз, а то и вырастет в геометрической прогрессии. Именно поэтому международные операторы самостоятельно не заходят на такие проекты, а работают исключительно в партнерстве с управляющими компаниями. Притом с успешно реализованными кейсами»,— замечает господин Пана.

Госпожа Сторожева при этом подчеркивает, что подобное взаимодействие формирует принципиально новый для российского рынка подход: стороны черпают опыт друг у друга, создавая уникальные для участников компетенции. Конечно, даже в таком формате сотрудничества нереально избежать каких-либо проблем, но свести их к минимуму — безусловно, возможно.

Мария Кузнецова

ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

В отличие от российских компаний, международные отельные операторы ориентированы на высокий ценовой сегмент и требуют соответствия проекта стандартам сети и наличия инфраструктуры уровня категории «четыре звезды» и выше

ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

В апреле 2021 году в Госдуму был внесен законопроект, направленный на урегулирование рынка апартаментов

Попытка выйти из «серой» зоны

— законопроект —

Дискуссии о необходимости регламентировать статус апартаментов на законодательном уровне длятся уже на протяжении многих лет. Однако до сих пор все попытки определить единые и понятные правила игры терпели неудачу. Внесенный в апреле этого года законопроект также вызывает споры в профессиональном сообществе: эксперты уверены, что он требует существенной переработки.

В настоящее время существует проблема разграничения как самого понятия «апартамент», так и статуса данного типа коммерческой недвижимости среди покупателей и представителей власти. «В Петербурге, например, в большинстве случаев под „апартаментами“ понимают вид коммерческой недвижимости, приобретаемый как доходный продукт, то есть с целью извлечения прибыли. В Москве же это в большей степени псевдожилье, строящееся и приобретаемое для жизни. Конечно, в таком виде оно менее выгодно, нежели жилая недвижимость, но для покупателя оно выходит дешевле. Опять же в зависимости от класса проекта и ограничений, наложенных на использование земельных участков и территорий»,— делится мнением Николай Пана, директор по развитию сети апарт-отелей Vertical. Именно на стыке этих двух понятий и возникает коллизия, которую законодатель пытается решить, обсуждая сейчас законопроект об апартаментах.

Далекий от совершенства

В апреле 2021 году в Госдуму был внесен законопроект, направленный на урегулирование рынка апартаментов. Он предполагает появление в законодательстве специальной категории «многофункциональное здание». «Многофункциональное здание может размещаться в общественно-деловых зонах (то есть вне жилой застройки) и включать в себя как нежилые, так и жилые помещения. На отношения, связанные с владением помещениями, будут распространяться нормы жилищного законодательства, что позволит оплачивать коммунальные услуги по тарифам для жилых домов, платить за капремонт общего имущества, осуществлять управление общим имуществом по аналогичным правилам для жилых домов»,— объясняет Юрий Нефедов, старший юрист АБ «Егоров, Пугинский, Афанасьев и партнеры». Жилой статус помещений позволит решить и вопрос с регистрацией по месту жительства. «Создание таких объектов будет осуществляться в соответствии с законодательством об участии в долевом строительстве»,— добавляет он.

Что касается обеспечения возводимых объектов обслуживающей инфраструктурой, то данный вопрос отдается на усмотрение регионов — такие требования будут определяться региональными нормативами градостроительного проектирования. «По всей видимости, эти требования могут на практике оказаться более мягкими по сравнению с требованиями при строительстве многоквартирных домов и отличаться от региона к региону»,— объясняет эксперт.

В то же время законопроект никак не затрагивает вопросы правового статуса построенных апартаментов либо апартаментов, которые находятся в процессе строительства: правовой статус этих объектов продолжает оставаться в «серой» зоне. «В утвержденной правительством РФ в январе „дорожной карте“ прямо содержится указание на необходимость определения правового статуса апартаментов, включая ранее построенные. Вероятно, стоит ожидать, что текущая редакция законопроекта будет существенно переработана либо данный вопрос будет урегулирован отдельно»,— считает господин Нефедов.

Тем не менее законопроект учитывает далеко не все возможные варианты создания апартаментов: вне сферы его регулирования формально остаются объекты, размещаемые в иных зонах (например в рекреационных), допускающих создание объектов гостиничного обслуживания. «Текущая редакция законопроекта регламентирует только один из возможных вариантов создания апартаментов и лишь на будущее время. При этом в законопроекте отсутствуют положения, которые могли бы быть интерпретированы как запрет на строительство апартаментов по иной модели. Остается надеяться, что эти вопросы также будут учтены при доработке законопроекта»,— рассуждает господин Нефедов.

Доведение «до ума»

Внесение изменений в законодательство ожидается до 1 августа 2021 года — именно такой срок стоит в поручении президента. «Однако нет никакой уверенности, что он будет принят. Напомню, что в 2018 году проект, предполагающий присвоение апартаментам жилого статуса, также вносился в Госдуму, но не прошел обсуждения комитетов»,— говорит Ольга Трошева, руководитель консалтингового центра «Петербургская недвижимость» (Setl Group).

Среди опрошенных участников рынка бытует мнение, что данный текст направлен на «поправку» статистики по вводу жилых квадратных метров, ведь законопроект вводит понятие «многофункциональное здание», а также предоставляет собственникам коммерческой недвижимости возможность определять статус приобретаемых или приобретенных площадей (перевод из нежилого в жилое). «В текущей редакции проекта потенциально под удар могут попасть профессиональные гостиничные операторы с номерным фондом в кондоотелях — комплексах апартаментов с множеством собственников»,— указывает господин Пана. По его мнению, новый законопроект повлечет за собой изменения в Земельном и Гражданском кодексах, затронет ряд НПА, регламентирующих оказание гостиничных услуг. При этом самой острой проблемой станет то, каким образом будет произведено разграничение в классификации таких «многофункциональных» зданий.

Андрей Косарев, генеральный директор Colliers в Санкт-Петербурге, убежден, что в части инвестиционных сервисных апартаментов нужно «оставить в покое» девелоперов, возобновить выдачу разрешений и заключений о соответствии, выработав при этом максимально четкие и прозрачные критерии для этого формата. «Реализация проектов сервисных апартаментов способствует улучшению туристической привлекательности Петербурга за счет увеличения номерного фонда, созданию цивилизованного рынка аренды для средне- и долгосрочной аренды, а благодаря реализации через эскроу-счета — обеспечению безопасности для инвестиций физлиц»,— считает господин Косарев. Он добавляет, что регулирование требуется для деятельности действующих апарт-отелей — например, через обязательную классификацию.

Что касается псевдожилья, то, по мнению эксперта, построенные объекты необходимо перевести в жилой фонд по выработанным правилам и процедуре. «Также следует разработать справедливый механизм перевода для строящихся объектов, а на новые проекты разрешения не выдавать»,— рассуждает господин Косарев. Он уверен, что строить апартаменты как псевдожилье со всеми требованиями для жилья (социальная инфраструктура, озеленение, парковки, инсоляция), но в нежилых зонах — нонсенс. «В таком случае логично изменить зоны по Генплану и ПЗЗ и строить там классическое жилье»,— подчеркивает он.

«Обеление» рынка аренды

Параллельно с легализацией апартаментов уже достаточно давно существует идея вывести из тени рынок сдачи жилья в аренду. «Пока никаких предпосылок, что это произойдет в ближайшем будущем, нет. Сказать однозначно, как повлияет возможное принятие закона о налогах с арендных поступлений при сдаче квартир на спрос на апартаменты, нельзя. Какой из законов быстрее дойдет до финиша и в каком виде — это и определит, в том числе, спрос на апартаменты как объект для сдачи в аренду»,— рассуждает вице-президент QBF Владимир Масленников. Он полагает, что на спрос и цену зачастую влияет не только законодательное регулирование отношений в данной сфере, но и экономическая ситуация в целом, а также ситуация по регионам, статус и характеристики объекта.

Михаил Игнатьев, адвокат АО «БОН Инвестиции», также оценивает ужесточение законодательства в части найма жилья как маловероятное. «Ужесточать там уже особенно некуда, все нормативные акты для того, чтобы привлекать незаконно сдающих квартиры к ответственности, есть: Налоговый кодекс, КоАП, даже УК в отдельных случаях, у властей есть данные обо всех транзакциях по картам. Вопрос остается в части практической реализации норм права»,— говорит господин Игнатьев.

При этом финансовым институтом «Дом.РФ» создается база регистрации договоров найма жилых помещений, интегрированная с налоговой службой. «Однако на данный момент непонятно, как власти будут стимулировать арендодателей регистрироваться на данной платформе»,— резюмирует госпожа Трошева.

Другие эксперты, напротив, считают, что ужесточение закона о сдаче и найме жилья вполне может произойти. «Из-за тяжелой экономической ситуации, а также по причине необходимости обеспечения поступлений и отчислений в региональные и федеральные бюджеты, законодатель определенно „порадует“ нас какой-то инициативой. Так, как это было, например, с „законом Хованской“. Так что поживем — увидим»,— рассуждает господин Пана.

Мария Кузнецова

«Сейчас все больше инвесторов покупает эмоции, которые вызывает продукт»

Несмотря на то, что апартаменты являются сравнительно молодым сегментом для инвестирования, они уже успели серьезно трансформироваться в ответ на запросы покупателей. Об изменении специфики продукта и новых предпочтениях инвесторов, эмоциональной составляющей покупок и дальнейшем развитии рынка апарт-отелей в интервью корреспонденту „Ъ“ Марии Кузнецовой рассказала директор по продажам и управлению комплекса апарт-отелей Valo **Марина Сторожева**.

ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

— экспертное мнение —

— Проект Valo реализуется уже в течение нескольких лет. Как за это время изменился рынок апартаментов?

— С 2017 года по сегодняшний день менялся не только рынок, но и сам продукт. Когда мы только выходили на рынок, понятие «апарт-отель» у участников рынка было очень размытым. Более того — неочевидной была и граница между псевдожильем и апартаментами. Сегодня не только профессионалы отрасли, но и рядовые покупатели понимают специфику продукта, знают, что апарт-отель — это гостиница, разбираются в том, как отличить апартаменты от псевдожилья. Я считаю, в этом есть и наша заслуга. При этом наш проект также трансформировался под новые ожидания инвесторов и гостей. Если ранее номера в апарт-отелях предлагались в основном или в долгосрочную аренду с небольшой долей краткосрочной, или наоборот, то теперь ситуация принципиально иная. Сегодня апарт-отель — новый вызов для гостиничной индустрии: образно говоря, это переключение по щелчку с одного формата на другой. Такая трансформация продолжается и будет длиться еще в течение как минимум пяти лет.

— Как на данный сегмент повлияла пандемия?

— Пандемия наилучшим образом продемонстрировала преимущества формата апарт-отелей — как для гостей, так и для инвесторов. Этот факт отлично подтверждает такая цифра: в 2020 году около половины покупателей Valo рассматривали в качестве альтернативы квартиры под сдачу, но отказались от этого инструмента. А все потому, что во время локдауна доходность жилой аренды заметно упала. Те арендаторы, доходы которых сокращались, переезжали в более компактное жилье, а остальные начали выбирать более комфортные форматы, в которых было удобнее и безопаснее жить и работать в период самоизоляции. Поэтому часть инвестиционного спроса с жилых квартир переместилась в сегмент апарт-отелей. Если в 2019 году было 79% покупателей, которые приобретали апартаменты впервые, то в 2020 году их стало 83%. Это говорит о том, что все больше людей размещают капиталы в апарт-комплексах вместо квартир и депозитов, что неудивительно на фоне падения доходности этих инструментов.

— Что вы можете сказать о предпочтениях покупателя: насколько они изменились с течением времени?

— Сам формат апарт-отеля больше не вызывает у инвестора вопросов. Если проект — с продуманной концепцией, выгодной локацией для отеля и профессиональной УК — его доходность очевидна. Если говорить о нашем проекте, то, помимо вышеперечисленных критериев, Valo имеет конкурентное преимущество: покупатель имеет возможность прийти и увидеть своими глазами, как работает отель. Можно также отметить, что такой параметр, как площадь номера, отходит на второй план. Кроме того, рынок уже научился предлагать качественные проекты, и сейчас начинается конкуренция не столько качества, сколько концепций, конкуренция эмоциональных посылов, транслируемых при помощи продукта. Сейчас все больше инвесторов покупает эмоции, которые вызывает продукт.

Также инвесторы внимательно рассматривают факторы, обеспечивающие успешность инвестирования: наличие доходных программ (по сравнению с 2018 годом, когда мы начинали строить — рост в полтора раза), профессиональной УК (рост почти в два раза) и ликвидность объекта. Важнее всего здесь ожидаемая доходность апартамента — влияние этого фактора выросло в три раза: с 6% в 2018 году до 18% в 2020 году. Цена, которая тоже влияет на доходность, учитывалась чуть реже, но в целом доля этого критерия была довольно стабильной на протяжении 2018–2020 годов и составляет 11–13%.

— Насколько сейчас отличается доходность того или иного проекта? От чего она зависит?

— Зимой и в начале весны средняя доходность по рынку составляла 7–10%. Это адекватная доходность, особенно с учетом пандемии и фактора сезонности. По нашим данным, доходность во всех апарт-отелях сейчас примерно одинакова. В первую очередь доходность, конечно, зависит от загрузки, поэтому уже по результатам мая мы в нашем проекте Valo ожидаем более высоких показателей. С учетом ПМЭФ и спортивных мероприятий, которые проходят в нашем городе в этом году, думаю, справедливо будет предположить, что и в целом по рынку летом доходность будет выше.

— Как вы полагаете, насколько возрастут цены на апартаменты в апарт-отеле Valo?

— У нас по итогам этого года рост составит примерно 35%. Предполагаю, что цена квадратного метра достигнет в среднем 250 тыс. рублей за квадратный метр. При этом отмечу, что в продаже у нас осталось всего 650 апартаментов.

— С учетом значительного роста стоимости инвесторы могут заработать и на перепродаже юнитов.

— Безусловно, цены на апартаменты растут. Но все же основная цель приобретения в данном сегменте — извлечение прибыли от ее сдачи в аренду, а не дальнейшая перепродажа.

— Как вы оцениваете результаты первого квартала?

— Я бы охарактеризовала ситуацию как «ровную»: сильного всплеска на рынке апартаментов мы не видим. Однако спрос остается стабильным ввиду колоссального дефицита предложения. Оно вымывается быстрыми темпами, в связи с чем цены продолжают расти. Так, по сравнению с первым кварталом 2020 года в сегменте апартаментов в 2,5 раза сократилось количество юнитов и в два раза — количество квадратных метров. Средневзвешенная стоимость квадратного метра в апартаментах комфорт-класса выросла на 29% год к году.

— Что изменится после того, как апартаменты приобретут собственный правовой статус?

— На мой взгляд, от этого выиграет сегмент псевдожилья: цены на него после принятия соответствующего закона, безусловно, вырастут. Что касается сегмента апарт-отелей, то, как я уже отмечала ранее, динамика стоимости квадратного метра в нем и так существенная. При этом возможность регистрации в апарт-отеле не является для инвесторов доходной недвижимости определяющей.

— Valo был в числе первых апарт-отелей, которые привлекли международного оператора. Продолжится ли эта тенденция на петербургском рынке?

— Сейчас данная тенденция продолжает набирать обороты наряду с увеличением интереса к самим апарт-отелям. Международные сети поняли гибкость нашего формата. Если сравнить его с гостиницей, то в низкий сезон ее заполняемость не превышает 40%, а в худшие месяцы — 5–10%, в то время как в апарт-отеле — всегда не менее 50%. Так, например, в Valo, номерной фонд которого составляет сейчас 833 юнита, загрузка в течение года держалась на уровне 80–90%. Кроме того, популярность набирают так называемые комбоотели, то есть комплексы апартаментов с 30% гостиничной составляющей. Если посмотреть на рынок, то классических отелей на нем появляется очень мало. В сторону комбоотелей смотрят такие гиганты, как Accor, Hilton, Windham. Таким образом, совместными усилиями с международными операторами мы наращиваем собственные компетенции, формируя новые стандарты. Это синергетический эффект.

Что касается Valo, то сейчас ведутся переговоры с еще одним, помимо ранее привлеченного Mercure, гостиничным оператором для усиления нашего краткосрочного формата. Это дает преимущества как в доходности, продажах, так и в маркетинге. А с точки зрения инвестора это вложение денег в понятный гостиничный рынок.

— Рассматриваете ли вы для себя регионы как новые рынки для развития?

— Да. Мы находимся в поиске. Смотрим не только Петербург и пригород, но и Москву и Краснодарский край. У нас есть определенные требования: хочется реализовывать новые проекты на столь же высоком уровне, что и Valo. Поэтому сейчас наша главная задача — найти место, в которое мы поверим.

Поселиться под одной крышей

— шеринговая экономика —

Новые форматы недвижимости, развивающиеся в рамках популярной концепции шеринг-экономики, набирают все большую популярность в европейских странах. Однако в России они остаются штучным товаром, с которым девелоперы и постояльцы пока что только экспериментируют. По мнению экспертов, коливинги, дома престарелых, студенческое жилье по примеру западных аналогов, а также современные санатории получат свое развитие в перспективе следующих пяти-десяти лет.

В последние годы в России стремительно развиваются новые форматы коммерческой недвижимости. «Так, для краткосрочного проживания, помимо классических гостиниц, появились хостелы, апарт-отели, капсульные отели. Набирают популярность коливинги, то есть комплексы для более длительного, чем отели, проживания»,— рассказывает вице-президент QBF Максим Федоров.

При этом реализуемые у нас в стране проекты такого формата отличаются от своей первичной концепции. «Изначально коливинги создавались по принципу объединения людей в одном жилом пространстве по интересам. Традиционный коливинг — это несколько спален и общие пространства»,— добавляет Антон Агапов, директор по развитию сети апарт-отелей YE'S.

В коливингах нередко развиваются коворкинги, то есть пространства для работы, особенно востребованные фрилансерами. «Часто жильцы коливингов могут воспользоваться клининговыми услугами и прачечной, посетить фитнес-зал и спа, заказать еду в номер. В таких случаях фактически рождается город в городе, пространство с высокоразвитой инфраструктурой»,— рассуждает господин Федоров. Арендаторами коливингов становятся преимущественно миллениалы, совсем молодые люди без семьи, ценящие свободу и комфорт.

В условиях нестабильной обстановки на рынках коливинги в западных странах отлично зарекомендовали себя в качестве устойчивого бизнес-продукта. «В 2020 году средний уровень загрузки коливингов в Европе составлял около 75%, притом что показатели классических гостиниц во многих местах проседали до 25%. Это указывает на работоспособность, а главное на перспективность данной бизнес-модели. Инвесторы хорошо осознают это, а поток инвестиций в формат стабильно растет»,— говорит Дмитрий Морозов, глава архитектурного бюро A61.

Преимущественно коливинги — это городской формат недвижимости. «Однако в Московской области есть, например, успешные проекты, которые прекрасно себя чувствуют и за чертой города. Основная концепция — создание эмоций, впечатлений, сообщества. Если это будет, гости точно появятся. И иногда географическое расположение не особо важно, ведь ты создаешь инфраструктуру внутри проекта — своеобразный город в одном здании»,— замечает Николай Пана, директор по развитию сети апарт-отелей Vertical.

Вместе с тем эксперты подчеркивают, что коливинги — пока нишевый формат, не имеющий широкого распространения в России: он распространен лишь в Москве и Санкт-Петербурге, что объясняется высокой стоимостью жилья, тогда как коливинг позволяет получить качественное решение жилищного вопроса за меньшие деньги. «В других же регионах России покупатели будут выбирать классические варианты недвижимости. Да и вообще, пока нельзя говорить, что такие форматы жилья становятся хоть сколько-нибудь заметными в нашей стране»,— убежден коммерческий директор девелоперской компании Glincom Иван Татаринов.

Для тех, кому «за»

Для людей старшего поколения в России предпринимались попытки построить дома пенсионеров независимого проживания по типу отелей — этот формат развит на Западе, но у нас он пока малоперспективен, а также отделения сестринского ухода, где постояльцы могут получить качественные медицинские услуги. «Надо признать, что форматы коммерческой недвижимости для пожилых людей у нас развиваются гораздо медленнее, нежели форматы для молодежи. Это связано с низкой платежеспособностью людей преклонного возраста. Если коливинги способны приносить прибыль и благодаря этому интересны предпринимателям, то дома пенсионеров довольно сложно обустроить без государственной поддержки»,— заключает Максим Федоров.

По мнению Александра Старикова, партнера архитектурного бюро Syntaxis, общество начинает осознавать необходимость развития не только качественных геронтологических услуг, но и комфортной жилой среды для людей в возрасте, в которой им проще вести быт и налаживать коммуникации. «С точки зрения бизнеса это потенциально ликвидный продукт, который может развиваться в сетевом формате. Целевой аудиторией таких проектов могут быть люди, находящиеся в предпенсионном возрасте или сразу после выхода на заслуженный отдых»,— рассуждает господин Стариков.

Многим людям, готовящимся к выходу на пенсию, часто не хватает полноценного общения: их социальные роли и сценарии взаимодействия с обществом резко меняются или сокращаются. «В коливингах они смогут получить не только комфортное жилье, но и собственное комьюнити, что является не менее важным элементом функционирования таких проектов. Подобные кейсы создаются по схеме мультифункциональных синтетических объектов с коммерческой, рекреационной инфраструктурой»,— продолжает он. Вместе с тем сложности работы коливингов с возрастной целевой аудиторией заключаются еще и в том, что многие покупатели старшего поколения, имея за плечами опыт советского прошлого с «коммунальными квартирами», скептически настроены по отношению к данному концепту. «Преодолеть недоверие людей можно, формируя новые проекты, которые наглядно покажут преимущества современной архитектуры перед устаревшими советскими образцами»,— уверен он.

По мнению Андрея Косарева, генерального директора Colliers в Санкт-Петербурге, современные дома престарелых обретут большую популярность в долгосрочной перспективе по мере перехода в преклонный возраст поколения, которое может себе позволить такое проживание с уходом.

Эксперименты с форматами

Что касается санаториев, то в «советском» формате они вряд ли имеют будущее. «А современные оздоровительные проекты, предполагающие краткосрочное проживание,— интересный формат, популярность которого растет, но это пока премиум-сегмент»,— объясняет господин Косарев.

ПЕТР КАССИН

Общество начинает осознавать необходимость развития не только качественных геронтологических услуг, но и комфортной жилой среды для людей в возрасте

По его мнению, также перспективен, по примеру западных рынков, сегмент студенческого жилья. «Однако риском для частных инвесторов тут будет, среди прочего, строительство кампусов университетов (по крайней мере, заявлены два таких кампуса), где аренда будет, вероятно, дотироваться государством. Тем не менее в данном случае интересной будет реализация такого жилья в кампусах по схеме ГЧП»,— полагает он.

Собеседники „Ъ“ солидарны в том, что в настоящее время девелоперы не готовы в полной мере экспериментировать с новыми форматами, потому что рынок жилья достаточно благоприятен для застройщиков из-за льготной ипотеки, бума спроса, роста цен. «Перспективы коливингов и других форматов совместного использования недвижимости с точки зрения девелоперской активности во многом будут зависеть от сроков восстановления экономики и реальных доходов населения от последствий пандемии коронавируса»,— уверен Дмитрий Панов, председатель петербургского регионального отделения «Деловой России». Эксперты подчеркивают, что рынок становится все более конкурентным и вполне возможно, что через пятьдесят лет некоторые компании в погоне за покупателями будут их развивать.

Мария Кузнецова

Льготные ожидания

В ходе оглашения послания Федеральному собранию президент РФ Владимир Путин анонсировал запуск программы льготного кредитования строительства и реконструкции объектов туристической инфраструктуры. Эксперты предполагают, что к ней смогут присоединиться не только классические гостиницы, но и апарт-отели.

— кредиты —

Среди факторов, обусловивших запуск программы, фигурируют курс на развитие внутреннего туризма, а также дефицит качественного предложения на российском гостиничном рынке. Сама программа имеет несколько ограничений: кредит на льготных условиях предоставляют сертифицированным объектам с категорией не менее «трех звезд», а также площадью не менее 5 тыс. кв. м или номерным фондом от 120 номеров. Данные требования существенно сужают круг инвесторов, которые могли бы воспользоваться программой.

Предел не достигнут

По словам Ольги Шарыгиной, вице-президента Becar Asset Management, на петербургском рынке сегодня действует около 380 отелей категории «три-пять звезд», несколько сотен отелей уровня «две звезды», мини-отелей и хостелов. Несмотря на это, потенциал для строительства новых гостиниц в городе еще не исчерпан.

Основная потребность города ощущается в качественных местах для размещения туристов в среднем ценовом сегменте («три-четыре звезды»). Как отмечает Константин Сторожев, генеральный директор УК Valo Service, недорогие и качественные объекты размещения здесь будут востребованы всегда. Ситуация с бронированием на время ПМЭФ и чемпионата УЕФА наглядно показывает, что до перенасыщения рынка еще далеко.

В целом среднегодовая загрузка петербургских отелей вне ковида составляет около 65%, что поддерживает интерес инвесторов к индустрии гостеприимства. И места на рынке после отмены ограничений и возврата к режиму электронной визы должно хватить всем. Особенно если в перспективе в городе и вокруг него появятся дополнительные точки притяжения.

По данным Knight Frank St. Petersburg, темпы строительства классических гостиниц и отелей города замедлились за последний год, это связано как с прошлогодними ограничениями, так и с форматными изменениями в структуре предложения на рынке. Так, за 2020 год на рынке качественных форматных отелей в эксплуатацию была введена лишь одна гостиница — Kravt Nevsky Hotel and Spa категории «четыре звезды» (открытие состоялось в апреле 2021 года).

В свою очередь, сегмент сервисных апартаментов продолжил активно развиваться — номерной фонд увеличился на 64% по сравнению с 2019 годом, а с учетом привлечения международных операторов данный формат может составить серьезную конкуренцию классическим гостиницам. «Лидером по количеству качественного номерного фонда является Центральный район — 29%, по совокупному количеству форматных отелей первое место занимают трехзвездочные объекты (53%)»,— поясняет Светлана Московченко, руководитель отдела исследований Knight Frank St. Petersburg.

Петербургские виды

По мнению господина Сторожева, новая программа затронет гостиничный рынок Петербурга в обязательном порядке. «Сейчас участники рынка ждут так называемых подзаконных актов, без них сложно оценить, какие критерии будут применяться для выделения льготного кредитования и насколько сложно будет его получить. В целом снижение ставки по кредитам могло бы дать хороший толчок развитию городской туристической инфраструктуры»,— считает он.

ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

Сейчас участники рынка ждут так называемых подзаконных актов, без них сложно оценить, какие критерии будут применяться для выделения льготного кредитования и насколько сложно будет его получить

Однако Евгения Тучкова, замдиректора департамента консалтинга Colliers, придерживается мнения, что влияние программы на Петербург будет ощущаться в меньшей степени, поскольку рынок Северной столицы все же достаточно насыщен и конкуренция почти во всех сегментах довольно высока. Скорее всего, по мнению эксперта, данная мера может подтолкнуть к развитию новые проекты курортной направленности в пригородах.

Антон Агапов, директор по развитию сети апарт-отелей YE'S, в целом полагает спорным вопрос эффективности программы льготного кредитования для гостиничной отрасли. Срок окупаемости классических гостиниц — более десяти лет. Успешно выплатить кредит даже в условиях привлекательной процентной ставки собственнику позволят только высокие показатели операционной доходности. Но в первые несколько лет функционирования гостиницы редко выходят на сверхприбыль.

«Льготные кредиты — хороший инструмент при правильном применении. Но в данном случае его недостаточно, чтобы замотивировать бизнес инвестировать в строительство классических гостиниц, особенно в текущих условиях. На рынке есть более актуальные продукты: строительство апарт-отелей объективно выгоднее и позволяет быстрее вернуть вложенные средства»,— добавляет он.

Эксперты объединенного юридического центра «Парфенон» уверены, что с учетом резкого удорожания стройматериалов, особенно арматуры, которая является основным материалом для монолитной застройки, эта инициатива сможет снизить как себестоимость строительства, так и сроки выхода на положительное сальдо и полную окупаемость проекта на достаточно мягких условиях.

Шансы апарт-отелей

Что касается апарт-отелей, то в связи с ужесточением законодательства в сфере апартаментов преференциями, по мнению экспертов, смогут воспользоваться только те объекты, которые докажут, что соответствуют признакам классических гостиниц.

«Если апарт-отели будут подпадать под критерии льготного кредитования, то анонсированная президентом программа могла бы стать отличным вариантом для многих девелоперов. Она позволила бы строить на кредитные средства, а продавать номера — уже после окончания строительства»,— считает господин Сторожев.

Николай Антонов, генеральный директор компании «МТЛ. Управление недвижимостью», соглашается, что девелопер, получивший льготный кредит, свободнее в ценообразовании. Он получает более устойчивую финансовую модель, больше возможностей вложиться в качественную архитектуру, фасад, в материалы, в инженерию, поскольку качественный апарт-отель — это всегда определенная идеология и уровень реализации проекта.

В целом, как отмечает Кристина Кузнецова, генеральный директор Domina Russia, поскольку строительство коллективных средств размещения — не самое очевидное и довольно рискованное вложение средств, режим особого благоприятствования для него целесообразен. Это мировая практика: с этих мер начинают дестинации, стремящиеся нарастить турпоток.

На объявленных мерах эксперты рекомендуют законодателям не останавливаться: например, остался высокий налог на имущество, который заметно уменьшает чистую прибыль и тем самым демотивирует инвесторов. Из-за него сроки окупаемости проектов сильно растягиваются, и льгота хотя бы на первые два-три года сильно улучшила бы привлекательность гостиничного проекта на этапе расчета ROI.

Ксения Потапова

Загородные перспективы

— тенденции —

Пандемия стимулировала не только рост востребованности аренды загородного жилья, но и интерес к загородным проектам в целом. Корреспондент „Ъ“ Ксения Потапова разбиралась, насколько высока вероятность развития апартаментов в этом сегменте и, а какова перспектива развития за городом апарт-проектов.

Интерес к загородной недвижимости за последний год увеличился значительно. Рост спроса фиксируется как на аренду, так и на покупку. Активизировались и девелоперы — земли в ближайших пригородах Петербурга становится все меньше. Как отмечает Елизавета Конвей, директор департамента жилой недвижимости Colliers, пандемия и период самоизоляции не только стимулировали спрос на загородные форматы проживания, но и способствовали появлению нового вида отдыха — bleisure (business + leisure), который предполагает удаленную работу «без отрыва от отдыха». Поскольку удаленный формат работы остается актуальным для части компаний, спрос на данный тип размещения до сих пор востребован.

По данным аналитиков комплекса апарт-отелей Valo, спрос на загородном рынке за год взлетел практически вдвое на фоне пандемии. Покупатели приобретали все — от дачных домиков до дорогих коттеджей и усадеб. Причем рекордными темпами — за ликвидными участками выстраивались и продолжают выстраиваться очереди.

«89% сделок на загородном рынке приходится на участки без подряда, так как они имеют более доступный порог входа, в отличие от участков с подрядом и готового жилья, а также имеется возможность на неопределенный период отложить возведение дома на таком участке. Дешевые дачные участки приобретались в период пандемийного ажиотажа в надежде на то, чтобы в дальнейшем продать их в разы дороже»,— поясняет Марина Сторожева, директор по продажам комплекса апарт-отелей Valo.

В Ленобласти интерес к приобретению загородного жилья за год увеличился в 2,2 раза, а к долгосрочной аренде — на 51%. Высокий спрос на загородном рынке сохраняется до сих пор, что связано с закрытием границ, высокими ценами на отдых внутри страны, переводом многих сотрудников на удаленный режим работы. Интерес к загородному сегменту также усиливается и по причине удорожания городской недвижимости.

На 27% за год вырос спрос на рекреационные апартаменты. Раскуплены все юниты в проектах «Русские сезоны» в Сестрорецке, в проекте «Светлый мир: Внутри». Высокие темпы продаж наблюдались в проекте «Образ жизни» в Охта-Парке. Но спрос в 2021 году стал более осознанным, рациональным, в отличие от спроса во втором и третьем кварталах 2020 года, когда большинство сделок происходило на эмоциях.

Загородными объектами заинтересовались многие девелоперы. С конца 2020-го по май 2021-го участниками рынка приобретено несколько участков в Курортном районе под дальнейшее строительство апартаментов, гостиниц, пансионатов.

Аренда загородных домов в Ленобласти также продолжает пользоваться высоким спросом. По сравнению с 2020 годом спрос снизился примерно на 10%, но показатели 2019 года он превышает в 4,6 раза. Наибольшим спросом пользуются дачи в Курортном, Выборгском, Всеволожском и Ломоносовских районах. При этом петербуржцы ищут дома, расположенные не далее, чем в 100 км от Санкт-Петербурга.

Спрос на посуточную аренду загородной недвижимости в Ленинградской области увеличился практически в 2,5 раза (в годовом выражении — конец октября 2020 года к концу октября 2019 года). Из всех загородных объектов интерес к аренде таунхаусов менялся наиболее интенсивно: спрос на них в текущем году превысил прошлогодние показатели в шесть раз.

Готов ли рынок?

Ликвидного предложения на рынке загородной недвижимости очень мало, а с учетом пандемии его стало еще в разы меньше. Можно говорить о дефиците качественного предложения при растущем спросе, считает госпожа Сторожева. «Предложение очень ограничено по соотношению локации, цены и качества. За 2020 год продали многие проекты, а вывод новых требует времени. Новые коттеджные поселки не подходят для ряда покупателей, которые хотят купить загородное жилье прямо сейчас»,— поясняет она.

В данном контексте эксперты полагают, что загородные проекты апартаментов займут на рынке свою определенную нишу. Этот сегмент представляет собой микс между загородным жильем, дачей и пансионатом на выходные, со всем необходимым комплексом услуг, управлением, внутренней инфраструктурой, как правило, в привлекательных локациях.

При этом, по мнению Андрея Троицкого, руководителя отдела продаж группы компаний «Штаб», в России загородный досуг однозначно ассоциируется с собственной землей. «Класс людей, которым не нужны грядки и кусты смородины, только начинает зарождаться. Пока немногие понимают, что апартаменты за городом избавляют от проблем ухода за участком»,— поясняет он.

Эксперты отмечают, что пандемия также высветила проблемы многих загородных поселков. В период пандемии многие люди при переезде для проживания и работы в свои дома за городом сталкивались с проблемой полного или частичного отсутствия инфраструктуры и необходимых сервисных услуг в свободном доступе.

«Апартаменты смогут стать достойной альтернативной собственному дому, нивелируя все минусы частного сектора и в то же время предлагая собственникам проживание в интересных локациях по приемлемым ценам. Приобрести дом с участком в локациях, где возводятся загородные апарт-комплексы, зачастую многим покупателем финансово сложно. Апартаменты же предлагают более доступный порог входа для клиента, а также функцию управления, которая позволит в дальнейшем использовать свой юнит как выгодную инвестицию при сдаче в аренду»,— резюмирует госпожа Сторожева.

Перспективы

При этом загородные проекты апартаментов кардинально отличаются от городского формата. Если городские проекты в первую очередь ориентированы на инвестиционный спрос, то загородные покупают преимущественно для собственного сезонного проживания либо для использования в качестве второй квартиры. Загородные проекты, которые реализовывались на рынке в последнее время, предлагались потенциальным покупателям без программ доходности.

ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

Ликвидного предложения на рынке загородной недвижимости очень мало, с учетом пандемии его стало еще в разы меньше

«Загородные апартаменты также называют рекреационными, так как многие из них расположены в зонах рекреации и имеют инфраструктуру с оздоровительным или спортивным назначением. В последние годы также появляются примеры создания инвестиционных загородных апартаментов, предлагающих программы доходности и управление лотом. Данный формат стал особенно актуален в условиях самоизоляции и повышенного спроса жителей города на временное размещение в ближайшем пригороде»,— отмечает госпожа Конвей.

Впрочем, ряд экспертов полагает, что проекты апарт-отелей за городом все же не будут так же актуальны, как в черте города. «Туристы приезжают в Петербург не ради морских купаний или природных красот, а ради города, его архитектуры, музеев, событий. Предприниматели, командировочные, те, кто учится, лечится, ищет работу в Петербурге, заинтересованы в том, чтобы жить поближе к деловым районам, учебным заведениям, клиникам»,— поясняет Николай Антонов, генеральный директор компании «МТЛ. Управление недвижимостью».

По мнению эксперта, потенциальный арендатор загородных апартаментов — петербуржец, у которого нет дачи или загородного коттеджа, куда он мог бы выехать на лето. «И здесь я вижу две проблемы. Климат, от которого хочется уехать хотя бы раз в год к теплому морю. И относительно невысокая платежеспособность среднего петербуржца, которому аренда комфортабельной недвижимости за городом на весь сезон не по карману»,— добавляет он.

Основные проблемы

При развитии загородных проектов девелопер может столкнуться с целым рядом проблем, например, с правовым статусом земли. «Если выкупать под рекреационный комплекс земли садоводства, дачного строительства или ИЖС, возникнут вопросы по использованию подобной земли в сугубо коммерческих целях. Если брать коммерческую землю, никто не захочет жить в окружении производств и складов. В случае с инвестмоделью, подразумевающей длинные деньги и договоры аренды гослесфонда или рекреации, инвестор попадает под фактор риска расторжения договора долгосрочной аренды под каким-либо предлогом»,— поясняет господин Троицкий.

Другие проблемы, по мнению эксперта, связаны с возможным сопротивлением местных жителей, коммерческой обоснованностью проекта, трудностями подключения жилых комплексов к коммуникациям в некоторых районах Ленинградской области.

Марина Сторожева выделяет среди основных проблем ряд существенных ограничений, связанных с назначением локаций, где располагаются проекты, этажностью и функционалом проектов; длительный период согласования проектов; технические сложности при строительстве в прибрежной полосе; слабо развитую социальную, торгово-досуговую инфраструктуру, ограниченную транспортную доступность.

Тем не менее, полагает эксперт, хорошие перспективы открывают небольшая конкуренция в сегменте качественных проектов загородных апарт-отелей и высокий спрос на загородном рынке на проекты как для инвестиций, так и для собственного проживания в удачной локации, с приемлемой ценой и проработанной концепцией.