



ФОТО: ИГОРЬ НАКИН

рое уже распродано, остатки — совсем точечные. Там рост будет 1000%, потому что сейчас "ноль". То же самое в Анапе — мы можем вырасти втрое за два-три года, особенно если будут доступные банковские ставки по ипотеке», — заявила руководитель направления «Туризм. Инфраструктура» банка ДОМ.РФ Ольга Синцова.

НЕСТАБИЛЬНЫЙ КРЫМ Иначе развивается ситуация с недвижимостью в курортных городах Крыма. Как рассказали участники рынка, в 2022 году на спрос существенно повлияло начало спецоперации на Украине и последовавшее за ним закрытие аэропорта Симферополя. Кроме того, признают представители местного рынка, сказывается территориальный фактор, поскольку определенный процент покупателей не желает иметь недвижимость в регионе, который не признан мировым сообществом, по политическим или иным соображениям.

«Снижение покупательской способности, снижение уровня уверенности населения в стабильном завтрашнем дне, инфляция — то, что негативно влияет на принятие решения о покупке жилья», — отмечает заместитель директора по маркетингу ГК «Монолит» Михаил Баденко.

Как сообщил "Ъ", в апреле спрос на новостройки в Крыму упал почти в пять раз. Если в феврале было зарегистрировано 249 сделок по покупке квартир в новостройках, в марте — 222, то в апреле объем продаж составил 45 лотов, заявляла гендиректор IDEM Екатерина Гресс. Гендиректор портала «Мир квартир» Павел Луценко оценивал падение спроса на новостройки в Крыму в 45% год к году.

«Обращений и визитов в офис продаж стало существенно меньше, чем обычно. От многих наших клиентов, кто готов был приехать для выбора недвижимости, мы слышим, что поездка отложилась до лучших времен, когда можно будет прилететь. Не все готовы к долгому путешествию на поезде или автомобиле. В то же время у нас про-

шла череда дистанционных сделок без посещения объекта. Покупатели приезжали в наш центральный офис в Москве, получали здесь всю необходимую информацию и выходили на сделку», — рассказала директор по маркетингу проекта «Резиденция "Дипломат"» (Ялта) Ирина Романова. Она также заявила, что тенденция последнего года — большое внимание к Ялте от покупателей, которые изначально рассматривали Сочи, но ввиду ограниченного предложения и стремительно выросших там цен переориентировались на Крым.

«СНИЖЕНИЕ ПОКУПАТЕЛЬСКОЙ СПОСОБНОСТИ, СНИЖЕНИЕ УРОВНЯ УВЕРЕННОСТИ НАСЕЛЕНИЯ В СТАБИЛЬНОМ ЗАВТРАШНЕМ ДНЕ, ИНФЛЯЦИЯ — ТО, ЧТО НЕГАТИВНО ВЛИЯЕТ НА ПРИНЯТИЕ РЕШЕНИЯ О ПОКУПКЕ ЖИЛЬЯ»

Михаил Баденко отмечает, что, несмотря на рост цен на 20% и общее снижение спроса, спрос на недвижимость в курортных городах Крыма продолжает расти. «В июне доля курортной недвижимости от общего объема сделок составила около 60%. Наибольшим спросом у покупателей пользуются Ялта, Евпатория, Коктебель. События в Украине негативно влияют в целом на рынок недвижимости, а угрозы со стороны соседнего государства в адрес Крыма усугубляют ситуацию, но потенциал у Крыма огромный», — подчеркивает он.

Эксперты отмечают, что точкой для роста рынка курортной недвижимости в Крыму является переориентирование покупателей с зарубежного рынка на российский после введения антироссийских санкций.

«Среди наших покупателей есть те, кто в период ковидных ограничений не мог воспользоваться своей курортной недвижимостью за рубежом, поэтому

СЕГОДНЯ ГОСУДАРСТВО АКТИВНО СТИМУЛИРУЕТ РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА, УВЕЛИЧИВАЯ СПРОС НА ЖИЛЬЕ НА КУРОРТЕ

переориентировался на черноморское побережье. В последнее время число таких клиентов на рынке только растет. Санкционные ограничения вообще практически не оставили определенной категории людей возможности выбрать регион для отдыха на морском побережье. Именно сейчас целевая аудитория значительно расширилась. Крым заинтересовал и представителей среднего бизнеса, и государственных служащих, и сотрудников крупных государственных компаний разного уровня, и владельцев малого бизнеса», — комментирует Ирина Романова.

«В Крыму курортная недвижимость будет драйвером роста в следующие несколько лет при условии закрытия границ. Все больше и больше людей будут обращать внимание на отечественные курорты, а Крым занимает достойное место по своим рекреационным характеристикам», — добавляет Михаил Баденко.

СТУДИЯ ЗА МИЛЛИОН ДОЛЛАРОВ

На отечественном рынке курортной недвижимости высокобюджетный сегмент сосредоточен в Сочи. Согласно данным аналитиков консалтинговой компании Knight Frank Russia, в 2022 году, несмотря на экономические потрясения, элитная недвижимость на курорте продолжает демонстрировать рост цен. Так, в июне средневзвешенная цена достигла 2,45 млн руб. за кв. м, увеличившись по сравнению с 2021 годом на 36,1%. Для сравнения, в Москве этот показатель составил 1,46 млн руб. (+8,7% к 2021 году), в Петербурге — 566 тыс. руб./кв. м (+6%).

В настоящее время в Сочи за условный \$1 млн можно приобрести всего 23 кв. м элитного жилья, в Москве — 39 кв. м, а в Петербурге — 100 кв. м. В турецком Бодруме и Дубае (ОАЭ), которые Knight

Frank приводит для сравнения, на \$1 млн можно приобрести 46 и 124 кв. м соответственно.

«Сочи показывает стабильный рост стоимости кв. метра недвижимости за счет следующих факторов: во-первых, из-за дефицита предложения, во-вторых, из-за появления качественных элитных проектов и разнообразия городской среды, которая привлекает самые разные группы людей, от IT-специалистов и людей с гибким графиком работы до семейной аудитории», — отмечает Елена Кабешева.

В первом полугодии 2022 года на первичном рынке элитной недвижимости Сочи было представлено пять элитных проектов со средневзвешенной ценой 1 кв. м 2,45 млн руб.

ОСНОВНАЯ ПРИЧИНА СПРОСА НА ВЫСОКОБЮДЖЕТНУЮ НЕДВИЖИМОСТЬ ЗАКЛЮЧАЕТСЯ В ТОМ, ЧТО ПОКУПАТЕЛИ СТАЛИ ОТДАВАТЬ ПРЕДПОЧТЕНИЕ БЕЗОПАСНОСТИ И КОМФОРТУ

«Активный рост цен на первичном рынке Сочи наблюдался в течение второй половины 2020 — первой половины 2021 годов, многие объекты выросли в цене в два, три раза и даже более. В элитном сегменте ввиду ограниченного предложения средние показатели зависят в том числе от выхода в продажу новых проектов», — заявила региональный директор департамента консалтинга и аналитики Knight Frank Russia Ольга Широкова.

Как рассказала Надежда Барачина, основная причина спроса на высокобюджетную недвижимость заключается в том, что покупатели стали отдавать предпочтение безопасности и комфорту: приватной придомовой территории, собственной развитой инфраструктуре жилого комплекса, удобным планировочным решениям, наличию подземного паркинга и пр. Особой популярностью пользуются лоты с балконами, лоджиями и террасами, откуда открывается прекрасный вид на море и горы, уточняет она. По данным компании «Неометрия», если в 2021 году сделки в категориях эконо- и комфорт-класса в Сочи составляли 87%, а в бизнес- и элитном — 13%, то в этом году доля последних достигла 21%.

НЕДВИЖИМОСТЬ ДОРОЖАЕТ ВСЕГДА

В целом участники рынка смотрят на развитие рынка курортной недвижимости на черноморском побережье позитивно. «У нас всегда дорожает недвижимость, в разных сегментах по-разному. Более того, мы сейчас получили приток покупателей, которые рассматривают недвижимость и с точки зрения инвестиций, и как конечный продукт для проживания. Многие жители России поняли прелесть отдыха у себя на Родине. Я думаю, что потенциал у Сочи с этими темпами развития огромный», — считает Эдуард Филиппов.

«Появление высокотехнологичных ресторанов, марин с яхтами и инфраструктуры горнолыжного курорта, игровой зоны привлекает людей со всей страны. Бизнесмены, IT-специалисты, чиновники высокого ранга, молодые люди, семьи с детьми, топ-менеджеры все больше интересуются курортной недвижимостью. Сейчас 80% наших покупателей — жители других регионов», — добавляет Игорь Бойко.

«Курортная недвижимость в Краснодарском крае уже сейчас востребована из-за сложностей путешествовать во многие другие страны и ограничений на покупку жилья за границей. Также сегодня государство активно стимулирует развитие внутреннего туризма, увеличивая спрос среди населения. В свою очередь, застройщики будут уделять особое внимание не только архитектурным и планировочным решениям, но и комфорту жителей за пределами квартиры. Комплексно подходить к планировке придомовой территории и организации внутренней инфраструктуры, чтобы привлечь больше покупателей», — резюмирует Надежда Барачина. ■