

14 В течение ближайших двух лет объем рынка апарт-отелей Петербурга может достигнуть миллиона квадратных метров

16 Эксплуатация апарт-отелей при внешней их схожести с жильем требует совершенно иного подхода

Цветные тематические страницы №13–16 являются составной частью газеты «Коммерсантъ». Зарегистрировано в Роскомнадзоре ПИ № ФС 77-64424 31 декабря 2015 года. Распространяются только в составе газеты. Подписчики получают цветные тематические страницы: «Дом», «Телеком», «Банк», «Страхование», «Лизинг», «Стиль» и другие.

На рынке недвижимости существуют различные способы для инвестирования — от классических и самых распространенных схем приобретения квартир с целью последующей сдачи в аренду или для перепродажи до всевозможных бартерных схем, различных видов коллективных инвестиций и вложений в апарт-отели. Частные инвестиции на рынке, в отличие от институциональных, довольно сложно измерить, но, по оценкам экспертов, их объем в Петербурге составляет всего около 10%.

Исчезающая классика

— набор инструментов —

Среди всех существующих стратегий лидером на протяжении последних лет являются вложения в строящуюся жилую недвижимость, так как это не требует специальных знаний, а минимальный порог входа в этот сегмент равен стоимости однокомнатной квартиры или студии эконом-класса в 1,5–2 млн рублей. До недавних пор самой привлекательной стратегией инвестирования в жилую недвижимость была покупка квартиры на нулевом цикле с целью последующей перепродажи ее на высокой стадии готовности. «Раньше разница стоимости квартиры от нулевого цикла до сдачи дома доходила до 30%, и инвесторов было достаточно много», — рассказывает Николай Гражданкин, начальник отдела продаж компании «Отделстрой». Но год от года этот показатель падает вслед за законодательными регулированиями рынка долевого строительства.

Другой популярной стратегией долгое время являлась покупка квартир для последующей сдачи в аренду. И сейчас таких инвесторов среди покупателей квартир 10–15%. «В среднем доходность от сдачи в аренду квартир составляет 4–8% в зависимости от ликвидности объекта. Наибольшим спросом у инвесторов пользуются однокомнатные квартиры или квартиры-студии в черте города у станций метро, которые существенно проще сдать в аренду», — рассказал Николай Пашков, генеральный директор Knight Frank St. Petersburg. В самом начале застройки областных территорий за КАД проекты там были очень востребованы частными инвесторами. Но сейчас многие из них не могут реализовать квартиры даже по себестоимости.

В целом данный сегмент частных инвестиций постепенно изживает себя, так как доходность приближается к уровню банковских депозитов. И в последнее время жилье все чаще рассматривается не как инструмент приумножения капитала, а как инструмент его сохранения, так как недвижимость, в отличие от акций и облигаций, не падает в цене.



Эксперты отмечают заметный рост спроса на инвестиции в коммерческую недвижимость

Заметный рост

В связи с этим эксперты отмечают заметный рост спроса на инвестиции в коммерческую недвижимость, особенно в формат стрит-ритейла. В сравнении с инвестициями в жилую недвижимость сегмент коммерческой недвижимости генерирует значительно больший доход. Стратегия сдачи помещений в аренду позволяет окупить инвестиции за 8–10 лет. Аналитики отмечают, что наиболее эффективны инвестиции во встроенные помещения в новых удаленных и активно развивающихся локациях, таких как Каменка, Мурино и Кудрово.

Также частным инвесторам с небольшим капиталом на рынке недвижимости доступны еще инвестиции в офисные блоки. «Но на рынке Петербурга не так много предложений небольших офисных помещений. Как правило, в среднем доходность таких объектов для частных инвесторов лежит в пределах 5–7%», — утверждает Николай Пашков.

Инвестиции в коммерческую недвижимость не могут пока получить такого же

широкого распространения, как в квартиры, из-за более высокого порога входа. «В случае инвестиций в жилую недвижимость инвесторы могут воспользоваться заемными средствами в форме ипотеки — сейчас это позволяет относительно невысокие ставки. А в случае коммерческой недвижимости инвесторы либо вкладывают собственные средства, либо предпочитают различные программы рассрочки. Доля клиентов, использующих ипотечное кредитование, составляет менее 5%», — отмечает Олег Пашин, генеральный директор компании «Петербургская недвижимость». Важно понимать, что инвестор на рынке коммерческой недвижимости должен быть также более подкованным и профессионально подготовленным, так как в этой сфере необходимы более специфические знания для управления недвижимостью — грамотного выбора ликвидного объекта, эксплуатации, документального оформления.

Апартаменты для частного капитала

В течение последнего года наблюдается рост интереса частных инвесторов к еще одному инструменту — апарт-отелям, бла-

годаря тому, что на этот рынок порог входа ниже, чем для офисных помещений и стрит-ритейла. «Количество проданных апартаментов в первой половине 2018 года составило 1855 номеров и в 2,4 раза превысило аналогичный показатель 2017 года», — делится статистикой Константин Сторожев, генеральный директор ООО «Вало Сервис» (управляющая компания апарт-отеля Valo), председатель Экспертного совета по апартаментам РГUD. При этом 67% сделок по апартаментам пришлось на приобретение юнитов в сервисных апарт-отелях с полной гостиничной инфраструктурой.

«Сервисные апартаменты — сравнительно новый, но уже достаточно популярный сегмент для инвестиций в недвижимость. Большинство проектов предлагается к продаже с полной отделкой и мебелировкой, инвестору доступны услуги профессиональной управляющей компании, которая берет на себя заботы по работе с арендаторами. При краткосрочной аренде доходность некоторых объектов может достигать показателя 16%, средние показатели составляют 10–13%», — рассказывает Николай Пашков.

Популярность и высокая доходность этого сегмента обусловлены тем, что рынку нужны настоящие апарт-комплексы — в настоящий момент они решают проблему практического полного отсутствия недорогих и качественных двух- и трехзвездочных отелей. Поэтому хороший апарт-отель, который отличает выгодная с точки зрения инфраструктуры и транспортной доступности локация, гостиничный уровень безопасности и сопутствующие услуги (уборка апартаментов, доставка еды, химчистка), может быть заполнен в течение всего года.

Прогресс на рынке апарт-отелей заметен по набору услуг, предлагаемых девелопером и управляющей компанией. На старте развития рынка апартаментов инвестор просто приобретал юнит для сдачи в аренду в удобном месте у станции метро, где невозможно было построить жилье. Сейчас профессиональные управляющие компании предлагают своим инвесторам не только помещения с сопутствующими услугами, но и возможность выбора определенной

программы доходности в зависимости от целей и задач инвестора. «Наличие четко сформулированных доходных программ лучше всего демонстрирует экономическую состоятельность управляющей компании. Фактически это значит, что УК может спрогнозировать доходность юнита и гарантировать собственнику определенный уровень дохода», — говорит господин Сторожев.

Программы для всех

Для того чтобы быть успешной на рынке, управляющая компания должна предлагать инвестиционные программы разным группам инвесторов. Консервативные инструменты ориентированы на долгосрочную аренду, и процент загрузки отеля в этом случае выше. Издержки оплачивает арендатор, а собственник получает равномерный доход в течение года (от 9% — начиная со второго года после запуска апарт-отеля).

Если инвестор заинтересован в более высоком уровне доходности, то управляющая компания может предложить ему стать участником гостиничного бизнеса. Тогда помещения работают на рынке краткосрочной аренды, поэтому уровень их загрузки неравномерен из-за сезонности. Но в целом обеспечивается доход от 14% со второго года запуска апарт-отеля.

Управляющие компании могут предлагать программы и для самых консервативных инвесторов, которым важна стабильность. По словам Константина Сторожева, «эти программы обеспечивают небольшой, но стабильный ежемесячный доход. При этом управляющая компания готова делиться с собственником доходом, полученным сверх этой суммы (в размере 10%). Эта программа подходит и тем, кто приобретает апартаменты с использованием заемных средств. Безусловно, инвестор делится частью своей прибыли с управляющей компанией, которая получает свою часть дохода от аренды каждого апартаментов. Но для инвестора это скорее плюс, чем минус. Ведь управляющая компания имеет главный — финансовый — стимул обеспечивать загрузку данных апартаментов».

Светлана Попова

Нераскрытый фондовый потенциал

— инструменты коллективного инвестирования —

Коллективные инвестиции в недвижимость — распространенный, понятный и прозрачный инструмент для мелких частных инвесторов на Западе. Эта сфера четко регулируется законодательством и в силу невысокого порога входа, минимальных рисков и стабильной доходности пользуется широким спросом. Но наиболее распространенные в западных странах инструменты — фонды и краудфандинговые платформы — пока не получают широкого распространения в нашей стране.

Фонды недвижимости в западных странах делятся на множество типов: открытые (с возможностью предъявления пая в любой момент) и закрытые (создаются на несколько лет, в это время инвестор не может получить средства). Фонды бывают также с выпуском акций (участвующие в торгах на бирже) и без. Наконец, фонды различаются по специализации. Одни покупают недвижимость, другие — ориентируются на арендный бизнес.

«Что касается российского рынка, то закрытые и открытые паевые фонды сегодня не оценены широкой аудиторией. Хотя порог входа в них невелик и начинается примерно от 300–500 тыс. рублей, пока для граждан это менее понятный инструмент для инвестиций, чем, к примеру, вложения в строящуюся недвижимость», — рассказывает Виталий Коробов, директор по развитию строительно-инвестиционного холдинга «Аквилон Инвест».

Причин слабого распространения ПИФов недвижимости в России эксперты выделяют несколько. Сказывается опыт недобросовестных паевых компаний и общее недоверие

к финансовым организациям и институтам в стране. Главная причина низкой востребованности ПИФов в нашей стране связана с фактическим отсутствием рекламы на рынке.

«С одной стороны, пай можно купить через банк, который, в свою очередь, получает за это определенную комиссию. Однако если инвестор рассчитывает выйти из пая через три-пять лет, то банку куда выгоднее зарабатывать на депозитах. Вероятно, на рынке было бы больше клиентов, которые выбирают ПИФы. Но отсутствие подробной информации по ПИФам и рекламы снижает количество потенциальных инвесторов», — рассуждает Мария Литинецкая, управляющий партнер компании «Метриум», участник партнерской сети CBRE.

Препятствуют развитию коллективных инвестиционных инструментов и психологические факторы. Нужно понимать, что для получения доходности необходимо ориентироваться на долгосрочные инвестиции — от двух до пяти лет. За прошедшую «пятилетку» рубль обесценился относительно доллара более чем в два раза. Поэтому не все потенциальные инвесторы готовы отдавать за управление серьезные суммы без возможности оперативного их изъятия в случае очередного экономического потрясения. Однако это касается преимущественно начинающих инвесторов с небольшими первоначальными суммами. Как показывает практика, инвесторы, которые уже самостоятельно прошли один «цикл» — от покупки до перепродажи недвижимости, в дальнейшем часто приходят к профессиональному управлению.

Мария Литинецкая полагает, что интерес к ПИФам будет с каждым годом увеличиваться как минимум по двум причинам. Во-первых, последние события показали, что

привычные многим банковские депозиты уже не могут обеспечить доходность хотя бы на уровне реальной инфляции. Поэтому многие предпочитают другие инструменты. Во-вторых, сегодня многие инвестируют в недвижимость по причине ожидаемого роста цен в результате перехода к эскроу-счетам и, как следствие, использования кредитных средств для строительства. В таком случае риски ПИФов уменьшаются, что привлекает дополнительное количество инвесторов.

Краудфандинговые платформы ждут

Краудфандинговые платформы отличаются от фондов, как правило, меньшим порогом инвестиций. Кроме того, инвесторы заранее знают проект для инвестиций, тогда как фонды занимаются управлением самостоятельно и дают скорее возможность выбора стратегии, а не конкретного объекта. Доходность зарубежных платформ варьируется в среднем на уровне 2–10%, в зависимости от фонда и его стратегии инвестирования. Краудфандинговые платформы сегодня наращивают объемы куда большими темпами, чем ПИФы. В частности, по данным экспертов, европейские ПИФы в сфере недвижимости нарастили объем активов за пять лет почти на 40%. Краудфандинговые платформы — более чем в 12 раз.

Краудфандинговые платформы имеют хорошие перспективы в России благодаря низкому порогу входа для инвестора и возможности предметного выбора объекта инвестиций. И на рынке коммерческой недвижимости уже есть такие операторы, которые успешно работают в Московском регионе. А вот в сегменте жилой недвижимости подобные инструменты пока не представлены широко.

В России развитию данного инструмента серьезно препятствует несовершенство законодательства. Суть в том, что при коллективной покупке жилье оформляется в собственность как несколько долей. Любой из инвесторов имеет право продать свою долю в совместно купленной квартире, но правом приоритетной покупки обладают другие собственники жилья. Это значит, что, если вкладчики не могут договориться между собой, то получение прибыли может затянуться на неопределенное время.

Кроме того, как и любому другому инструменту коллективных инвестиций, развитию данного сектора в нашей стране мешает малая осведомленность большинства граждан и низкая финансовая грамотность. «Все-таки многие до сих пор живут в своеобразном информационном вакууме — им сложно разобраться в механизмах инвестирования. Поэтому многие предпочитают по старой схеме приобретать квартиру, ждать завершения строительства, заниматься поиском покупателя», — рассказывает госпожа Литинецкая.

Навстречу инвесторам

Еще одним популярным инструментом коллективных мелких инвестиций на Западных рынках недвижимости выступают апарт-отели или кондо-отели. Для мелкого частного инвестора — это гарантированный и удобный доход. Обычно кондо-отели представляют собой качественные проекты с отличным сервисом и управляющей компанией, которая следит за соблюдением всех финансовых и юридических моментов. Также управляющая компания занимается любым взаимодействием с гостями отеля, их привлечением, предоставлением всех необходимых услуг, обеспечением



Развитию коллективных инвестиционных инструментов препятствуют психологические факторы, отсутствие рекламы и подробной информации по ПИФам

безопасности проживания. Инвестор же покрывает издержки на содержание комплекса, получая при этом прибыль.

В России данный рынок имеет огромный потенциал развития и уже завоевывает предпочтения инвесторов в силу снижения доходности классической схемы приобретения квартир с целью сдачи в аренду. Апартаменты могут приносить доход до 8–10% годовых, отмечают эксперты. В настоящее время порог входа для частных инвесторов равен стоимости одного апартаментов. Есть возможность приобретения целого этажа. Но существующие сегодня проекты апарт-отелей, которые распродают по этажам, могут сталкиваться с неоднородностью внутренней среды, которая существенно снижает доходность. «Вдур в хорошей четырехзвездочной гостинице может образоваться какая-то ночлежка. Или делают мини-гостиницу с раздельными собственниками, и ты идешь по облезлым лестницам, а потом раз — и попадаешь во что-то приличное. Потому что один собственник соблюдает все требования

по безопасности, качеству отделки, мебелировке, а второму совершенно все равно», — сетует Константин Сторожев, генеральный директор ООО «Вало Сервис» (управляющая компания апарт-отеля Valo), председатель Экспертного совета по апартаментам РГUD.

Концепция апарт-отеля и профессионализм управляющей компании оказывают решающее влияние на сроки окупаемости инвестиций. В нашей стране еще только формируется пул управляющих компаний, умеющих профессионально работать с множеством собственников по одному объекту и обеспечивать высокий уровень доходности инвесторам. «Это совсем другая специфика, вплоть до того, какие решения можно принимать, кого и куда можно сесть, а кого куда нельзя. Этот рынок только начинает формироваться. Профессиональными объединениями ведется анализ стандартов, существующих на рынке, обсуждается классификация апартаментов», — разъясняет господин Сторожев.

Несмотря на свою молодость, сегмент апарт-отелей наиболее психологически близок и понятен рядовым частным инвесторам, что создает данному рынку прекрасные перспективы в России.

Ольга Семенович

Частные инвестиции в недвижимость

Переключение интереса

Изменения в федеральном законодательстве, касающиеся привлечения средств дольщиков, как отмечают аналитики, уже начали сказываться на рынке жилья. После вступления в силу всех анонсированных поправок зарабатывать на вложениях в жилую недвижимость частному инвестору станет практически невозможно. На этом фоне интерес инвесторов к коммерческой недвижимости будет повышаться.

— законодательство —

Власти по-прежнему демонстрируют решительность в части сохранения изменений в 214-ФЗ и ужесточения контроля за строительным рынком, а строительное сообщество по-прежнему старается эти изменения отсрочить. Девелоперы отмечают, что изменения в механизмах работы приведут к сужению рынка, а стоимость жилья вырастет. В качестве альтернативы инвестициям в жилую недвижимость на этом фоне могут стать вложения в апарт-отели, и строительные компании чувствуют такой тренд, предлагая рынку новые для них форматы доходной недвижимости.

Новое направление

Практически все изменения в законодательстве на протяжении последних лет усложняли деятельность застройщиков, напоминает генеральный директор ООО «Вало Сервис» (управляющая компания апарт-отеля Valo) Константин Сторожев. Например, возросшие обязательства по социальной и транспортной инфраструктуре заставили приостановить какую-то часть проектов, у застройщиков появились земельные участки, которые они не могут превратить в жилую застройку с выполнением всех законодательных требований.

«К чему это привело? Некоторые компании стали называть свои проекты апарт-отелями, которые на деле оказываются псевдожилым — номерами в общежитии без социальной, транспортной и даже коммерческой инфраструктуры. И тем более — без гостиничного обслуживания. Такое строительство оказалось проще и дешевле, поскольку не влечет за собой обременений. На выходе же мы увидели общежития, а не объекты гостиничного бизнеса. По незнанию или из соображений экономии в такие проекты не закладывались никакие гостиничные технологии, позволяющие работать в рамках индустрии гостеприимства», — говорит он.

Господин Сторожев указывает на то, что, ожидая отмены строительства по договорам долевого участия, девелоперские компании постыдились получить как можно больше земельных участков и разрешений на строительство. «Конечно, это трудная адаптация, которая приводит рынок к некоторым проблемам. В первую очередь они связаны с законностью размещения людей в таком объекте. С июля 2019 года сертификация объектов временного размещения станет обязательной, сдача номеров в псевдожилые станет незаконной», — подчеркивает эксперт.

По его словам, согласно букве закона, жить в таких объектах тоже нельзя — это коммерческие помещения, не предназначенные для постоянного проживания. В итоге при самом плохом исходе может сложиться патовая ситуация: приобретенное помещение нельзя будет использовать ни для жизни, ни для получения дохода.

Альтернативный взгляд

По словам Константина Сторожеева, отмена привычной формы привлечения средств дольщиков приводит к желанию застройщиков хоть как-то улучшить экономику своих проектов. Так, некоторые из них начинают делить один жилой комплекс на жилые дома и апарт-отели, хотя реализация проекта апарт-отелей должна отличаться от строительства жилого дома еще на этапе проектирования.

«В проект апарт-комплекса должны закладываться большие технические помещения, зона лобби, здесь должны соблюдаться особые требования к инженерной инфраструктуре и безопасности. А попытки объединить апарт-отели с жилыми домами приводят к неудобству и будущих жильцов, и покупателей номеров в юнитах», — отмечает гендиректор компании «Вало Сервис».

Крупные застройщики Петербурга, улавливая тенденции рынка, в свете законодательных ограничений предлагают нетрадиционные для себя проекты. Так, группа RBI еще летом объявила о планах строительства в Петербурге сети апарт-отелей с полным набором гостиничных сервисов. Первым объектом сети станет апарт-отель на Заозерной улице, в котором инвестор сможет выбрать одну из трех доходных программ в зависимости от своих приоритетов. «Рынок апарт-отелей в последнее время развивается активнее других сегментов рынка: за прошлый год их доля в общем объеме петербургской недвижимости выросла с 4 до 8%. Поэтому логично, что мы решили не только заняться новым для нас форматом недвижимости, но и войти в новый бизнес — создать управляющую компанию», — отмечает Эдуард Тиктинский, президент группы RBI.

О выходе на рынок апарт-отелей заявляет и другой крупный игрок — группа ЛСР. Компания планирует построить комплекс апарт-отелей площадью 24 тыс. кв. м вдоль Пулковского парка рядом с двумя своими ЖК. Впрочем, о программах доходности для потенциальных инвесторах группа пока не объявляла.

По данным исследования Knight Frank St. Petersburg, в течение ближайших двух лет объем рынка апарт-отелей может увеличиться до 940 тыс. кв. м с учетом проектов, на которые получена разрешительная документация, но еще не выведенных в продажу. При этом Минстрой РФ отозвал из Госдумы законопроект о статусе апарт-отелей в связи с отсутствием единой позиции заинтересованных лиц, к обсуждению которого, вероятнее всего, вернется в 2019 году.

Рынок продолжит активно развиваться, считают в консалтинговой компании, однако отсутствие четкой законодательной базы и единых норм тормозит его и усложняет взаимодействие субъектов рынка, в то время как интерес к сегменту апарт-отелей повышается как у девелоперов, так и у покупателей. «Механизмы инвестирования с программами доходности и взаимодействия с управляющими компаниями становятся более понятными для потенциальных инвесторов и девелоперов, а статус сервисных апарт-отелей имеет большую правовую определенность с точки зрения законодательства, в отличие от других форматов», — отмечает руководитель отдела исследований Knight Frank St. Petersburg Светлана Московченко.

Новые жилые проекты в перспективе нескольких лет будут выходить в гораздо меньшем объеме, считает генеральный директор ООО «Мегалит — Охта Групп» Александр Брега. В первую очередь это связано с усложнением системы финансирования строительства и допуска застройщиков на рынок. На первом этапе накопленный запас предложений несколько затормозит рост цен, но по мере его истощения стоимость квадратного метра в зависимости от проекта может подняться на 25–30%, говорит эксперт. Один из главных факторов, оказывающих влияние на цены, — высокая стоимость проектного финансирования, где ставка достигает 11–14% годовых.

Оптимальный срок перехода на новую модель работы — это скорее риторический вопрос, поскольку в ответе на него содержится слишком много неизвестных, отмечает гендиректор компании «Мегалит — Охта Групп». «Для реализации готового жилья по приемлемым для покупателей ценам необходимо прийти к совершенно другой стоимости проектного финансирования и ипотечного кредитования. В случае если рыночными станут ставки в 5–6% годовых, подобная система будет интересна и застройщикам, и покупателям», — считает он.

Перспективы ухода

Те, кто не сможет адаптироваться под новые условия строительства жилья или же не добавит в свои портфели альтернативные интересные покупателям проекты, в перспективе просто покинут рынок. Директор по продажам компании «Девелопер-СПб» Юлия Ружицкая отмечает, что в настоящее время сложно оценить то, как будет развиваться ситуация на рынке в свете изменений. «Девелоперы обладают определенным запасом разрешений на строительство, который позволит в ближайшие несколько лет реализовывать проекты по старым нормам. Этого времени будет достаточно для адаптации к новому формату работы», — говорит она, добавляя, что строительные компании возьмут курс на оптимизацию экономики проектов и сокращение издержек. Приспособиться к новым правилам игры смогут не все девелоперы, полагает эксперт: крупные застройщики продолжат работать в штатном режиме, оптимизируя производственные процессы и контролируя издержки при строительстве, но для небольших и средних компаний наступит тяжелый период, и не исключено, что ряд из них покинут рынок.

Изменения в законодательстве подтолкнули до 30% компаний покинуть строительный рынок, считает Александр Брега. «При

этом выход новых игроков на строительный рынок тоже будет ограничен. В целом сложная для работы строительная отрасль станет еще сложнее, поэтому даже те застройщики, которые продолжают свою деятельность, снизят активность на период адаптации к новым правилам», — говорит он.

«Для многих небольших и средних застройщиков новые правила игры станут непосильными. Можно с уверенностью сказать, что в среднесрочной перспективе строительную отрасль ждет консолидация», — высказывается главный финансовый директор Etalon Group Кирилл Багаченко, отмечая, что группа успешно адаптировалась к изменениям в отраслевом законодательстве, а большая часть новых требований выполнялась компанией задолго до вступления поправок в силу.

Крупным игроком рынка вводимые законодательством изменения под силу, но гораздо тяжелее придется небольшим компаниям, у которых может быть недостаточно ресурсов, чтобы к этим изменениям адаптироваться, согласен с коллегами управляющий директор ПАО «Группа ЛСР» Юрий Ильин. «Конечно же, отрасли будет непросто перестроиться, но изменения ее оздорвят, сделают рынок более цивилизованным», — уверен он.

Девелоперы, которые имеют значительные ресурсы для успешной реализации проектов, собственные стратегии уже скорректировали и вряд ли будут вносить в свои планы какие-то существенные изменения, считает управляющий партнер Glotax Development Дмитрий Коновалов: «Они смогут достаточно быстро перестроиться и эффективно работать по новым правилам, и в дальнейшем именно такие компании будут основными игроками на рынке». Застройщиков же, у которых всего несколько проектов, практически не останется. Сложности возникнут и у недоразвитых компаний, которые в перспективе будут вынуждены покинуть рынок, говорит он.

Изменения в 214-ФЗ исключают возможность привлечения средств граждан через жилищные сертификаты, ограничивают привлечение средств через жилищно-строительные кооперативы, обязывают застройщиков раскрывать информацию о своих владельцах и учредителях и вводят солидарную ответственность бенефициаров застройщиков за причинение дольщикам убытков. С 1 июля 2018 года даже для тех проектов, которые уже находятся в стадии реализации, предлагается ввести банковское сопровождение.

Каждый застройщик должен открыть отдельный банковский счет в полномочном банке и вести все расчеты только с этого счета. При этом банк будет оценивать целевое назначение всех этих платежей. Для тех проектов, которые были начаты с 1 июля, банковское сопровождение также будет включать право банка останавливать проведение расчетов, если возникнет подозрение на нецелевое использование этих средств.

Закон предусматривает и поэтапный переход к новой модели финансирования строительства жилья с использованием эскроу-счетов. С 1 июля 2018 года их использование при привлечении средств дольщиков носит добровольный характер, с 1 июля 2019 года — будет носить обязательный. Также в рамках новых правил застройщикам предоставляется возможность возводить дома по нескольким разрешениям на строительство в рамках одного проекта планировки территории, а также привлекать целевые займы от основного общества с установлением ограничений по их объему (20% от стоимости стройки) и размеру процентной ставки, которая не должна превышать ключевую ставку ЦБ более чем на 2%.

Дмитрий Матвеев



В качестве альтернативы инвестициям в жилую недвижимость могут стать вложения в апарт-отели, и строительные компании чувствуют такой тренд, предлагая рынку новые для них форматы доходной недвижимости



В течение ближайших двух лет объем рынка может увеличиться до 940 тыс. кв. м апарт-отелей с учетом проектов, на которые получена разрешительная документация, но еще не выведенных в продажу

Спрос на сервис

— апарт-отели —

Рынок апарт-отелей становится одним из самых активно развивающихся сегментов городской недвижимости. По итогам третьего квартала 2018 года было продано 1182 апарт-отеля, что на 11% больше результата второго квартала 2018 года. Всего же за три квартала 2018 года было реализовано более 3 тыс. апарт-отелей, таким образом, показатель спроса на 74% превысил значение аналогичного периода 2017 года. Эксперты говорят о том, что сегодня доходность апарт-отелей превышает все другие сегменты жилой и коммерческой недвижимости.

Как сообщает Knight Frank St. Petersburg, по итогам третьего квартала 2018 года продажи велись в 41 комплексе, где свободное предложение составило 5,8 тыс. апарт-отелей, или 271 тыс. кв. м. Количество апарт-отелей увеличилось благодаря стремительному появлению новых объектов в формате сервисных апарт-отелей, когда в период с первого по третий квартал 2018 года в продажу вышло пять новых объектов данного формата. Таким образом, на рынке апарт-отелей наблюдается ситуация постепенного наращивания доли проектов сервисного формата, выступающего в качестве альтернативы гостиничному сегменту недвижимости.

Так, если в третьем квартале 2017 года рынок имел более однородную структуру и доля сервисных объектов, находящихся в продаже, составляла 34% рынка, то в третьем квартале 2018 года данный показатель увеличился до 44%, а доля каждого из остальных форматов снизилась на 3 п. п.

Доля апарт-отелей на рынке постоянно увеличивается, отмечает генеральный директор ООО «Вало Сервис» (управляющая компания апарт-отеля Valo) Константин Сторожев: с 2015 года рынок апарт-отелей вырос почти в три раза. В первом полугодии 2018 года в Петербурге было зафиксировано около 40 проектов строительства апарт-отелей, еще примерно 15 проектов ввели или введут во втором полугодии 2018 года. «Проблема только в том, что около 60% таких проектов не является апарт-отелями в классическом понимании. Это псевдожилые, которое реализуется без использования гостиничных технологий. Значит, будущие жильцы не получат того сервиса и уровня жизни, который должен быть в настоящем апарт-отеле», — уточняет он.

Неопределенность перспектив как фактор

По словам Константина Сторожеева, в первом квартале текущего года в продаже находилось на 16% апарт-отелей больше, чем за первый квартал 2017 года. «Нужно отметить, что апарт-отели все чаще попадают в проекты жилых комплексов. Это связано с желанием застройщиков улучшить экономику собственных проектов. Если в 2017 году таких ЖК было шесть (111,484 тыс. кв. м), то в нынешнем году уже восемь (136,316 тыс. кв. м)», — указывает гендиректор компании «Вало Сервис».

Среди факторов, которые могут способствовать развитию рынка апарт-отелей в Петербурге, он называет недостаток гостиниц в среднем ценовом диапазоне. «Наш город — это полноценный туристический центр, но он перенасыщен предложениями суперэконом-класса и премиум-уровня, а апарт-отели как раз способны решить вопрос мест для проживания в среднем сегменте», — считает господин Сторожев.

Еще один фактор — неопределенность перспектив жилищного строительства. Спрос в настоящее время меньше предложения, поэтому конкуренция среди девелоперов высока. И последние, почувствовав увеличившийся в два раза с 2017 года инвестиционный спрос на апарт-отели, выходят на этот рынок: инвесторы действительно все чаще выбирают для покупки апарт-отели с целью получения высокой доходности и выигрыша за счет капитализации. Так, недавно о своем проекте строительства апарт-отелей, помимо RBI, уже заявила группа ЛСР: компания планирует построить комплекс из трех 12-этажных домов, расположенных вдоль Пулковского парка и рассчитанных на 253 апарт-отеля.

Наконец, третий фактор заключается в формальных градостроительных ограничениях: не все земельные участки подходят под строительство жилой недвижимости, поэтому застройщикам проще реализовывать проекты апарт-комплексов.

Согласно исследованиям PwC, апарт-отели под управлением входят в топ-10 инвестиций в недвижимость в 2018 году, отмечает директор RBI Property Management (входит в группу RBI) Карина Шальнова. Существует прогноз, по которому в Европе количество апарт-отелей под управлением к 2020 году вырастет на 60% по сравнению с 2017 годом, растет этот рынок и в России. «Этому способствует, во-первых, появление нового поколения арендаторов с новым стилем потребления, во-вторых, удобство такого формата для корпоративных клиентов. Крупные компании, которым надо поселить своих сотрудников, выбирают апарт-отели, так как аренда апарт-отеля со всей инфраструктурой и сервисами на 15–30% ниже стоимости гостиничного номера», — говорит она. При этом корпоративные клиенты закрывают сразу несколько сегментов: это и посуточная, и среднесрочная, и долгосрочная аренда.

Более понятные механизмы

«Механизмы инвестирования с программами доходности и взаимодействия с управляющими компаниями становятся более понятными для потенциальных инвесторов и девелоперов, а статус сервисных апарт-отелей имеет большую правовую определенность с точки зрения законодательства, в отличие от других форматов», — отмечает Светлана Московченко, руководитель отдела исследований Knight Frank St. Petersburg.

В течение трех кварталов 2018 года на рынок вышло восемь новых объектов и две дополнительные очереди существующих объектов на 3,9 тыс. кв. м апарт-отелей суммарной площадью около 111 тыс. кв. м. Только за третий квартал 2018 года рынок пополнился шестью новыми объектами и дополнительной очередью номерным фондом около 2,9 тыс. апарт-отелей и общей площадью 80,9 тыс. кв. м.

Госпожа Московченко отмечает, что среди особенностей нового предложения можно выделить появление на рынке нового формата инвест-отелей, предполагающего низкий порог инвестирования (от 300 тыс. рублей, от 3 кв. м), а также расширенный функционал общественных пространств и сервисов. Показатель количества свободного предложения увеличился на 11% по сравнению с результатами второго квартала 2018 года. В основном предложение сосредоточено в формате сервисных апарт-отелей, составляющих 71% рынка.

По данным Knight Frank St. Petersburg, по итогам третьего квартала 2018 года было продано 1182 апарт-отеля, что на 11% больше результата второго квартала. Всего же за три квартала 2018 года было реализовано 3158 апарт-отелей, таким образом, показатель спроса на 74% превысил значение аналогичного периода 2017 года. За девять месяцев 2018 года наибольший рост был отмечен в формате сервисных апарт-отелей, где продажи увеличились в 2,6 раза по сравнению с аналогичным периодом 2017 года. Также положительная динамика наблюдалась в формате рекреационных апарт-отелей, где показатель спроса увеличился на 39%.

В третьем квартале 2018 года в 50% случаев среди прочего предложения покупатели выбрали студии в сервисных проектах. Доля студий в структуре спроса на апарт-отели рекреационного формата составила всего 5%, меньше доли многокомнатных апарт-отелей (от трех спален) на 13 п. п. Показатель средневзвешенной цены сервисных апарт-отелей по итогам третьего квартала 2018 года составил 141 тыс. рублей за квадратный метр, увеличившись с конца 2017 года на 12%, при этом основное повышение цен произошло в первом полугодии 2018 года.

Средневзвешенная цена квадратного метра в рекреационных объектах увеличилась на 3% по сравнению с итогами второго квартала 2018 года. После снижения средневзвешенной цены предложения элитных апарт-отелей на 8%, отмеченного в конце 2017 года, данный показатель в третьем квартале 2018 года показал положительную динамику и увеличился на 2% по сравнению со вторым кварталом 2018 года.

Средневзвешенная стоимость аренды номера-студии в функционирующих апарт-отелях в третьем квартале составила 4,8 тыс. рублей в сутки (за номер средней площадью 27 кв. м при условии краткосрочной аренды до месяца), к концу «высокого сезона» на 41% превысив аналогичный показатель первого квартала 2018 года. Средняя стоимость аренды номера средней площадью 27 кв. м по итогам периода составила 41,8 тыс. рублей в месяц за среднесрочный период проживания (от одного до трех месяцев).

Частные инвестиции в недвижимость

«Мы предлагаем людям вкладываться в гостиничный бизнес»

О разнице между настоящими и лжеапарта-ментами, о том, как зонирование может разрешить конфликты между гостями, о роли апарт-отелей в туристическом бизнесе Петербурга и в личных инвестициях корреспонденту „Ъ“ Владе Гасниковой рассказал **Константин Сторожев**, генеральный директор ООО «Вало Сервис», управляющей компании апарт-комплекса Valo, который строится напротив станции метро «Бухарестская».

— **экспертное мнение** —

— **Почему апарт-отели зародились как явление?**

— Градостроительное планирование предполагает, что где-то должны находиться общественные пространства, поэтому на карте города появляются места, где нельзя строить жилье. Наши девелоперы очень изобретательны, поэтому стали появляться апарт-отели в кавычках: по документам это нежилые помещения, но фактически люди покупают их для жизни. Сначала это произошло в Москве, потом пришло в Петербург. Но в нашем городе это обрело новый смысл. Петербург очень ориентирован на туризм, при этом в городе дефицит недорогих и качественных гостиниц. Есть пирамида потребностей в размещении: дешевых мест всегда нужно больше, чем дорогих; отели высокого уровня всегда сможет позволить себе небольшое количество людей. В советское время в городе нишу недорогого размещения закрывали огромные гостиницы — «Прибалтийская», «Пулковская», «Россия», «Санкт-Петербург», «Москва». Когда началась новая экономика, они получили новых собственников — те вложили деньги в реновацию и, чтобы отбить свои инвестиции, подняли класс. Сейчас у нас в городе четырехзвездочных гостиниц больше, чем трехзвездочных.

— **Пирамида разрушилась?**

— Нет, так не бывает. Она заполнилась мини-отелями, хостелами, арендными квартирами. Часть туристов это устраивает, но массово организованный турпоток не может ориентироваться на такой формат. Этот дефицит и стал поводом строить апарт-отели, такой аналог гостиниц. По сути, мы предлагаем людям вкладываться в гостиничный бизнес, а не в инвестиционные

квартиры, которые больше не работают. Многие вкладывались в квартиры на ранней стадии, а на поздней продавали и, имея свои 30%, были довольны. Но рынок квартир сейчас стагнирует, ликвидность их невелика: если ты хочешь быстро продать, то продашь за цену, по которой покупал жилье. И депозиты в банках стали чисто символическими: их проценты не покрывают инфляцию. Люди ищут, куда вкладывать деньги. И 80% покупателей правильных апарт-отелей — это инвесторы, которых интересует будущий доход.

— **А что такое правильные и неправильные апарт-отели?**

— Настоящий апарт-отель — это гостиница, это продуманная система для приема и размещения больших групп туристов. В апарт-отеле не может быть подвездов. Только лобби, только централизованный вход. В настоящем апарт-отеле должна быть создана гостиничная инфраструктура, чтобы обслуживать номера. Нужны продуманные маршруты персонала, который не должен пересекаться с гостями, нужны места для хранения и транспортировки белья, уборочного инвентаря, выноса мусора. На каждом этаже должна быть комната горничной, помещенные для чистого и грязного белья. Если есть ресторан, требований будет еще больше. Понимаете, это довольно большой мир. В Valo у нас под технологические помещения отведено больше 5 тыс. кв. м — иначе невозможно предоставить сервис. Соответственно, все это нужно закладывать на уровне проекта.

Со следующего июля в силу вступит новый закон о туристической деятельности, по нему нельзя будет размещать гостей в несертифицированных помещениях. Чтобы получить сертификат соответствия заявленному уровню звездности, нужно



Владимир Мельников

приглашать экспертную комиссию, которая будет проверять все: само здание, уровень компетенций управляющей компании и каждый номер. Обеспечивают ли шторы полную темноту, действительно ли мебель из негорючих материалов, какое качество шумоизоляции... Это огромный перечень требований, необходимых для получения статуса гостиницы.

— **То есть неправильные, по вашему выражению, апарт-отели не смогут пройти такую сертификацию? Если это типовые многоэтажки с подземной системой, они же не смогут перестроить здания под требования к гостиницам?**

— Вот именно. Как председатель экспертного совета Российской гильдии управляющих девелоперов по апарт-отелям я стараюсь донести до людей мысль: инвестиции в те самые неправильные апарт-комплексы — это риск. Именно потому, что если они не пройдут классификацию, то они и не смогут получить определенное количество звезд. Соответственно, в них дальше нельзя будет размещать людей, и инвесторы не смогут получать свой доход.

— **А что теперь будет с людьми, которые уже вложились в такие**

проекты? Что будет с самими лжеапарт-отелями?

— Я не готов комментировать, что с ними будет. Действительно, это огромный вал по Москве, просто сумасшедший объем. Вот недавно Минстрой хотел легализовать все апарт-отели, придать им статус жилых помещений. Но просто так признать нежилые помещения жилыми невозможно: они построены по другим нормативам, в этих проектах не заложены объекты социальной инфраструктуры, в них по-другому регламентируются права на землю, на собственность, там просто все другое. Это действительно сложная задача.

— **Но пока государство разберется со всеми лжеапарт-отелями, они ведь продолжают приносить деньги своим инвесторам: люди продолжают снимать жилье в таких зданиях.**

— Это другая часть бизнеса апарт-отелей — не гостиничное размещение, а долгосрочная аренда. Я не говорю, что сдавать помещения в неправильных апарт-отелях станет невозможно в один день. Но это будет незаконная коммерческая деятельность, и рано или поздно государство займется этим вопросом — и неизбежно, как он будет решен. Но инвесторы должны знать

об этой возможной перспективе. А вообще, долгосрочная аренда — это большой и интересный рынок. В развитых странах доля арендного жилья больше, чем доля собственности. У нас посчитать долю аренды очень трудно, просто потому что она вся «серая». Спрос на легальную аренду жилья есть: как минимум в ней заинтересованы компании, которые снимают жилье для своих сотрудников. Налоговые и банки тоже не дремлют, они все бдительнее относятся к регулярным платежам — и будут выявлять нелегально сдаваемое жилье. Все идет к тому, что цивилизованный рынок аренды жилья будет расти.

Кроме того, настоящие апарт-отели строятся с богатой инфраструктурой, которая привлекает людей. Если человек хочет жить с комфортом, он может снять хорошую квартиру в центре города. Но он будет жить в подвезде, за который отвечать не может: течет крыша дома или нет — это вне поля ответственности конкретного хозяина конкретной квартиры. И нет гарантий, что тебе попадутся приятные и корректные соседи. В апарт-отелях ты живешь в однородной среде и получаешь сервис. Хочешь уборку — пожайлуста, у тебя тут же убирают. Хочешь в ресторан — спу-

стился в тапочках вниз и оказался в нем. В бассейн или закрытый спорт-клуб, в коворкинг. Человек просто попадает в среду, в которой ему не нужно думать о быте, в которой он сможет заниматься только тем, чем он хочет. Да, это дороже обычной аренды, но люди готовы платить за свой комфорт.

— **А какой порядок цен на съем жилья в таких апарт-отелях?**

— Сейчас студии стоят около 30 тыс. рублей в месяц. Это чуть дороже, чем аренда однокомнатных квартир, но за сервис надо платить. В эту сумму входит возможность пользоваться всей инфраструктурой, не выходя на улицу. Интернет у нас будет совершенно другого уровня, что, в общем-то, сейчас чрезвычайно важно. Инженерные системы все новые, есть центральное кондиционирование и возможность регулировать микроклимат в своем номере.

— **Какое соотношение долгосрочной и краткосрочной аренды вы планируете соблюдать? Моя коллега постоянно живет в апарт-отеле и жалуется, что ее соседи часто сменяют друг друга, шумят, мусорят и безответственно относятся к общему пространству.**

— Это естественно, ведь туристам и живущим на постоянной основе в одном месте нужно разное. Тем, кто едет в город как на праздник, за впечатлениями и эмоциями, хочется веселиться и шуметь — и корить их за это нельзя. Тем, кто сделал инвестицию в комфортное пространство и хочет жить в удобной локации с хорошим сервисом, такое соседство, конечно, доставляет неудобство. Поэтому мы решили развести эти потоки. Мы первые на рынке, кто ввел в своем апарт-отеле понятие зонирования: в первой очереди у нас будет четыре секции с общим лобби. Две крайние секции по 300–345 номеров ориентированы на долгосрочное проживание, две другие — на краткосрочное.

Мы считаем, что мы в большей степени отель, но совмещать эти два формата для нас выгодно. Классическая гостиница заполняется летом, а в долгосрочном проживании ситуация обратная: именно с сентября по май основная деловая активность — соответственно, в это время снимают жилье студенты и корпоративные клиенты. Замыкая эти два формата, вы имеете возможность получать даже больше эффективности, чем стандартная классическая гостиница.

Встроиться в доходность

— **стрит-ритейл** —

Рынок встроенных помещений остается одним из самых привлекательных сегментов для частного инвестора. Правда, как отмечают эксперты, порог входа для пользования этим инструментом достаточно высок: как правило, он начинается от 10 млн рублей. Зато и доходность здесь привлекательнее, чем во многих других сегментах.

Ежегодно на рынок Петербурга поступает от 200 до 300 тыс. кв. м новых встроенных помещений, а в этом году на рынок может выйти и больший объем — этот сегмент напрямую зависит от количества вводимого нового жилья. На сегодняшний день около 80% новых жилых проектов включает в себя встроенные коммерческие помещения на первых этажах. Площадь встроенных коммерческих помещений в зависимости от объекта составляет 3–10% от общей площади здания. Применительно к элитному жилью доля встроенных помещений за счет общей небольшой площади может достигать 12%.

«Спрос на встроенные помещения в новостройках остается высоким, нам даже пришлось пойти на увеличение коммерческих площадей в проекте рядом с Новоорловским парком. Мы увеличили долю стрит-ритейла до 10% от общей площади проекта. Это больше соответствует нынешним запросам покупателей. Для проектов комплексного освоения в России ритейл является важнейшей частью комфортной жизни», — говорит Роман Мирошников, исполнительный директор СК «Ойкумена».

Дело частного капитала

По подсчетам аналитиков, в среднем на рынке в экспозиции находится от 1,5 до 2 млн кв. м встро-



Доходность вложений в стрит-ритейл составляет 10–15% годовых. В среднем стоимость квадратного метра коммерческого помещения может быть на 30% и даже на 100% выше цены жилья в этом же доме

енных помещений. Большинство застройщиков не хочет заниматься сдачей помещений в аренду, а предпочитает сразу продавать коммерческие помещения. Поэтому для частного инвестора встроенные помещения являются одним из наиболее привлекательных инструментов сохранения и умножения своих сбережений.

Но порог входа на этот рынок выше, чем, допустим, на рынок жилья или апартов. Встроенные помещения на первых этажах жилых зданий, как правило, стоят примерно на 15% дороже, чем жилье. Площадь помещений зависит от целевого назначения, минимальный порог — от 30 кв. м. Наиболее востребованные метражи — 100–200 кв. м. Но, как правило, на рынке продаются большие блоки по несколько сотен квадратных метров.

Согласно запросам, поступавшим в Knight Frank St. Petersburg в течение первой половины 2018 года, большинство арендаторов запрашивало помещения средней площади и прилегающих к ним торговых магистралей города, а также крупные помещения в новых спальных районах, таких как Мурино, Кудрово и Парнас. Запрашиваемые площади варьировались от 40 до 1,35 тыс. кв. м, средний же метраж, рассматриваемый для аренды, составил 150 кв. м.

Агентство A2 Retail фиксирует дефицит качественного предложения. Стоимость небольших объектов в новых спальных районах колеблется от 85 до 180 тыс. рублей за «квадрат», средних — от 170 до 250 тыс. рублей.

«Доходность вложений в стрит-ритейл составляет 10–15% годовых. В среднем стоимость квадратного метра коммерческого помещения может быть на 30% и даже на 100% выше цены жилья в этом же доме. На рынок влияют не только степень развитости инфраструктуры района и дальнейшие перспективы

его развития. Средний бюджет сделки по встроенным помещениям сейчас составляет 14–19 млн рублей», — говорит Алексей Бушуев, директор по продажам Seven Suns Development.

Сегодня доля инвестиционных сделок с объектами коммерческой недвижимости в жилых домах достаточно велика, она составляет около 50%. В основном инвесторы ориентируются на последующую сдачу в аренду. Дальнейшая перепродажа помещений интересуют единичных покупателей. Помимо стандартных инфраструктурных объектов — магазинов, химчистки, салонов красоты, — жители часто организуют здесь офисы.

Согласно данным Estate Market Agency, самые высокие ставки на свободные торговые помещения в январе — сентябре 2018 года фиксировались в Московском, Выборгском и Приморском районах, самые низкие — в Красносельском, Фрунзенском и Невском районах.

В спальных районах активность проявляют аптечные сети, пекарни, предприятия общественного питания, магазины бытовой химии и салоны оптики. Продуктовые сети при этом стали более тщательно просчитывать экономические показатели арендуемых помещений, в результате чего в среднем ставки аренды под размещение продуктовых магазинов снизились за девять месяцев текущего года на несколько процентов.

По данным Knight Frank St. Petersburg, определенным фактором для изменений на рынке встроенных торговых помещений в текущем году стал прошедший чемпионат мира по футболу. Так, открытые станции метро «Беговая» стало драйвером для создания новой торговой зоны и повлияло на увеличение ставок на близлежащих торговых улицах. Самые часто встречающиеся запросы консал-

тинговая компания фиксировала от операторов общественного питания (более 30%), продуктовых магазинов (20%) и аптек (10%). Для ресторанов запрашивались большие по площади помещения, средний метраж которых составляет 250 кв. м: операторам общественного питания интересны торговые коридоры в новых спальных районах или в центральных районах.

Что касается географии вакантных помещений, то на локальных магистралях спальных районов в первой половине года она составила 12,5 против 7,1% на значимых торговых улицах центра Петербурга. При этом основным профилем арендаторов в спальных районах по-прежнему остается торговля продуктами, в то время как в центре помещения занимают в основном кафе и рестораны. Средняя площадь арендуемых помещений составила 110 кв. м в центре против 103 кв. м на окраинах.

Вместе с тем в Knight Frank St. Petersburg отмечают увеличение ставок аренды на локальных торговых улицах спальных районов в среднем на 6%. Основной причиной роста стало развитие инфраструктуры данных районов, что произошло вследствие заселения новых домов. Увеличение ставок на пешеходных улицах города составило в среднем 2%, на главных и значимых магистралях города — на 4 и 7% соответственно, на периферийных магистралях города — в среднем, как и в «спальных», на 6%.

Изменение приоритетов

При этом сегодня в Петербурге начинают активно развиваться новые форматы недвижимости, например апарт-отели. И, как говорят эксперты, для встроенных помещений в таких домах предъявляются иные требования. Директор по маркетингу ООО «ГАИС» (застройщик апарт-отеля Valo) Евгений Тихоненко, говоря о торговых коммер-

ческих помещениях в апарт-комплексах, прежде всего обращает внимание на то, что в настоящее время сформировалось совершенно другое понимание благоустройства, чем, например, пять лет назад. Если раньше было достаточно качественного лифта, холла и парковки, то сейчас покупателей интересует многофункциональность жилого комплекса — и чем больше в нем будет разнообразной инфраструктуры, тем лучше.

«В апарт-комплексах чаще всего можно найти ресторан, кафе, химчистку, офис клининговой службы, фитнес-клуб или даже полноценную спа-зону с бассейном и фитнес-центром, как в нашем проекте Valo. Кроме того, мы запроектировали строительство коворкинга, который предназначен для учебы или работы наших жильцов. Мы задумывали его как креативное пространство в шаговой доступности от «спального места» наших гостей. И сделали мы это не просто так: популярность подсобных мест в Петербурге высока, и на запрос потребителя нужно отвечать», — отмечает он.

По словам господина Тихоненко, на первых этажах апарт-комплексов так же, как в классических жилых новостройках, может быть аптека или продуктовый магазин, а покупатели выбирают апартаменты за возможность иметь все под рукой и главное для них — «мобильность и отсутствие головной боли на тему быта».

«Мы уверены, что недвижимость будет трансформироваться, постепенно превращаясь в многофункциональные комплексы, включающие в себя место для отдыха, рабочее пространство, площадки для развития, общения, в том числе и нетворкинга. Все это становится возможным при реализации проектов апарт-отелей», — считает господин Тихоненко.

Дмитрий Матвеев, Яна Кузьмина

ЧАСТНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ В НЕДВИЖИМОСТЬ

Взять в оборот

— индустрия гостеприимства —

Еще не так давно в Петербурге практически не было отелей под управлением местных компаний. Сейчас этот рынок активно развивается.

По данным Colliers International, номерной фонд качественных гостиниц Санкт-Петербурга на конец первого полугодия 2018 года насчитывает около 22 тыс. номеров. В этом показателе не учтены хостелы, мини-отели и ведомственные гостиницы. По данным аналитиков, 46% общего количества номеров находится под управлением международных операторов. За первые шесть месяцев гостиничный фонд города пополнился семью новыми отелями, в числе которых два отеля международных брендов. Это «Holiday Inn Express — Садовая» под управлением оператора InterContinental Hotels Group и Meininger Hotel Nikolsky от оператора Meininger Hotels. Совокупной номерной фон составляет 402 комнаты. Остальные почти 500 номеров, появившиеся в предложении на рынке по итогам первого полугодия, принадлежат российским игрокам.

Уверенные позиции

Наряду с мировыми гигантами, такими как Radisson, Rockford Orient Express, сейчас на рынке Петербурга успешно работают и независимые российские отельеры, рассказывает генеральный директор УК «Плаза Отели» Екатерина Лисовская. Хотя еще 15–20 лет назад в силу отсутствия опыта и управленцев, обладающих необходимыми компетенциями, в городе работали только зарубежные компании. Сейчас же, по словам директора по развитию Nevsky Hotels Group Дмитрия Барановского, намечается тенденция к коллаборации международных гостиничных операторов и локальных управляющих компаний. Так, Cronwell Management (управляет сетью отелей Cronwell Hotels & Resorts) получила право на управление отелями под брендами международных операторов — IHG и Marriott.

По словам операционного директора управляющей компании «Кравт Инвест» Евгении Мироненко, соперничество с крупнейшими отельными операторами требует особого подхода в работе с кадрами, создания тщательно проработанных мотивационных программ и удовлетворения амбиций специалистов. «В последнее время особенно остро стоит необходимость иметь конкурентное предложение и экспертизу во всех аспектах работы, так как отставание от постоянно меняющегося рынка грозит ухудшением экономических показателей и постепенным забвением», — отмечает она.

Пока, по данным Екатерины Лисовской, в Петербурге нет управляющих компаний, которые работают на федеральном уровне, однако есть ряд игроков, которые были созданы петербуржцами. «Эти УК создавались, в том числе, экспатами, которые изначально работали на позиции general manager и позже ушли из компании в свободное плавание», — говорит госпожа Лисовская. Дмитрий Барановский отмечает, что у компании Nevsky Hotels Group есть выход за пределы Петербурга.

«Российские сети и управляющие компании развивают свои гостиничные бренды, конкурируя с международными компаниями. Естественно, что подавляющее большинство петербургских игроков на данный момент предпочитает сосредоточить свое внимание в родных для себя местах и, пожалуй, за исключением одной-двух довольно известных управляющих компаний, осваивают исключительно петербургский рынок», — рассказывает госпожа Мироненко. По ее словам, «Кравт Инвест» также считает необходимым закрепиться на рынке Петербурга, но при этом рассматривает выход на не самые простые для работы рынки Поволжья, Урала и Центральной России.

Всего, по данным Екатерины Лисовской, на рынке Петербурга сегодня работает пять профессиональных отельных управляющих компаний. «Есть и игроки, которые называют

себя отельными операторами и заходят в какой-либо проект, не имея за плечами соответствующего опыта, знаний и компетенций», — отмечает эксперт. По подсчетам Дмитрия Барановского, в Петербурге представлено около 15 российских операторов. В числе лидеров рынка он называет сеть «Азимут», Cronwell, группу «Невские отели», сеть «Станция».

Вне зависимости от сезона

Эксперты отмечают несколько основных сложностей, с которыми сталкиваются петербургские отельеры. Одна из них — сезонность. Справляются с ней профессионализмом и опытом. Именно эти факторы позволяют заселять отели разных сегментов в любой сезон. Вторая сложность — ценообразование. «Отельер с опытом должен четко его просчитывать и прогнозировать окупаемость объектов для того, чтобы не подвести своих партнеров», — уверяет Екатерина Лисовская.

На развитие рынка управляющих компаний в сегменте классических отелей существенно влияют общие тренды гостиничной отрасли. Одним из них эксперт по классификации гостиниц ГК «Серкон» Евгений Маслюк называет стремление операторов на фоне активного роста туристического сервиса в России создавать все условия для повышения спроса и лояльности целевой аудитории. «Многие управляющие компании внедряют современные электронные системы, которые позволяют постояльцам чувствовать себя максимально комфортно. Большое внимание уделяется и компетенциям персонала: знанию иностранных языков, оперативности, коммуникабельности», — приводит пример господин Маслюк. Кроме того, отмечает эксперт, дополнительным катализатором для разработки и внедрения стандартов работы персонала и регулярного обновления номерного фонда является расширение сегмента хостелов, гестхаусов и сервисов каучсерфинга. Евгений Маслюк также напоминает, что к 2021 году все отели, гостиницы, пан-



В Петербурге представлено около полутора десятков российских операторов

сионаты и другие средства размещения будут в обязательном порядке проходить процедуру соответствия категориям «звездности», что тоже оказывает влияние на работу управляющих. «Все перечисленные тренды ведут к серьезным финансовым и временным затратам, но однозначно положительно влияют на развитие гостиничного сервиса в стране», — убежден эксперт.

Господин Барановский в качестве одного из трендов называет создание отелей в формате mixed use, то есть с размещением по соседству с отелями прочих форм коммерческой недвижимости, и изменение подхода к проектированию отелей и формата обслуживания гостей посредством объединения пространств, например, ресепшен и лобби-бара. Кроме того, номерной фонд, как добавляет эксперт, проектируется с более эффективными планировками и насыщенными современными технологиями.

На стыке

В гостиничной индустрии появляются новые игроки. Речь идет о созданных девелоперами, реализующими

проекты на рынке апарт-отелей, собственных управляющих компаний. «Но они в большей своей массе работают в сегменте средне- и долгосрочного проживания», — отмечает Дмитрий Барановский.

По данным Knight Frank St. Petersburg, на рынке апарт-отелей наблюдается ситуация постепенного наращивания доли проектов сервисного формата, выступающего в качестве альтернативы гостиничному сегменту недвижимости. «Механизмы инвестирования с программами доходности и взаимодействия с управляющими компаниями становятся более понятными для потенциальных инвесторов и девелоперов», — говорит Светлана Московченко, руководитель отдела исследований Knight Frank St. Petersburg.

Управление апарт-отелями имеет ряд специфических особенностей, поэтому привлечение операторов классических гостиниц весьма затруднительно, считают эксперты. «В данном случае приходится работать с номерным фондом, который имеет сразу много собственников, а это требует специальных навыков», — поясняет генеральный директор компании «Вало Сервис» Константин Сторожев.

По словам управляющего партнера Cronwell Hotels & Resorts Алексея Мусакина, у операторов традиционного гостиничного нет соответствующего опыта для управления апарт-отелями. «Управляющие компании на рынке апарт-отелей скорее техническим обслуживанием здания, в то время как деятельность гостиничных операторов сосредоточена на предоставлении сервиса и услуг. Кроме того, в апарт-отелях возникает необходимость сбора арендной и коммунальной платы, что переводит деятельность УК в сферу ЖКХ. Но в перспективе при увеличении доли краткосрочного проживания в апарт-отелях эти рынки могут пересечься», — полагает он.

Рынок управления сервисными апарт-отелями очень молодой, поэтому многие компании берут на вооружение опыт классических гостиниц. «Это особенно актуально, так как в ближайшее время из-за изменений в законодательстве апарт-отелям предстоит практически полностью отвечать стандартам классических гостиниц. В противном случае объекты не смогут получить „звездность“. А это теперь необходимо условие», — указывает господин Сторожев.

Алена Маршак

Управление с плюсом

— эксплуатация недвижимости —

Управляющие компании города примериваются к новому, но перспективному формату — апарт-отелям. Эксплуатация таких зданий при внешней их схожести с жильем требует совершенно иного подхода, говорят эксперты. Ведь управление апарт-отелями, помимо создания комфортных условий для проживания, должно отвечать и задаче повышения доходности объекта.

Если рынок управления классическими жилыми комплексами в Петербурге в Ленинградской области существует достаточно длительное время и условия работы на нем, несмотря на постоянно меняющиеся «правила игры», более или менее понятны, то сфера управления апарт-отелями находится в начальной стадии развития. Подходы в случаях с управлением многоквартирными домами и апарт-отелями различаются и требуют от УК определенных специальных навыков, которые позволят инвесторам получать запланированный доход.

Чистая прибыль

Отличия между управлением классическим жильем и апарт-отелями весьма значительны, так как это совершенно разные процессы, говорит генеральный директор ООО «Вало Сервис» (управляющая компания апарт-отеля Valo) Константин Сторожев. Управляющая компания апарт-комплекса занимается обслуживанием гостиницы с множественной собственностью, и инвестору предоставляется возможность заключения договора с управляющей компанией на управление его номером.

«Все хлопоты по поиску гостя, его заселению, регистрации, оплате коммунальных платежей, снятию показаний приборов учета (счетчики на воду, электричество, отопление), решению спорных ситуаций с гостем в этом случае берет на себя УК, а собственнику перечисляется чистая прибыль», — рассказывает гендиректор УК по особенностям работы.

По его словам, профессиональные гостиничные УК имеют богатый опыт оснащения номеров и при разработке предложения применяют материалы, технику и механизмы с повышенной степенью износостойкости и даже вандалоустойчивости. Кроме того, как оптовые заказчики они могут предложить выгодные цены. «Прибыль УК апарт-комплекса складывается именно из аренды номеров, поэтому высокая заполняемость номеров — главная цель не только инвесторов, но и управляющей компании. Когда это понима-

ние есть, все работает правильно», — указывает господин Сторожев.

Для удовлетворения запросов инвесторов в УК сформировали три вида доходных программ. Первая предполагает долгосрочную аренду и доходность от 9%; апарт-отели сдаются на срок от одного месяца, и компания отчитывается по оплате от арендаторов, которыми могут быть как семья, так и студенты, которых привлекает близкая расположенность апарт-отелей к метро, а также внутренняя и внешняя инфраструктура.

Вторая программа предполагает краткосрочную аренду — посуточно, на срок не больше месяца. В этом случае доход обеспечивают туристы или рабочие в командировках, которые выбирают Valo за счет развитой транспортной инфраструктуры и возможности быстро добраться до центра города. В такой программе доходность будет выше — от 14%, но вместе с тем возрастают и риски, обусловленные, среди прочего, и сезонным фактором. Третий вариант предполагает фиксированную сумму дохода, когда инвестор гарантированно получает деньги, независимо от того, сдаются его апарт-отели или нет.

Функции управляющей компании в апарт-отеле не ограничиваются традиционной эксплуатацией здания, как в жилом доме, говорит директор RBI Property Management (входит в группу RBI) Карина Шальнова. «В любое время суток гости апарт-отеля могут получить услуги, которых в обычном жилом комплексе нет: вызов такси, доставка продуктов, заказ цветов, химчистка. Но главное, что компания, управляющая апарт-отелем, фактически дает собственнику-инвестору возможность получать стабильный доход, не прикладывая для этого лишних усилий», — уточняет она.

Управляющая компания берет на себя поиск арендаторов, общение с агентствами недвижимости, контроль за сохранностью имущества, контроль за своевременной оплатой арендных и коммунальных платежей, а инвестору нужно только выбрать один из нескольких вариантов программ доходности.

Уточнить оборот рынка управления апарт-отелями в Петербурге госпожа Шальнова затрудняется, однако указывает на то, что на нем примерно пять-шесть игроков. «Главное требование — опыт. Если компания создается с нуля, важно, чтобы это делал человек с опытом работы на этом рынке. Вообще, на рынке труда единицы топ-менеджеров, которые знают, как управлять апарт-отелями», — подчеркивает эксперт.

Особенности работы

Особенностью апарт-отелей является то, что они могут работать с разными группами проживающих — в отличие от гостиниц и сдаваемого жилья: организованными туристическими группами, индивидуальными путешественниками, командировочными и корпоративными клиентами.

Что касается нюансов, то к управляющей компании, работающей в сфере гостеприимства, правила сертификации выдвигают целый ряд требований, говорит Константин Сторожев. В первую очередь эти требования касаются квалификации сотрудников: они в обязательном порядке должны владеть иностранными языками, должны уметь грамотно действовать в чрезвычайных ситуациях.

«И, конечно же, у персонала должно быть профильное образование в гостиничной области. Тем управляющим компаниям, у которых уже есть опыт работы в индустрии гостеприимства, все эти правила давно известны, так что дополнительная подготовка им не потребуется», — заключает он.

Еще один аспект, связанный с проектами апарт-отелей, — способ привлечения инвестиций и, как следствие, необходимость навыков управления объектом, у которых множество собственников. Апарт-отели должны создавать такую же гостиничную инфраструктуру, что и классические отели, но способ привлечения инвестиций в апарт-отель и в гостиницу разный. В одном случае инициатор проекта должен привлечь сразу серьезную сумму, в том числе при необходимости и кредитные средства, во втором — привлечь отдельных потенциальных инвесторов, которые вкладываются в строительство объектов и потом передают их в управление. И от управляющей компании, специализирующейся на аппаратах, требуются навыки по сведению разрозненных интересов в единую точку, которая бы вела к повышению доходности объекта.

Узкий рынок

Оптимальным вариантом управления апарт-комплексом является создание управляющей компании, которая входит в структуру девелопера, реализующего проект, считает госпожа Шальнова. «Только собственная управляющая компания может обеспечить эффективную работу этого продукта, чтобы сложившаяся репутация позволяла девелоперу успешно запускать и продавать новые проекты этого формата», — говорит эксперт.

Если же на объект приходит сторонняя, нанятая управляющая компания, у девелопера нет гарантии

эффективного управления, хотя привлечение опытной компании с хорошим именем, наоборот, может улучшить продажи на текущем этапе. По ее словам, в пятилетний перспективе основная доля рынка управления апарт-отелями будет перераспределена между пятью-шестью компаниями, которые смогут брать в управление и сторонние проекты, а также продавать франшизы.

Константин Сторожев считает, что в настоящее время в Петербурге практически полностью отсутствуют компании, которые умеют работать с множественной собственностью в сегменте гостиничного бизнеса. «К сожалению, существующие на рынке недвижимости управляющие компании не обладают необходимыми компетенциями, которые позволили бы обеспечить гостиничный уровень обслуживания. Поэтому при помощи профессиональных зарубежных консультантов мы и создали собственную управляющую компанию „Вало Сервис“ для реализации проекта апарт-комплекса Valo», — заключает гендиректор УК.

Динамика продажи сервисных апарт-отелей, между тем, дает возможность говорить и о перспективном развитии рынка управления такими объектами. По данным Knight Frank St. Petersburg, предложение в этом сегменте в первом полугодии текущего года по отношению к аналогичному периоду прошлого года выросло на 34%, до 3,34 тыс. юнитов, в то время как продажи увеличились в 2,6 раза: с января по июль было продано 1,23 тыс. апарт-отелей.

«Многие раньше сегодня действительно рассматривают апарт-отели как альтернативу покупке квартиры для сдачи в аренду. По сравнению с другими сегментами недвижимости, например, помещениями стрит-ритейла или отдельными офисами, апарт-отели имеют заметно более низкий порог входа, при этом заявленные показатели доходности у существующих проектов выше, чем у жилья», — объясняет динамику руководитель отдела исследований Knight Frank St. Petersburg Светлана Московченко.

Средняя цена сервисных апарт-отелей за год не изменилась и составляет примерно 138 тыс. рублей за квадратный метр. В среднесрочной перспективе рынок апарт-отелей продолжит развиваться в сервисном формате и будет одним из привлекательных сегментов для инвестиций в сфере недвижимости, прогнозируют в консалтинговой компании.

Дмитрий Матвеев

Спрос на сервис

— апарт-отели —

Лучше, чем банк

По словам руководителя Центра обучения инвесторам в недвижимости Дениса Ветреникова, прогнозируемая доходность апарт-отелей на уровне 10–17% достигнута на четвертый или пятый год владения после сдачи комплекса в эксплуатацию и до вычета налогового обложения. «Прибыль 10–17% годовых на четвертый или пятый год в любом случае выше, чем депозиты в банках, и это надежно, так как это недвижимость собственностью», — говорит он.

При этом, по словам эксперта, существует мнение, что для инвестиций нужно изначально иметь существенные средства, но в данном случае приобрести маленький доходный бизнес может каждый, кто имеет хотя бы минимальную сумму: от 30%, или примерно от 1 млн рублей, если речь идет об ипотеке, или от 2 млн рублей, если апарт-отели приобретаются в рассрочку.

Если рассматривать рынок недвижимости в целом, то инвестор может вложить деньги в три типа недвижимости, от которой впоследствии может получить доход: жилая, коммерческая и апарт-отели. При этом вложения в обычные жилые квартиры, сдающиеся затем внаем, не позволяют рассчитывать на доход, превышающий 3–4% годовых: обеспечивать арендной квартире хорошую заполняемость становится все сложнее. Обслуживаемые апарт-отели при этом приносят доход от 8% годовых в зависимости от стадии вхождения в проект и локацию. Коммерческая недвижимость (склады и офисы) приносит сопоставимый доход, но порог входа существенно выше — от 20 млн рублей, в отличие от апарт-отелей. Кроме того, доход от покупки апарт-отеля на стадии строительства может принести выделку 20–25% годовых.

Константин Сторожев считает, что доходность на уровне 10% годовых является вполне объективным показателем в тех проектах, где девелопер построил качественную инфраструктуру и продал юниты инвесторам по корректным ценам. В низкий сезон, подчеркивает он, декларируемая доходность апарт-отелей может быть обеспечена за счет грамотных инфраструктурных решений, формирующих преимущественно перед другими участниками рынка. Также необходима активная работа и с корпоративными клиентами, которые рассматривают апарт-

комлексы не только с точки зрения проживания, но и в качестве конференц-площадок.

Подходящие локации

По словам господина Сторожова, среди перспективных локаций для апарт-комплексов есть три «лидера» — это Московский, Выборгский и Василеостровский районы, в частности, намывные территории последнего. Фрунзенский район, который выбран для строительства одного из самых крупных апарт-комплексов Петербурга — Valo, идет в этом списке следующим.

«Мы уверены, что потенциал Фрунзенского района очень высок и в настоящий момент недооценен. Здесь есть отличная инфраструктура и близость к центру. Остальные апарт-отели раскиданы по всему Петербургу, в основном в близости от станций метрополитена или выездов на КАД и ЗСД», — указывает он.

Господин Сторожев прогнозирует, что до конца 2018 года стоимость квадратного метра апарт-отелей средней ценовой категории может повыситься на 8–10%. «Это связано не только с реформированием рынка апарт-отелей, но и с текущей экономической ситуацией — с инфляцией и увеличением себестоимости, вызванной удорожанием строительства в целом. Мы также ожидаем роста инвестиционного спроса на апарт-отели, связанного со снижением ставок по ипотечному кредитованию», — заключает эксперт.

Как прогнозируют специалисты Knight Frank St. Petersburg, до конца 2018 года возможен выход на рынок семи новых проектов суммарной площадью 116 тыс. кв. м. В течение ближайших двух лет объем рынка может увеличиться до 940 тыс. кв. м апарт-отелей с учетом проектов, на которые получена разрешительная документация, но еще не выведенных в продажу.

Минстрой РФ в связи с отсутствием единой позиции заинтересованных лиц отозвал из Госдумы законопроект о статусе апарт-отелей, к обсуждению которого, вероятно, все же, вернется в 2019 году. Рынок продолжит активно развиваться, однако отсутствие четкой законодательной базы и единых норм тормозит его и усложняет взаимодействие субъектов рынка, в то время как интерес к сегменту апарт-отелей повышается как у девелоперов, так и у покупателей, говорят аналитики.

Дмитрий Матвеев, Кирилл Орлов