АПАРТАМЕНТЫ СНИЖАЮТ СЕРВИСНУЮ ДОЛЮ / 2
ФИНИШНАЯ ОТДЕЛКА СОХРАНЯЕТ ОБЪЕМЫ / 5
ДЕВЕЛОПЕРЫ ПРЕДЛАГАЮТ УЛЕТЕТЬ В ПОДАРОК / 10

Недвижимость

Четверг, 24 ноября 2022
Тематическое приложение
к газете «Коммерсантъ» №11

Коммерсантъ

Guide

СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ПАРТНЕР ВЫПУСКА

becar Asset Management

РЕКЛАМА



ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ,
РЕДАКТОР GUIDE «НЕДВИЖИМОСТЬ»

ПРЕДНОВОГОДНИЕ СТРАШИЛКИ ОТ МИНФИНА И ЦЕНТРОБАНКА

Всю осень Минфин и Центробанк критиковали льготную программу жилищного кредитования и особенно — околонулевые ставки по ипотеке, которые субсидируют девелоперы для стимулирования спроса. По словам руководства Центробанка, при такой ставке стоимость квартиры завышается на 20–30%. Это создает риск пузыря: если окажется, что покупатель не сможет обслуживать кредит, продать квартиру по такой цене уже не получится. В середине ноября глава ЦБ Эльвира Набиуллина сообщила, что Центробанк уже выработал меры по ограничению рисков в этом сегменте, и предполагает, что они вступят в силу в начале следующего года. Правда, она не стала уточнять, о каких именно мерах идет речь. Одновременно замглавы Минфина Алексей Моисеев заявил, что ведомство не видит необходимости в продлении льготной ипотеки под 7% годовых с начала следующего года.

У участников рынка есть серьезные сомнения, что программа льготного кредитования от государства будет свернута. Сейчас очевидно, что только ипотека поддерживает на плаву строительную отрасль, которая во многом вытягивает всю экономику страны. Ведь сегодня доля сделок с привлечением кредитов на рынке строящегося жилья достигла 90%. Скорее, полагают эксперты, речь может идти о желании подобными заявлениями дополнительно подстегнуть спрос на ипотеку до конца года. Отказ от льготной ипотеки станет катастрофой для отрасли. Некоторые сегменты недвижимости уже начали заметно провисать: например, спрос на приобретение загородных участков в Петербурге в этом году упал почти на 30% и практически вернулся к допандемийным показателям. Поставщики строительных материалов говорят, что спрос на их продукцию в коттеджном строительстве сократился на 60–70%, притом, что стоимость материалов по сравнению с прошлым годом заметно снизилась.

На этом фоне другой системообразующий игрок — Сбербанк — начал усиливать объемы кредитования на строящиеся объекты ИЖС. В 2022 году Сбербанк планирует выдать кредитов для ИЖС на сумму не менее 100 млрд рублей, на Петербург из этой суммы приходится около 3,8%.

АПАРТАМЕНТЫ СНИЖАЮТ СЕРВИСНУЮ ДОЛЮ

ЗА ПОСЛЕДНИЙ ГОД, КАК ГОВОРЯТ ЭКСПЕРТЫ, ПРОДАЖИ АПАРТАМЕНТОВ УПАЛИ ПОЧТИ В ДВА РАЗА, ПРИТОМ ЧТО ПРЕДЛОЖЕНИЕ, НАПРОТИВ, ВЫРОСЛО: ПО НЕКОТОРЫМ ОЦЕНКАМ — В ТРИ РАЗА. НА ЭТОМ ФОНЕ, КАК ПРОГНОЗИРУЮТ ЭКСПЕРТЫ, ДОХОДНОСТЬ ДАННОГО СЕГМЕНТА НЕДВИЖИМОСТИ МОЖЕТ УПАСТЬ. ЕЩЕ ОДНА ВАЖНАЯ ТЕНДЕНЦИЯ, КОТОРУЮ ОТМЕЧАЮТ УЧАСТНИКИ РЫНКА,— РОСТ ДОЛИ НЕСЕРВИСНЫХ АПАРТАМЕНТОВ. КОНСТАНТИН ЗАЛИЕВ

По данным Maris, по состоянию на конец сентября 2022 года количество введенных в эксплуатацию комплексов апартаментов в Санкт-Петербурге и Ленинградской области насчитывает 92 проекта на 27 844 юнита. В январе — сентябре 2022 года в эксплуатацию было введено 17 комплексов апартаментов. В общей сложности рынок пополнился 6073 юнитами.

Валовый объем прироста предложения по итогам трех кварталов 2022 уже превысил в 2,6 раза итоговый показатель 2021 года (по числу юнитов). До конца 2022 года в эксплуатацию планируется ввести еще более 4,4 тыс. юнитов в 17 комплексах. При условии соблюдения сроков строительства суммарный объем ввода в 2022 году составит около 10 500 юнитов, или 368 тыс. кв. м. При этом в январе — сентябре 2022 года в Санкт-Петербурге было продано 2318 апартаментов, что на 40,4% меньше по сравнению с аналогичным периодом 2021-го.

В январе — сентябре 2022 года в продажу было выведено 17 апарт-комплексов в общей сложности на 7312 юнитов. Для сравнения, за аналогичный период 2021 года в продажу поступило 2198 юнитов в 12 проектах. На рынке продолжается тенденция наращивания объемов предложения и укрупнения проектов. «Однако насколько данный тренд будет устойчив в среднесрочной перспективе, судить весьма сложно в условиях активно сокращающегося спроса»,— подчеркивает Алена Волобуева, директор департамента исследований рынка компании Maris.

Светлана Московченко, руководитель отдела исследований петербургского офиса NF Group, говорит: «Сервисные апартаменты являются неотъемлемой частью гостиничного предложения Петербурга, где внутренний туризм вышел на новый этап развития. Более 70% номерного фонда работающих апарт-отелей относится к категории „три звезды“, которая имеет наибольшие темпы прироста операционных показателей в 2022 году».

ЦЕНЫ ПРОДОЛЖАЮТ РОСТ По данным Maris, рост средних цен на рынке апартаментов Санкт-Петербурга в третьем квартале 2022 составил +6,3% по отношению ко второму кварталу 2022 года и +20,5% с начала года. «Управляющие компании в последнее время декларируют, что уровень анонсируемой доходности в сегменте сервисных апартаментах совпадает с реальным и находится в диапазоне 4–7% годовых. В текущих условиях на рынке уже никто не осмеливается называть совершенно недостижимые 20% доходности»,— отмечает госпожа Волобуева.

Алина Базаева, старший аналитик департамента исследований Nikoliers, подтверждает слова коллеги: «На данный момент реальная доходность для частного инвестора в функционирующих апарт-отелях составляет 6–7% годовых». Она рассказала, что летом 50–70% номерного фонда апарт-отелей предлагалось посуточно, при этом загрузка в части апарт-отелей летом достигала 85–95%, а стоимость размещения приближалась к стоимости номера в гостинице аналогичной категории и локации. Но на фоне сезонного снижения турпотока апарт-отели поменяют ориентацию как минимум 25% номерного фонда с краткосрочного на долгосрочный формат размещения, прогнозирует эксперт. «Именно эта гибкость позволяет удерживать высокий показатель загрузки апарт-отеля в течении всего года, как следствие — стабильный доход для инвесторов»,— указывает она.

Владимир Чернов, аналитик Freedom Finance Global, считает, что в следующем году доходность может сократиться из-за снижения количества туристов и длительных деловых командировок.

Госпожа Базаева говорит, что в проектах с небольшим номерным фондом, имеющих исключительные локальные и видовые характеристики, доходность будет выше. «Однако нужно понимать, что за счет профессионального управления и котлового метода распределения прибыли даже в проектах, нацеленных на долгосрочное проживание, доходность будет выше, чем в квартирах, расположенных в той же локации. Также сейчас программы гарантированной доходности вернулись в ряд проектов. Срок гарантированного дохода ограничен и обычно приближен к сумме, получаемой инвестором при сдаче апартамента в долгосрочную аренду. Управляющие компании предлагают инвестору пассивный доход без собственного участия, что является очень привлекательным даже в условиях отсутствия внешнего туристического потока: апарт-отели более ориентированы на долгосрочное и среднесрочное размещение соотечественников. Также апарт-отели максимально ориентированы на работу с корпоративным сегментом и групповым туризмом»,— рассуждает госпожа Базаева.

ГАРАНТИЯ НЕ СТАЛА СТИМУЛОМ Павел Евсюков, руководитель департамента развития продукта AAG, при этом отмечает: «Несмотря на введение более привлекательных условий, например, программ гарантированного дохода или субсидированных ипотечных ставок, разработанных девелоперами совместно с банками по аналогии с жилым сегментом, оживление интереса пока неощутимо. В ближайшей перспективе устойчивым спросом будут пользоваться сервисные апарт-отели в центральных районах города, рассчитанные на внутренних туристов. Востребованным остается и направление рекреационных апартаментов в Курортном районе».

К числу тенденций госпожа Базаева относит выход ряда проектов несервисного формата. «Чаще всего они представляют собой проекты реконструкции или проекты класса бизнес и элит в интересных городских локациях или уникальных загородных районах. Особенно данный формат интересен игрокам из Москвы, где он очень развит, или компаниям, чей профиль деятельности связан с капитальным ремонтом или реконструкцией исторических зданий. Так, например, сейчас на рынке реализуются проекты „Берег.Курортный“ — апартаменты рекреационного формата, Cheval Court и „Дом Балле“ — элитные апартаменты, а также новые проекты линейки Zoom от ФСК»,— перечисляет госпожа Базаева.

Сергей Софронов, коммерческий директор ГК «ПСК», также полагает, что ключевое изменение в структуре предложения апартаментов заключается в значительном росте несервисных апартаментов. Причин, по его мнению, несколько. Во-первых, увеличилось предложение московских девелоперов, для которых несервисный формат традиционный, как на рынке столицы. Во-вторых, созданием инвестиционного продукта, которыми являются сервисные апартаменты, сейчас готовы заниматься не все девелоперы. В-третьих, на рынок выводилось предложение рекреационных апартаментов, для которых сервисная составляющая, как правило, не предлагается.

«Основная причина сокращения предложения сервисных апартаментов — снижение их доходности на фоне роста их цены. Это очевидно: сейчас на рынке большой объем предложения, при этом спрос со стороны арендаторов падает из-за геополитических факторов и снижения количества туристов, которые по причине сокращения платежеспособного спроса обращаются к более дешевым опциям для размещения»,— рассуждает Егор Федоров, директор по продажам группы «Аквилон».

ТЯГА К ЗЕЛЕНИ Продолжается рост и рекреационного сегмента. «Сейчас на рынке появился больший интерес к рекреационным проектам. Их доля растет. Мы ориентируемся на покупателей, у которых уже есть квартира в городе и им требуется неподалеку место для отдыха, но с городской инфраструктурой. Этот спрос, который начал формироваться во времена пандемии, сейчас продолжает быть востребован»,— уверен Виталий Коробов, генеральный директор Element Development.

Петр Войчинский, генеральный директор компании «МК-Элит», слова коллеги подтверждает: «Падение, по мнению аналитиков, случилось в массовом сегменте сервисных апартаментов. А спрос на рекреационные апарты, наоборот, вырос.** → 4

КРУПНЫЕ АПАРТ-КОМПЛЕКСЫ, ВВЕДЕННЫЕ В ЭКСПЛУАТАЦИЮ В ЯНВАРЕ — СЕНТЯБРЕ 2022 ГОДА

НАЗВАНИЕ	КОЛИЧЕСТВО ЮНИТОВ
START	3 244
BW ZOOM HOTEL	847
PUTILOV AVENIR	336
AVENUE APART НА МАЛОМ	317
ADAGIO ACCESS	305

ИСТОЧНИК: MARIS

КРУПНЫЕ СТРОЯЩИЕСЯ АПАРТ-КОМПЛЕКСЫ, ВВОД КОТОРЫХ ЗАПЛАНИРОВАН НА IV КВАРТАЛ 2022 ГОДА

НАЗВАНИЕ	КОЛИЧЕСТВО ЮНИТОВ
IN2IT	988
«НАЧАЛО»	846
KIROVSKY AVENIR	473
«AVENUE НА ДЫБЕНКО»	374
MOSKOVSKY AVENIR	318

ИСТОЧНИК: MARIS

СЕВЕРНАЯ КОРОНА

RESIDENCE KARPOVKA, 31



СОВЕРШЕННАЯ НЕПОВТОРИМОСТЬ

КВАРТИРЫ ПРЕМИУМ-КЛАССА

РЕКЛАМА

(812) 640-65-65 | ЗАСТРОЙЩИК ООО «СЗ «КАРПОВКА, 31», САНКТ-ПЕТЕРБУРГ, НАБ. РЕКИ КАРПОВКИ Д.31, ЛИТ. А-Д.39, ЛИТ.Б. ПРОЕКТНАЯ ДЕКЛАРАЦИЯ НА САЙТЕ НАШ.ДОМ.РФ | ПСК



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

ВАЛОВЫЙ ОБЪЕМ ПРИРОСТА ПРЕДЛОЖЕНИЯ В АПАРТ-ОТЕЛЯХ ПО ЧИСЛУ ЮНИТОВ ПО ИТОГАМ ТРЕХ КВАРТАЛОВ 2022 УЖЕ ПРЕВЫСИЛ В 2,6 РАЗА ИТОГОВЫЙ ПОКАЗАТЕЛЬ 2021 ГОДА

2 → Одновременно отметим похожий тренд: спрос на жилье в новостройках сократился (минус 15–20% за год), а вот на малоэтажку увеличился: плюс 6%. Отсюда вывод: реальный спрос формируется сегодня на комфортное жилье в зеленых зонах, с приличной инфраструктурой. По крайней мере, он не снижается. Это необходимо учитывать».

«Сейчас покупают недвижимость не для инвестиций, а для улучшения жилищных условий. Поэтому интерес к апартаментам снижается»,— считает Сергей Терентьев, директор департамента недвижимости группы ЦДС.

При этом господин Софронов признает, что лидерами инвестиционной привлекательности остаются сервисные апартаменты. «Если оценивать в среднем по рынку, то динамика роста цен на них опережает несервисные минимум вдвое. То есть сервисная составляющая является фактором добавленной стоимости — более привлекательного предложения для инвесторов, рассчитывающих на ежемесячный доход. Кроме того, в некоторых апарт-отелях есть предложения гарантированной доходности. Например, мы предлагаем как гарантированную часть, так и сочетание гарантированных выплат с доходом от сдачи в аренду управляющей компанией. Что опять же является для инвесторов лучшим предложением, нежели просто квадратные метры»,— рассказывает он.

Эксперт добавляет, что средний метраж несервисных апартаментов, как правило, выше, чем у сервисных. «Но и в новых проектах апарт-отелей есть юниты до 60 кв. м. Например, в апарт-отеле Ladozhsky Avenir, который мы строим в районе Малой Охты, предлагается довольно много просторных планировок»,— говорит господин Софронов.

По данным NF Group, по результатам первого полугодия 2022 года в структуре предложения апартаментов 88% занимали студии, что на 11% превышает показатель аналогичного периода прошлого года. Средняя площадь проданных апартаментов составила 25,6 кв. м, что на 5 кв. м меньше, чем годом ранее.

ПАДЕНИЕ НА ТРЕТЬ «Объемы нового гостиничного предложения на рынок выходят достаточно большие, с выходом в операционную стадию все большего количества апарт-отелей обостряется конкуренция не только с классическими отелями сравнимых ценовых категорий, но и внутри сегмента. Сейчас рынок функционирующих апарт-отелей входит в ту стадию, которая требует новых решений, продуктов и конкурентных преимуществ, чтобы выиграть гонку за гостя. Успешным может называться проект, который сможет не только предложить инвестору высокий уровень дохода, но и обеспечить высокое качество размещения для конечных пользователей. Это вынуждает девелоперов четче дифференцировать продукт, выделяя и усиливая его конкурентные преимущества. Как следствие, некоторые девелоперы используют комбинацию в рамках одного комплекса нескольких сегментов и форматов проживания или рассматривают возможность привлечения гостиничного оператора с сильным брендом»,— отмечает госпожа Базаева.

Госпожа Волобуева добавляет, что, по предварительным оценкам, прирост предложения в 2023 году составит 7100 юнитов (или 290 тыс. кв. м). По числу юнитов объем ввода в 2023 году снизится на 32%, при условии отсутствия переносов сроков ввода в четвертом квартале 2022 года.

Алексей Лазутин, руководитель отдела инвестиционных продаж и корпоративных услуг IPG.Estate, говорит: «Мы ожидаем ввод заявленных ранее проектов, которые успели выйти на стройплощадку. Причина тому — текущая законодательная неопределенность. Апартаменты частично рассматриваются как жилье, и градостроительная комиссия требует от девелоперов ведения социальных объектов. В дополнение к снижению общего туристического потока и инвестиционного интереса это сказалось на серьезном сокращении объемов нового ввода. В грядущем году рынок, несомненно, ожидает законодательных решений о статусе апартаментов».

Генеральный директор ООО «Вало Сервис» Константин Сторожев считает: «Наиболее перспективные на рынке апартаментов в ближайшее время будут три направления: проекты на заключительном этапе строительства; небольшие проекты, сочетающие жилую и сервисную функции, в историческом центре, а также рекреационные комплексы». По его прогнозам, девелоперы будут занимать предельно «осторожную» позицию по выводу в продажу новых проектов апартаментов — во избежание затоваривания рынка и снижения цен.

«Для стимулирования продаж в сервисных апарт-комплексах будут формироваться новые программы гарантированного дохода, а также применяться акции и скидки для определенных категорий покупателей, на определенные лоты, в определенных временных рамках. В большинстве проектов апарт-комплексов будут действовать субсидированные ставки по ипотечным займам от 0,01% на разных условиях. Клиентам будут предлагаться интересные формы рассрочек: с минимальным первым взносом, длинные рассрочки, беспроцентные рассрочки»,— дает прогнозы эксперт.

Как полагает господин Сторожев, активное развитие внутреннего туризма в РФ, а также внесенные президентом предложения по восстановлению въездного туризма с «дружественными» России странами (увеличение количества авиаперевозок с «дружественными» иностранными государствами, введение безвизового режима для проездок иностранных граждан в РФ с туристическими, деловыми, образовательными целями, для участия в спортивных и культурных мероприятиях). «Возобновление действия единой электронной визы, увеличение срока действия многократной туристической визы, создание круглогодичных морских курортов будут подталкивать сегмент сервисных апартаментов к дальнейшему развитию»,— уверен он.

Александр Кравцов, управляющий директор Fizika Development (девелопер апарт-отеля VIDI), рассуждает: «Несмотря на средний уровень спроса в силу объективных внешних причин и низкого горизонта планирования, апартаменты с гарантированными программами доходности остаются наиболее надежным способом вложения средств, чем другой вид недвижимости. При нынешней внешнеэкономической ситуации, состоянии неопределенности туристического рынка и общем снижении уровня доходов населения собственнику трудно прогнозировать постоянный приток арендаторов, а следовательно, рассчитывать на определенные показатели доходности своей недвижимости без помощи внешних операторов. Он полагает, что рынок инвестиционных отелей продолжит пополняться новыми объектами и в 2023 году, даже несмотря на уход с рынка некоторых крупных гостиничных операторов, таких как Accor. «Площади апартаментов могут уменьшаться, но цены в среднем будут держаться на том же уровне: до конца года рынок вряд ли испытает большие потрясения, чем уже произошедшие»,— заключает эксперт. ■

ФИНИШНАЯ ОТДЕЛКА СОХРАНЯЕТ ОБЪЕМЫ

РЕЗКИЙ РОСТ ЦЕН НА ЖИЛЬЕ, ПРОИЗОШЕДШИЙ В ЭТОМ ГОДУ, ПОКА СУЩЕСТВЕННО НЕ ПОВЛИЯЛ НА ДОЛЮ ЖИЛЬЯ С ОТДЕЛКОЙ, ПРОДАВАЕМОГО В СТРОЯЩИХСЯ ДОМАХ: ОНА, КАК И ПРЕЖДЕ, ОСТАЕТСЯ ВЫШЕ 60%, А У НЕКОТОРЫХ ДЕВЕЛОПЕРОВ ДОСТИГАЕТ И 90%. ОДНАКО ПОЛГОДА ДЛЯ ПОНИМАНИЯ, КАК СЕБЯ ПОВЕДЕТ СПРОС НА ТАКОЕ ЖИЛЬЕ,— СРОК СЛИШКОМ МАЛЕНЬКИЙ, ТАК КАК ПОКА ДОСТРАИВАЮТСЯ ОБЪЕКТЫ, НАЧАТЫЕ ЕЩЕ ДО КРИЗИСА. ВПРОЧЕМ, БОЛЬШИНСТВО ЭКСПЕРТОВ СКЛОННО СЧИТАТЬ, ЧТО СЕРЬЕЗНОГО ПАДЕНИЯ ПРОДАЖ ЖИЛЬЯ «ПОД КЛЮЧ» ОЖИДАТЬ НЕ СТОИТ. ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

По данным группы «Эталон», по итогам девяти месяцев 2022 года в Санкт-Петербурге и ближайших пригородах доля предложения квартир с отделкой оставалась достаточно стабильной — на них приходилось 62–64% от общего объема предложения. В большинстве случаев были представлены квартиры с чистовой отделкой: в январе — сентябре доля такого предложения колебалась в пределах 41–45%. На квартиры с предчистовой отделкой стабильно приходится 17–19% всего объема.

Ленария Хасиятуллина, вице-президент по продажам и маркетингу группы «Эталон», рассказывает: «В проектах „Эталона“ есть квартиры как с чистовой, так и с предчистовой отделкой. Например, в жилом комплексе „Монография“, который строится в Пушкинском районе, квартиры с отделкой можно приобрести по цене от 4,2 млн рублей. Отделка от застройщика — это удобная опция: покупателю квартиры фактически остается только решить вопрос с меблировкой и бытовой техникой — и можно заселяться в новую квартиру, сэкономив при этом достаточно много времени и сил. С учетом того, что отделка от застройщика обходится дешевле самостоятельного ремонта, это еще и экономит денежные средства. Важно также, что обычно готовая отделка включается в общий бюджет покупки квартиры и, соответственно, в сумму ипотечного кредита. Это делает приобретение квартир более доступным для покупателей с различными финансовыми возможностями и жизненными ситуациями».

Но как поведут себя продажи жилья с отделкой в ближайшие годы, пока девелоперы давать прогнозы не решаются, указывая, что строительный цикл слишком длинный и на рынок поступает жилье, спрос на которое был актуален два года назад, в момент начала реализации проекта.

Екатерина Немченко, коммерческий директор холдинга РСТИ, считает, что полгода — небольшой срок, чтобы произошли заметные изменения в структуре предложения жилья с отделкой и без отделки.

Светлана Московченко, руководитель отдела исследований петербургского офиса NF Group, согласна с коллегой: «Строительство жилого комплекса — это всегда долгосрочный проект, который реализуется несколько лет, поэтому серьезных изменений, в том числе и в отделке, за последнее время не наблюдается. Среди застройщиков наиболее популярными вариантами остаются черновая и чистовая отделки. За последние полгода значительно уменьшилась доля квартир с предчистовой отделкой — на 18% относительно аналогичного периода 2021 года. Наиболее популярным типом отделки во всех объектах в продаже в Петербурге является чистовая отделка, ее доля составляет около 40%. Доля объектов с полной отделкой серьезно не изменилась за последние два года».

Игорь Темнышев, региональный директор департамента управления строительными проектами Nikoliers, отмечает, что на фоне роста цен на стройматериалы большинство девелоперов не готово вкладываться в отделку помещений «под ключ», склоняясь к черновому варианту или white box. «При проектировании новых жилых комплексов застройщики уменьшают затратную часть финансовой модели на отделочные материалы либо при помощи удешевления стоимости отделки, либо путем полного отказа от нее в ряде корпусов»,— указывает он. Основной рост стоимости fit-out (отделки и инженерного оснащения) произошел за счет удорожания оборудования механических, электрических и слаботочных систем, а также затрат на общестроительные работы (включая рабочую силу и стройматериалы), которые формируют большую часть бюджета.



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

НАИБОЛЕЕ ПОПУЛЯРНЫМ ТИПОМ ОТДЕЛКИ ВО ВСЕХ ОБЪЕКТАХ В ПРОДАЖЕ В ПЕТЕРБУРГЕ ЯВЛЯЕТСЯ ЧИСТОВАЯ ОТДЕЛКА, ЕЕ ДОЛЯ СОСТАВЛЯЕТ ОКОЛО 40%

Владислав Фадеев, начальник отдела маркетинговых исследований и аналитики компании «Главстрой Санкт-Петербург», говорит, что предложение меняется не очень динамично, поскольку требуется время как на корректировку проектной документации, так и на то, чтобы изменилась структура на рынке в целом. «При этом первичным является изменение спроса на жилье с отделкой. Для клиентов, которые приобретают квартиру, конечно, важна цена, но еще более важным является то, что в квартирах с отделкой можно жить, а квартиры без отделки требуют дополнительных вложений в ремонт. Поэтому приобретение квартир без отделки лишь номинально выгоднее для клиента в сегменте масс-маркета. Конечно, если мы говорим об индивидуальных дизайн-проектах, то в таком случае клиенты покупают жилье без отделки, но это в большей степени характерно для бизнес-класса и выше»,— рассуждает он.

Если в январе в структуре предложения в сегменте масс-маркета, по данным «Главстроя СПб», 55% приходилось на жилье с чистовой отделкой, то в октябре доля готовых к проживанию квартир увеличилась до 60%. При этом в структуре спроса на жилье с чистовой отделкой приходится более 70% сделок. «Эта тенденция будет сохраняться, как и крайне высокая доля сделок в сегменте масс-маркета с использованием ипотечных средств. В настоящий момент более 70% жилья приобретается с помощью ипотеки»,— говорит эксперт.

В ОСНОВНОМ — ЭКОНОМ «У нас доля жилья с отделкой уже достаточно давно составляет 80–90%. Важным условием является возможность индивидуализации отделки — например, изменения цвета стен — при дальнейшем проживании в квартире»,— рассказывает Сергей Терентьев, директор департамента недвижимости группы ЦДС.

При этом Виталий Коробов, генеральный директор Element Development, указывает, что в премиальном сегменте доля квартир с отделкой минимальна. «Покупатель хочет иметь возможность реализовать свою квартиру мечты и предпочитает индивидуальный дизайн»,— объясняет он.

Сергей Степанов, директор по продажам объединения «Строительный трест», указывает, что в сегментах комфорт- и бизнес-класса окончательную отделку заказывает около 5% покупателей: большинство предпочитает самостоятельно заниматься дизайном будущей квартиры. «Поэтому в объединении „Строительный трест“ отделка квартир предусмотрена в качестве дополнительной опции, которая может быть включена в стоимость договора. Цена белой отделки (white box) составляет 10 тыс. рублей за квадратный метр, 29,5 тыс. рублей за метр стоит чистовая отделка в одном из двух вариантов. В чистовую отделку входят обои, натяжные потолки, плитка или ламинат, в зависимости от помещения, установка качественных межкомнатных дверей, сантехники, электрических розеток, выключателей и осветительных приборов, а также теплого пола в ванной комнате».

«В бизнес- и премиум-классе количество заказов с отделкой минимальное, в объектах комфорт-класса количество дозаказов с отделкой, так как мы не сдаем сразу с отделкой, достигает 18–20%. При этом все квартиры сдаются в варианте white box, то есть полностью подготовленными к чистовому ремонту. Выполнены все подготовительные работы, такие как возведение перегородок, стяжка пола, выравнивание стен и потолка, подводка электричества к розеткам»,— поясняет Егор Федоров, директор по продажам группы «Аквилон».

Начальник управления маркетинга и продаж ЗАО «БФА-Девелопмент» Елена Гутман считает, что объемы продаж квартир с ремонтом от застройщика падать не будут: «Количество жилых комплексов не уменьшается, а увеличивается в соответствии с запросами потребителей. Покупателям явно выгоднее приобрести квартиру уже с отделкой, поскольку у застройщиков есть возможности получать отделочные материалы и оборудование по оптовым ценам». Она добавляет, что конкуренция заставляет застройщиков стремиться каждый объект сдавать с более высокими качественными характеристиками. «Покупка квартиры с отделкой избавляет покупателей от необходимости самостоятельно заниматься подбором материалов, поиском рабочих, готовых воплотить замыслы в реальность. Наконец, стоимость отделки включается в общую сумму кредита при оформлении ипотеки, с использованием которой проходит сейчас подавляющее большинство сделок в сегменте масс-маркета»,— подчеркивает эксперт.

МЕБЕЛЬ В ПРИДАЧУ Помимо финишной отделки, некоторые девелоперы предлагают жилье с уже встроенной мебелью. Однако доля таких предложений остается маленькой и серьезного роста не демонстрирует. Как говорит госпожа Хасиятуллина, такое предложение уже достаточно давно присутствует на рынке, но его доля невелика: всего 1–2% в 2022 году.

«Квартиры с отделкой и меблировкой больше распространены в нижних ценовых сегментах и актуальны для покупателей, которые, например, переезжают из других регионов, или планируют сдавать такое жилье в аренду»,— объясняет она.

Господин Фадеев считает, что доля жилья с мебелью все же показывает небольшой рост в общем объеме продаж. «Однако в условиях непредсказуемости работы с поставщиками в долгосрочном периоде эта опция не очень востребована»,— считает он.

Госпожа Гутман также говорит, что застройщики все более активно сотрудничают с производителями мебели, которые заинтересованы в получении дополнительных клиентов и конкурируют между собой. «У нас заключен договор с Первой мебельной фабрикой — известной компанией с большим опытом, имеющей собственные производственные мощности. Совместно со специалистами Первой мебельной фабрики мы разработали пакеты меблировки под каждый тип квартир в строящейся третьей очереди нашего жилого комплекса „Огни залива“. Пакеты максимально полные, они включают не только мебель, но и встроенную бытовую технику, то есть клиент получает квартиру, укомплектованную „под ключ“. Но если покупатель решит, что ему не нужен какой-либо элемент, предусмотренный в пакете, то он может от него отказаться, при этом для покупателя сохранится оптовая цена»,— делится она.

Сергей Софронов, коммерческий директор ГК «ПСК», добавляет: «Предложение квартир с мебелью вернулось на рынок после небольшой паузы на уточнение ситуации с поставками и оборудованием, пересмотром номенклатуры. Его доля невелика, как и полгода назад. В комфорт-классе пересчитать девелоперов, предлагающих квартиры с меблировкой, можно по пальцам одной руки. Востребованы такие предложения прежде всего среди покупателей, живущих в съемном жилье. То есть заинтересованных в максимально коротких сроках переезда». ■

ВЫЙТИ ЗА ПРЕДЕЛЫ ДВОРА

СЕГОДНЯ ПРОЕКТЫ ЗАСТРОЙЩИКОВ КОНКУРИРУЮТ НЕ ТОЛЬКО ЦЕНОЙ И ЛОКАЦИЕЙ. ПОКУПАТЕЛИ ХОТЯТ ПОЛУЧИТЬ КОМПЛЕКСНЫЙ КАЧЕСТВЕННЫЙ ПРОДУКТ, КОМФОРТНУЮ СРЕДУ. А ЭТО НЕ ТОЛЬКО ПЛАНИРОВКА КВАРТИРЫ, ОФОРМЛЕНИЕ ВХОДНОЙ ГРУППЫ, ОГРАНИЧЕННОЕ КОЛИЧЕСТВО КВАРТИР НА ЭТАЖЕ, НО И ТЕРРИТОРИЯ РЯДОМ С ДОМОМ. СЕГОДНЯ ДАЖЕ В ПРОЕКТАХ ЭКОНОМ-КЛАССА ДЕВЕЛОПЕРЫ СТАРАЮТСЯ УДЕЛЯТЬ ВНИМАНИЕ ВОПРОСАМ БЛАГОУСТРОЙСТВА. КОНСТАНТИН ЗАЛИЕВ

Сергей Софронов, коммерческий директор ГК «ПСК», считает, что сегодня понятие придомовой территории вышло за пределы дворов. «В проектах комплексной застройки девелоперы проектируют внутриквартальные территории, как новые общественные пространства. Дворы оставляют за собой функцию детских площадок и зоны озеленения. Социальную функцию расширяет и выполняет уже гораздо большая территория между домами. На ней устраиваются бульвары, променады, при наличии воды — набережные, общеквартальные игровые зоны, обширные зеленые насаждения. Коммерческие помещения в таких проектах ориентируются на внутренний трафик центральных бульваров, тем самым создаются полноценные улицы, причем, пешеходные»,— рассуждает эксперт.

По его мнению, покупатели оценивают эту составляющую проекта в комплексе наряду со всеми остальными. «Конечно, одним только хорошим двором или променадом квартиру не продашь. Но при прочих равных на решение о покупке этот фактор влияет значительно»,— полагает господин Софронов.

«В целом на рынке благоустройству и оригинальному оформлению дворовой территории уделяется все большее внимание в новых ЖК: во дворах и на придомовой территории создаются различные функциональные зоны для отдыха и активностей, применяются современный ландшафтный дизайн и малые архитектурные формы. Девелоперы все чаще привлекают известных дизайнеров и архитекторов для создания комфортной и эргономичной среды внутри двора. Это возможность создать целую историю и философию комплекса, созвучную духу и архитектуре проекта»,— говорит Егор Федоров, директор по продажам группы «Аквилон».

КЛЮЧЕВОЙ ТРЕНД Игорь Кокорев, руководитель отдела стратегического консалтинга петербургского офиса NF Group, также считает, что повышение внимания как девелоперов, так и покупателей жилья к оформлению общественных пространств ЖК — это один из ключевых рыночных трендов последних лет. «Дворы без машин и с хорошим благоустройством, а также выделенные пространства вне закрытых дворов, повышают качество проживания и становятся распространенными составляющими проектов класса комфорт»,— считает он. Однако само по себе благоустройство двора не способно кардинально повысить конкурентоспособность ЖК, темп продаж или цены, а должно работать в комплексе с другими решениями, нацеленными на улучшение качества продукта, куда входят и фасады, и отделка МОП, и планировки, и инженерные решения, полагает господин Кокорев.

Начальник управления маркетинга и продаж ЗАО «БФА-Девелопмент» Елена Гутман при этом считает, что дворовая территория не должна быть просто набором заурядных детских игровых комплексов. «Необходима продуманная философия, некая логика и взаимосвязь между всеми площадками и зонами отдыха, нужна какая-то интересная история. На детских игровых площадках должны присутствовать не только развлекающие, но и обучающие элементы. Учитывая наши климатические особенности, важно, чтобы на площадках имелись закрытые павильоны, защищающие родителей с детьми от дождя и ветра, желательно, чтобы под навесами была размещена и часть тренажеров. Высокие требования предъявляют покупатели к озеленению, хотят видеть разнообразие красок при смене сезонов»,— рассуждает она. Эксперт считает, что разумно выполненный проект благоустройства позволяет эффективно содержать в надлежащем виде территорию с минимальными затратами в будущем. Она добавляет, что очень привлекает покупателей наличие рядом с домом интересной прогулочной зоны — люди не хотят тратить время на поездки и хотят около дома получить возможность заняться спортом и отдохнуть на природе.

Екатерина Немченко, коммерческий директор холдинга РСТИ, также говорит, что детские и спортивные площадки, места отдыха для взрослых и детей, закрытые для проезда транспорта дворы, хорошее освещение, огороженная территория, видеонаблюдение, озеленение получат дополнительную ценность, если будут объединены единой концепцией и будут дополнять друг друга.

ВСЕ ПО-УМНОМУ «Благоустроенный двор в представлении современного покупателя — это безопасное пространство для отдыха. Двор без машин, в котором предусмотрены зоны для комфортного времяпрепровождения разных категорий жителей: детей, родителей, лиц пожилого возраста. Немаловажно создание доступной среды для маломобильных категорий граждан и для родителей с детьми младенческого возраста. Для мегаполиса крайне предпочтителен максимально возможный объем озеленения двора. А также существенное внимание уделяется используемым материалам. Покрытия должны быть практичными и экологичными: камень, террасная доска, резиновые покрытия в детских зонах для безопасности. Трендом в материалах уличной мебели и детских площадок является дерево натуральных оттенков»,— рассказывает Алексей Тюлькин, директор по продажам «Альфа Фаберже».

«Сейчас даже в проектах комфорт-класса появляются многоуровневые пространства, правильно организованное освещение, искусственные водоемы и зеленые зоны с ландшафтным дизайном, променад для жителей, в теплое время года появляются открытые лаунж-лобби. Трендом становится „умное“ зонирование, когда тихие зоны для отдыха разнесены с игровыми площадками»,— рассказывает Сергей Терентьев, директор департамента недвижимости группы ЦДС.

Мария Черная, генеральный директор ООО «Бонава Санкт-Петербург», полагает, что за последние 5–7 лет петербургские застройщики сделали большой шаг в вопросе организации и функционального наполнения внутридоворовых территорий жилых проектов. «Например, в нашем пригородном проекте Grona Lund одним из ключевых элементов внутридворовой инфраструктуры станет Добрососедский центр. Это специальная площадка для отдыха всей семьи, место, где можно с провести время всем жителям независимо от их возраста. Например, в ней есть зона для совместных праздников и пикников. Для этого здесь предусмотрена обеденная зона с небольшим кухонным фронтом, столами и скамьями. Рядом с уличной кухней расположатся грядки для выращивания зелени и пряностей. В другой зоне дети смогут играть в песочнице с навесом или в веревочном парке, оборудованном на безопасной высоте. Также в Добрососедском центре будет устроен уличный кинотеатр. Под навесом поставим проектор и экран, которые жители смогут брать в УК. Эту площадку можно использовать и для встреч по интересам, лекций и живых концертов, рядом появится летний офис — удобные беседки для работы. Что касается стоимости этой инфраструктуры, то доля расходов на Добрососедский центр не превышает 1% от общего объема инвестиций в проект. Положительный эффект от такого решения сложно измерить, но в долгосрочной перспективе вложения многократно окупаются повышением лояльности существующих клиентов и привлечением внимания новых»,— рассказала госпожа Черная.

Вместе с тем, отмечает она, актуален не только вопрос стоимости создания таких проектов, но и качества содержания их в надлежащем состоянии. Ведь после ввода объекта в эксплуатацию содержание имущества ложится на плечи профессиональной УК и осуществляется за счет самих собственников. «Срок жизни таких объектов зависит от бережливого отношения жителей, понимания, что это их собственность. Жилой двор должен десятилетиями служить своим жителям, он требует постоянного внимания, так как подвержен большому износу в силу ежедневного использования и погодного разнообразия»,— заключает эксперт. ■



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

ДЕТСКИЕ И СПОРТИВНЫЕ ПЛОЩАДКИ, МЕСТА ОТДЫХА ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ И ДЕТЕЙ, ЗАКРЫТЫЕ ДЛЯ ПРОЕЗДА ТРАНСПОРТА ДВОРЫ, ХОРОШЕЕ ОСВЕЩЕНИЕ, ОГОРОЖЕННАЯ ТЕРРИТОРИЯ, ВИДЕОНАБЛЮДЕНИЕ, ОЗЕЛЕНЕНИЕ ПОЛУЧАТ ДОПОЛНИТЕЛЬНУЮ ЦЕННОСТЬ, ЕСЛИ БУДУТ ОБЪЕДИНЕНЫ ЕДИНОЙ КОНЦЕПЦИЕЙ И БУДУТ ДОПОЛНЯТЬ ДРУГ ДРУГА

СМ-Клиника

«НОВОГОДНИЕ МЕЧТЫ СБЫВАЮТСЯ»

Александр Давыдов,
руководитель отделения
пластической хирургии
СМ-Клиника



В 2022 году выполнил более 500 пластических операций

smclinic-spb.ru

(812) 210-45-57

КРУГЛОСУТОЧНАЯ ЗАПИСЬ

ИМЕЮТСЯ ПРОТИВОПОКАЗАНИЯ. НЕОБХОДИМО ПРОКОНСУЛЬТИРОВАТЬСЯ СО СПЕЦИАЛИСТОМ

Реклама

СМЕНА НАПРАВЛЕНИЯ

НЫНЕШНИЙ ГОД КОРЕННЫМ ОБРАЗОМ СМЕНИЛ ОРИЕНТИРЫ НА ПОКУПКУ ЗАРУБЕЖНОЙ НЕДВИЖИМОСТИ У РОССИЯН. ЕСЛИ ДО ФЕВРАЛЯ 2022 ГОДА ОСНОВНЫЕ ПРИОБРЕТЕНИЯ ДЕЛАЛИСЬ В ЕВРОПЕ, ТО ТЕПЕРЬ СПРОС СМЕСТИЛСЯ НА АЗИАТСКИЕ СТРАНЫ. КАК СЛЕДСТВИЕ — ЦЕНЫ ТАМ ВЫРОСЛИ НА ДЕСЯТКИ ПРОЦЕНТОВ. АЛЕКСЕЙ ЗАХАРОВ

Генеральный директор компании «МК-Элит» Петр Войчинский отмечает, что в Турции российские покупатели с апреля держат первое место в рейтинге сделок с иностранцами. «В Грузии местные жалуются на рост цен, спровоцированный приезжими. Как, собственно, в Лондоне полтора десятка лет назад жаловались на засилье шейхов, а потом россиян. Никакой надежной статистики по продажам россиянами жилья в ЕС нет — в том числе, потому что с марта в РФ были введены ограничения на такие сделки. Потом их частично сняли, но остались сложности с переводом средств, с возможными вопросами к новым владельцам»,— говорит он.

Инна Грибанова, сооснователь агентства «Точка счастья», считает, что спрос на зарубежную недвижимость со стороны россиян вырос на 30% по сравнению с прошлым годом. «Самые популярные страны для покупки на сегодняшний день — это Турция и Грузия из-за относительно низких цен и упрощенного получения ВНЖ. Далее по популярности следуют ОАЭ — здесь чаще покупают с целью инвестиций. И набирают популярность Бали, Таиланд»,— перечисляет она. Повышение спроса на недвижимость в этих странах вызвало скачок цен. Так, в Турции за текущий год жилье подорожало на 160%, в Грузии на 44%, в Дубае на 65%. «Высокий спрос сказался и на стоимости аренды: рост в 5 и 2 раза соответственно в Турции и Грузии. Дубай в этом плане поднялся всего на 20%. В странах Евросоюза такого ажиотажа не наблюдается. Причиной тому введенные, а потом отмененные санкции против россиян на покупку и продажу недвижимости. Плюс трудности с открытием счетов и переводом на них денежных средств из-за действующих ограничений. Все это подорвало доверие к европейскому рынку»,— рассуждает она.

Марина Шалаева, управляющий партнер компании Parus Real Estate, говорит: «В настоящее время более 70% наших клиентов рассматривают в ОАЭ приобретение двух и более объектов в связи с высоким инвестиционным потенциалом. Самый востребованный бюджет $1–4 млн, более 15% запросов приходится на бюджет от $10 млн. На ряд проектов в Дубае цены выросли от 30 до 50% по окончании строительства. Несмотря на все это цены на недвижимость по-прежнему на 30% ниже пиковых значений 2014 года». По ее словам, помимо инвестиций в Дубай и Абу-Даби, наблюдается интерес к странам Ближнего Востока в целом: Саудовской Аравии, Бахрейну, Катару, Египту.

«Около 30% запросов наших клиентов пришлось на Турцию, а именно на Стамбул и Бодрум. Инвесторы покупают объекты от застройщика в туристических локациях, в том числе в центре Стамбула, студии и апартаменты под управлением отельного оператора, где девелопер предлагает гарантированную доходность 5–7%. Цены на недвижимость в Турции растут уже более двух лет, в прошлом году прирост составил 10–15% в зависимости от района, в 2022 году цены в центральных районах увеличились в два раза»,— говорит госпожа Шалаева.

Согласно данным института статистики Турции (TUIK), продажи жилья иностранцам в этой ближневосточной стране за январь — сентябрь 2022 выросли на 32,5% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года. Это почти 50 тыс. объектов недвижимости: домов, квартир и апартаментов. «Конечно, не все эти сделки были проведены с гражданами России, однако значительная часть от этого объема принадлежит бенефициарам с русскими паспортами. Россияне заняли первую строчку среди иностранных граждан (почти 1200 домовладений). Примечательно, что среди 20 стран-лидеров, на втором месте граждане Ирана (с отрывом в два раза — 600 домовладений), а на третьем — Ирака (430). Немцы заняли четвертую строчку, Казахстан — пятую. Еще один примечательный факт, что покупка недвижимости совершалась в основном за наличный расчет, без привлечения ипотечного кредита»,— рассказывает Екатерина Сивова, руководитель инвестиционных проектов в инвестиционной компании Garnet.

Госпожа Сивова также обращает внимание, что, по тем же данным TUIK за 2022 год, Стамбул с населением 26 млн человек почти сравнялся с Анталией с населением 2 млн человек по количеству сделок с недвижимостью с участием иностранцев.

«Купить квартиру в густонаселенной столице Турции всегда было проще с точки зрения получения дальнейших документов и ВНЖ. Однако Анталья давно признается более привлекательным регионом для жизни и бизнеса, поэтому и стоимость жилья здесь выше, чем в других прибрежных локациях. Работая с недвижимостью на юге Турции, могу сказать, что за эти десять месяцев в Анталье сформировался настоящий русский анклав с некоторыми районами, где русскоязычное население явно превосходит турецкое»,— объясняет она.

НЕДОЛГО ДЛИЛОСЬ РАЗОЧАРОВАНИЕ В Европе в начале СВО наблюдался рост продаж недвижимости со стороны россиян. Но эта тенденция продлилась недолго. Риелтор Виталий Русаков говорит: «Основными движущими факторами, служащими мотивом продать недвижимость в Европе для россиян, как полагают эксперты агентства Savills, являются усложнение логистики, визовые проблемы из-за санкций, а также трудности при оплате коммунальных услуг, налогов через европейские банки. Часто продажа россиянами объектов недвижимости за рубежом, происходит и по причине разочарования политикой недружественных стран».

Впрочем, судя по всему, разочарование продлилось недолго. Так, например, по данным экспертов риелторского агентства в Испании Rental Benidorm и информационного портала Spain-Real.Estate, количество выставленных на продажу россиянами объектов недвижимости в популярных локациях (Аликанте, Торревьехе и Бенидорме) за март — апрель 2022 года выросло на 15%. «Однако потом тенденция продаж пошла на спад, эксперты по итогам года даже ожидают рост спроса на недвижимость в Испании со стороны граждан РФ»,— говорит господин Русаков.

По его словам, в таких странах, как Турция, Черногория, Кипр или Болгария, вообще не наблюдалось никакой паники среди россиян, наоборот, даже росли темпы спроса на объекты как коммерческой, так и жилой недвижимости. Господин Русаков отмечает, что традиционно предпочтения жителей тех или иных регионов РФ в эмиграции, приобретении недвижимости за границей определяются располагаемым бюджетом, географической близостью и визовой свободой.

У КАЖДОГО РЕГИОНА СВОИ ПРЕДПОЧТЕНИЯ «В целом жители Москвы и региона предпочитают такие страны, как Турция, Болгария, Кипр, Грузия, страны Балтии, Черногория. Есть определенный интерес к жарким странам типа Таиланда, Бали или Эмиратов. Петербуржцы отдают в первую очередь предпочтение Финляндии, странам Балтии ввиду не только „домашнего“ климата и близости географической, но и из-за сложившихся связей, контактов с сопредельными территориями за многие годы. Жители Урала и Сибири, крупных промышленных городов в этом году выбирали для выезда страны с бюджетными вариантами проживания, без визовых ограничений — это Казахстан, Киргизия, Узбекистан. Жители Восточной Сибири, особенно в таких республиках, как Бурятия, Тыва, Якутия, предпочли для эмиграции Монголию»,— перечисляет эксперт.

Несколько иную картину дает Татьяна Бурлаковская генеральный директор Golden Brown Group. «На мой взгляд, при выборе страны или города для покупки зарубежной недвижимости, особенно курортной, есть определенная „модная“ составляющая, помимо, разумеется, экономических и политических факторов. Раньше все стремились купить жилье в Форте-деи-Марми, потом на Сардинии. Сейчас запросов на Италию практически нет. Или другой пример: во времена фестиваля „Новая волна“ был очень высокий спрос на Юрмалу. Как только он закончился, упал и спрос. Что касается различий по городам за границей, то, с одной стороны, такая зависимость действительно есть. Так, жители северных регионов чаще всего хотят недвижимость в курортных странах с жарким климатом. А большинство покупателей жилья в Дубае или странах Европы (с поправкой на последние события и ограничения для россиян по покупке) представляют Москву и Санкт-Петербург, просто потому, что в этих городах сосредоточены финансовые и кадровые ресурсы страны. Однако я считаю, что более корректно делить покупателей не по их привязке к городам, а по возрасту. К примеру, молодые люди любят Дубай, поскольку там активная деловая и культурная жизнь, сильная IT- и криптовалютная тусовка плюс комфортное налогообложение. Люди той же возрастной категории, но с детьми, выбирают Абу-Даби, как более спокойное направление с богатой культурной составляющей. Те же покупатели, которые находятся в возрасте старше 45–50 лет, в основном рассматривают Кипр, Турцию (Бодрум), которые лучше подходят для размеренной жизни. При таком делении город, из которого приезжают покупатели зарубежной недвижимости, не важен, тем более сейчас, когда во многих сферах развита удаленная работа»,— резюмирует эксперт. ■

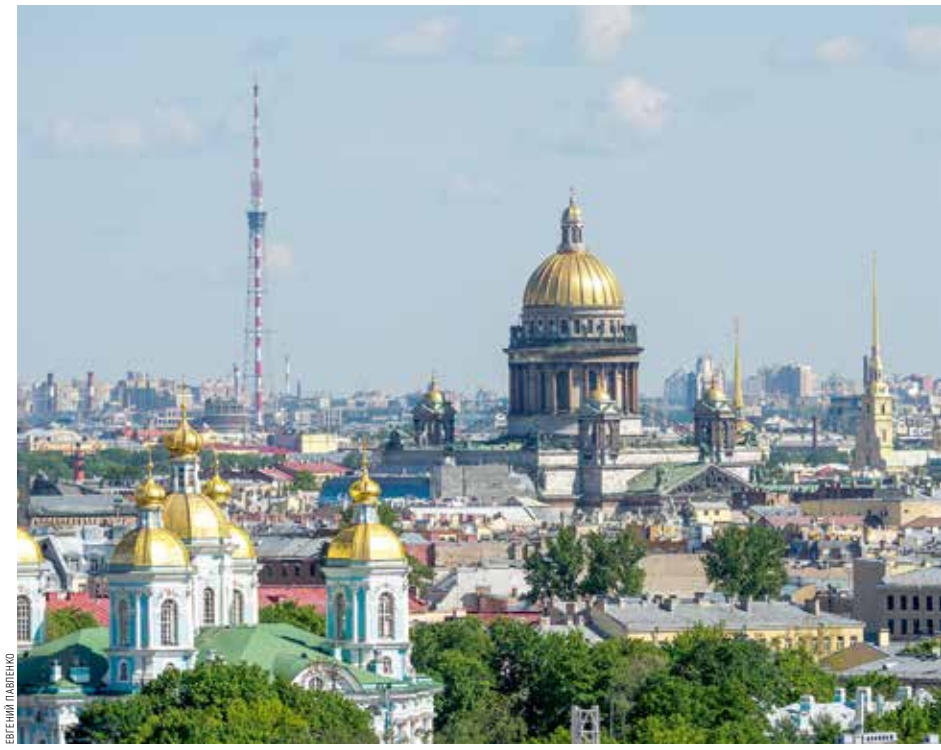


ЕВГЕНИЙ ЛАВРЕНКО

СОГЛАСНО ДАННЫМ ИНСТИТУТА СТАТИСТИКИ ТУРЦИИ, ПРОДАЖИ ЖИЛЬЯ ИНОСТРАНЦАМ В ЭТОЙ БЛИЖНЕВОСТОЧНОЙ СТРАНЕ ЗА ЯНВАРЬ — СЕНТЯБРЬ 2022 ВЫРОСЛИ НА 32,5% ПО СРАВНЕНИЮ С АНАЛОГИЧНЫМ ПЕРИОДОМ ПРОШЛОГО ГОДА

НЕ ПЫТАЙТЕСЬ ПОКИНУТЬ ЦЕНТР

ВОЗМОЖНОСТИ ИСТОРИЧЕСКОГО ЦЕНТРА ДЛЯ НОВОГО СТРОИТЕЛЬСТВА ЭЛИТНОГО ЖИЛЬЯ ИСЧЕРПАНЫ. НА ЭТОМ ФОНЕ ЛОГИЧНО БЫЛО БЫ ПРЕДПОЛОЖИТЬ, ЧТО ДЕВЕЛОПЕРЫ ЗАХОТЯТ НАЧАТЬ ФОРМИРОВАТЬ НОВЫЕ ЛОКАЦИИ, КОТОРЫЕ МОЖНО БЫЛО БЫ ПОЗИЦИОНИРОВАТЬ КАК ПРЕМИАЛЬНЫЕ. ОДНАКО БОЛЬШИНСТВО УЧАСТНИКОВ РЫНКА НАСТАИВАЕТ НА ТОМ, ЧТО В БЛИЖАЙШИЕ ГОДЫ ЭТОГО ОЖИДАТЬ НЕ СТОИТ И ПОИСК НОВЫХ УЧАСТКОВ ПОД ЗАСТРОЙКУ БУДЕТ ПРОХОДИТЬ В РАМКАХ ГРАНИЦ УЖЕ СФОРМИРОВАВШИХСЯ ЭЛИТНЫХ ЗОН. АЛЕКСЕЙ ЗАХАРОВ



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

МАСШТАБНЫХ ПРОЕКТОВ В ЦЕНТРЕ ЭКСПЕРТЫ НЕ ОЖИДАЮТ, НО ТОЧЕЧНАЯ ЗАСТРОЙКА И НОВОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ В ПЕТРОГРАДСКОМ, ВАСИЛЕОСТРОВСКОМ И ЦЕНТРАЛЬНОМ РАЙОНАХ НА ГОРИЗОНТЕ БЛИЖАЙШИХ ДЕСЯТИ ЛЕТ ЕЩЕ СОХРАНЯТСЯ

Екатерина Немченко, коммерческий директор холдинга РСТИ, говорит, что резервов территорий исторического центра Петербурга и Крестовского острова — двух главных сформированных локаций элитной недвижимости — для нового строительства практически не осталось. Основное текущее предложение (более 80% от общего предложения дорогой недвижимости Петербурга) сосредоточено в Петроградском районе, при этом самая высокая конкуренция между проектами наблюдается на Петровском острове. «В будущем, в связи с отсутствием свободных участков, отвечающих требованиям к премиальной недвижимости, точечное появление новых дорогих проектов в центральных районах будет связано с реконструкцией и редевелопментом»,— прогнозирует госпожа Немченко.

Светлана Московченко, руководитель отдела исследований петербургского офиса NF Group, уверена, что сейчас предпосылок к появлению новых элитных районов в Петербурге нет. «Застройщики, нацеленные на возведение объектов элитного класса или реконструкцию исторических зданий, регулярно находят подходящие участки. В качестве примера можно привести некоторые сделки за последние четыре месяца: покупка дельфинария на Крестовском острове, покупка участка рядом с комплексом „Императорский яхт-клубъ“ и покупка здания на Петровском острове. Во всех вышеуказанных локациях возможно реализовать проекты бизнес- или элит-класса. Безусловно, количество свободных участков с каждым годом сокращается, как следствие, мы наблюдаем повышение интереса девелоперов к реконструкции зданий»,— говорит эксперт.

Сергей Софронов, коммерческий директор ГК «ПСК», с коллегами согласен: «Концептуально можно предположить: раз строить негде, а новые локации с советующим статусом не появились, то нужно начинать перестраивать старые. Сделать это будет очень непросто. Бизнес-класс уже давно, премиальная недвижимость не так давно, но все же получили развитие в рамках редевелопмента. Элитный же сегмент ранее таким путем почти не развивался, да и в перспективе это направление очень ограниченно требованиями к локации. Пока рынок элитной недвижимости — это вторичный рынок. А также загородный. Скорее всего, таким положение дел в ближайшее время и останется».

ЗАПАС ПРОЧНОСТИ Впрочем, исчерпание ресурсов под застройку элитным жильем, как считают некоторые участники рынка, вопрос несколько преувеличенный.

Павел Евсюков, руководитель департамента развития продукта AAG, считает, что Петроградская сторона по-прежнему обладает большим потенциалом. «По нашим прогнозам за ближайшие несколько лет здесь может быть выведено в продажу до 250 тыс. кв. м жилья бизнес- и премиум-классов»,— подсчитал он. Эксперт полагает, что и Обводный канал — перспективная локация. «Основные зоны роста бизнес-сегмента — окружение станции метро „Балтийская“ и территории вблизи Александро-Невской лавры. Масштабный редевелопмент ожидает Матисов остров, где вероятно появление жилья различных сегментов в рамках одного проекта. Их статус будет напрямую зависеть от видовых характеристик и концептуального наполнения. Влиять на классификацию будут, как видовые характеристики объектов, так и их концептуальное наполнение»,— перечисляет господин Евсюков.

«Места есть, проблема в том, что это сложные проекты, которые требуют достаточно больших вложений и компетенций. Сейчас многое зависит от того, насколько быстро будет принят новый вариант Генплана Петербурга. Несомненно, центр Петербурга требует особого внимания, и его надо развивать, как бы сложно это ни было. Девелоперские проекты, аккуратно реализуемые в историческом окружении, несмотря на всю критику, улучшаю городскую среду, делают ее более комфортной для горожан»,— уверен Виталий Коробов, генеральный директор Element Development.

Александр Моторин, коммерческий директор компании «Сателлит Девелопмент», солидарен с коллегой: «Даже при дефиците свободных площадок под элитную застройку в историческом центре Петербурга при наличии спроса девелоперы будут создавать элитные ЖК. Во-первых, возможна реконструкция исторических зданий в сложившихся элитных локациях (в первую очередь в Центральном районе и на Петроградской стороне) под клубные жилые комплексы. Во-вторых, создание элитных проектов возможно при редевелопменте промышленных площадок: в Адмиралтейском, Центральном, Петроградском и Василеостровском районах. Активно развивающийся Васильевский остров в ближайшие пять лет может составить серьезную конкуренцию Петроградской стороне».

Елизавета Конвей, директор департамента жилой недвижимости и девелопмента земли Nikoliers, также уверена, что самые перспективные локации расположены в околоцентральных районах, на островах (Матисов, Гутуевский) и в локациях с близостью воды (Гавань В.О., набережные Песочная, реки Карповки, Синопская). «Премиальные проекты также могли бы быть актуальны на Ново-Адмиралтейском острове (в случае принятия городом политического решения о перебазировании Адмиралтейских верфей). Локации отличают хорошие видовые характеристики, пешая доступность метро, близость исторического центра»,— подчеркивает она.

ОТВЕТСТВЕННЫЙ ПОДХОД «В Петербурге очень разношерстный земельный рынок. Это, например, предприятия, которые находятся в историческом центре и понимают, что им тяжело здесь находиться с учетом логистики, но испытывают сложности с переездом из-за особенностей производственного цикла. Есть, как ни прискорбно, активы, которые находятся в обветшалом состоянии. Здания на первой линии, затянутые сеткой, которые разрушаются с каждым годом. Есть и сравнительно новые объекты — например, торговые центры — которые не пользуются спросом и нуждаются в реконструкции»,— перечисляет резервы территорий под новое строительство Виталий Бахарев, генеральный директор «Альфа Фаберже».

«Пока удачных примеров формирования новых премиальных локаций не было. Поэтому необходимо использовать существующие возможности в историческом центре. Но это высокая ответственность для девелоперов; тема, всегда привлекающая много внимания, и неизбежный шаг. Земельных участков в границах города все меньше, а количество проектов, предполагающих реконструкцию ветшающих зданий, представляющих историческую или культурную ценность, растет»,— уверен Егор Федоров, директор по продажам группы «Аквилон».

«И новое строительство, и тем более реконструкция исторических объектов в центре — это деятельность, которая требует особых компетенций. В первую очередь из-за жестких ограничений и градостроительных норм, а также из-за сложных технических условий, в которых приходится вести работы. Это тесная существующая застройка, необходимость учитывать состояние соседних исторических зданий. Не у всех такие компетенции есть»,— считает Сергей Терентьев, директор департамента недвижимости группы ЦДС.

Впрочем, господин Моторин, в отличие от коллег, менее категоричен насчет новых локаций под элитное жилье. «Если проект ЖК соответствует по техническим характеристикам (архитектуре, инженерии) элитной недвижимости, то он будет востребован и в развитых спальных районах со сложившейся инфраструктурой. Одно из таких перспективных направлений — территории, прилегающие к „Лахта-центру“. Сейчас идет дифференциация проектов в первую очередь по их техническим и эксплуатационным характеристикам. Покупатель элитной квартиры гораздо внимательнее оценивает все параметры будущего жилья и не всегда „центральная“ локация ЖК является преимуществом»,— рассуждает господин Моторин.

Петр Войчинский, генеральный директор компании «МК-Элит», также считает, что благоустроенная территория и собственная инфраструктура могут быть достаточными для позиционирования проекта в высоком классе. «Нет смысла ориентироваться на ближайшее окружение. Ведь вокруг „Русского дом“ на улице Короленко достаточно аварийных или почти аварийных зданий. С учетом сказанного выше новые дорогие районы постепенно могут сложиться вблизи Сестрорецка (в формате апарт-отелей), вокруг Стрельны (жилье)»,— указывает он.

Анзор Берсиров, заместитель генерального директора по развитию объединения «Строительный трест», также отчасти соглашается с тем, что элитную локацию можно сформировать и в новом месте: «Элитное жилье в большей степени зависит от эксплуатационных характеристик самого дома. Построить элитный проект, если его технические и эксплуатационные характеристики будут соответствовать элитному дому, можно практически в любой локации, в том числе и той, которая сейчас подвержена редевелопменту. У нас в городе есть примеры, где в спальных районах строят и продают элитные дома».

Елена Петропавловская, руководитель аналитического центра RBI, резюмирует: «Локации в центральной зоне еще не исчерпаны — масштабных проектов, действительно, не ожидается, но точечная застройка и новое предложение в Петроградском, Василеостровском и Центральном районах на горизонте ближайших десяти лет еще будут. Думаю, что продолжат развиваться зоны вдоль набережных и с видами на залив. Особенно интересно будет наблюдать за локацией около „Лахта-центра“, когда он полноценно начнет функционировать. Также перспективными могут быть локации Адмиралтейского района за Измайловским проспектом, включая Красноармейские улицы, а также район Рижского проспекта, Курляндской улицы, так как это по-прежнему центр города, и уже сегодня в этом районе начинают появляться новые проекты высокого уровня». ■

ДЕВЕЛОПЕРЫ ПРЕДЛАГАЮТ УЛЕТЕТЬ В ПОДАРОК

ОСЛОЖНЕНИЕ СИТУАЦИИ С ПРОДАЖАМИ НА РЫНКЕ СТРОЯЩЕГОСЯ ЖИЛЬЯ ПОБУЖДАЕТ ДЕВЕЛОПЕРОВ РАСШИРЯТЬ СПЕКТР ПРОМОАКЦИЙ, УВЕЛИЧИВАТЬ СКИДКИ И СТОИМОСТЬ ПОДАРКОВ. БОЛЬШИНСТВО ЗАСТРОЙЩИКОВ, ЖЕЛАЯ СТИМУЛИРОВАТЬ ПРОДАЖИ, ЗАПУСТИЛИ АКЦИИ ЕЩЕ С СЕНТЯБРЯ, К НОВОМУ ГОДУ, ВЕРОЯТНО, ПОЯВЯТСЯ И НОВЫЕ АКЦИИ. У НЕКОТОРЫХ ДЕВЕЛОПЕРОВ СКИДКИ ДОХОДЯТ УЖЕ ДО 20%, А НЕКОТОРЫЕ ПРЕДЛАГАЮТ МИЛИ «АЭРОФЛОТА» В ПОДАРОК. НАТАЛЬЯ ЛОШАКОВСКАЯ



ЕВГЕНИЙ ЛАВЛЕНКО

ПЕРЕД НОВОГОДНИМИ ПРАЗДНИКАМИ КОЛИЧЕСТВО АКЦИЙ И ПРЕДЛОЖЕНИЙ УВЕЛИЧИВАЕТСЯ, ПОСКОЛЬКУ ДЕВЕЛОПЕРАМ ВАЖНО ЗАВЕРШИТЬ ГОД В ПЛАНОВЫХ ПОКАЗАТЕЛЯХ ПО ПРОДАЖАМ

2022 год стал для застройщиков крайне неоднозначным. Резкий скачок продаж после 24 февраля стимулировал рост цен на 5–7% в течение месяца. Ажиотаж апреля сменили майский дефицит спроса и снижение цен в борьбе за клиентов. Летом вернулась положительная динамика: рынок адаптировался к новым реалиям, и цены снова пошли вверх. «Резкие колебания спроса на фоне начала СВО и частичной мобилизации привели к новой волне стимулирующих программ от девелоперов»,— рассказал Игорь Бадиков, руководитель центра продаж инвестиционно-строительного холдинга AAG. По его словам, у большинства застройщиков привлекательные условия, которые характерны для декабря и появляются ближе к новому году, уже действуют.

ДЕСЯТЬ БИЛЕТОВ НА САМОЛЕТ Виталий Русаков, риелтор и эксперт по недвижимости, считает, что в этом году в акциях застройщиков есть отличия от прошлого. В частности, это увеличение спектра скидок, их разнообразия. «В 2021 году застройщики не были столь щедры на скидки, аргументируя свою скромность на подарки тем, что ставки по ипотекам и так ниже возможного плюс множество субсидируемых и льготных ипотечных программ от федеральных и региональных властей. Основные направления предоставления скидок и программ стимулирования предновогодних продаж недвижимости в России в 2022 году: беспроцентные льготные ссуды или периоды дисконты по первичным взносам прямые дисконты по ценам льготы по ставкам кредита бонусы в виде дополнительной или льготной площади подарки в виде путевок, бесплатных парковочных мест и даже бонусные мили на международные авиаперелеты»,— рассказал риелтор. Так, например, при покупке квартиры в одном московском жилом комплексе до 31 декабря есть возможность получения бонуса в виде миль «Аэрофлота». «Покупатели квартиры получают в качестве бонуса милю за каждые 100 рублей стоимости при покупке жилья. Например, при оплате однокомнатной квартиры в этом ЖК полученных бонусных миль хватит на десять билетов (перелетов) бизнес-класса по маршруту Москва — Дубай — Москва»,— говорит господин Русаков.

«Среди методов, используемых девелоперами при праздничных распродажах жилых объектов, используются два основных типа стимулирования: дисконты по ценам на жилье и процентам кредита, беспроцентная рассрочка, минимальный первоначальный взнос и даже прямые денежные выплаты в виде бонусов. В качестве косвенных мер стимулирования продаж девелоперы и их агентские офисы используют такие варианты привлечения покупателей, как раздача подарков — от туристических путевок до кухонной мебели, льготные условия пользования инфраструктурой ЖК (парковки, фитнес залы, льгота по аренде помещений). Используются также и методики сетевого маркетинга (правда, уже не столь часто) — значительные скидки, если покупатель приведет в офис застройщика своих друзей, родственников, желающих тоже купить квартиру»,— рассказывает господин Русаков.

НАЧАЛОСЬ С СЕНТЯБРЯ Денис Леушин, генеральный директор компании Pleada, говорит, что в этом году волна скидок и акций началась еще в сентябре. «Самые яркие: 1 рубль — ежемесячный платеж до конца строительства, ипотека без первоначального взноса, первоначальный взнос плюс ежемесячный платеж 3000 рублей до июля 2024-го, скидки до 20%, готовый ремонт в подарок, скидки от 15 тыс. рублей за квадратный метр, паркинг в подарок. Сейчас настало время покупателей, так как спрос снизился и застройщики всеми возможностями стараются его стимулировать подобными выгодными предложениями»,— делится он.

Предоставление специальных условий приобретения жилья и скидок зависит от политики ценообразования конкретного застройщика. Но перед новогодними праздниками количество акций и предложений увеличивается, поскольку девелоперам важно завершить год в плановых показателях по продажам. Скидки могут быть разные: обычная прямая скидка; субсидированная ипотека; бесплатная рассрочка от застройщика; метры, мебель, кухня, кладовая или машино-место в подарок.

«Наша компания каждый год проводит новогоднюю акцию и дополнительно выводит на рынок новый пул квартир. Это позволяет приобрести жилье по более выгодной стоимости на старте продаж. В рамках акции „Повезет под Новый год“ при покупке или бронировании квартиры клиент получает запечатанный купон, внутри которого указан размер скидки. Она может составлять от 1 до7% от итоговой стоимости жилья в четырех проектах компании. Также при покупке трехкомнатной квартиры в квартале „Окла“ клиент может выбрать отделку в подарок. Среди интересных предложений — сертификат на приобретение кухни в размере 280 тыс. рублей»,— рассказал Ян Фельдман, директор по маркетингу ГК «Ленстройтрест».

Некоторые девелоперы, правда, пока не определились с тем, какие именно акции они предложат покупателю для стимулирования спроса. «Разумеется, новогодние акции — обязательный атрибут маркетинговых мероприятий, и мы не исключение. Начиная с начала декабря рекламная кампания будет полностью переориентирована на праздничный настрой клиентов, и клиенты по сложившейся традиции ожидают от нас бонусы, подарки и приятные сюрпризы. Тут может идти речь о скидке на стоимость квадратного метра или, например, о паркинге в подарок»,— рассказывает Алексей Тюлькин, директор по продажам «Альфа Фаберже».

Екатерина Немченко, коммерческий директор холдинга РСТИ, говорит: «Не секрет, что продажи новостроек в этом году переживают непростые времена. Все застройщики Петербурга включили в программы реализации своих объектов акции, скидки, особые условия покупки. Диапазон выгодных предложений широк: скидки до 15%, рассрочки с удобным графиком платежей, ипотека с субсидированными ставками, подарки». По ее словам, покупателям жилья в РСТИ на некоторых объектах предлагается паркинг в подарок или полная отделка квартиры.

ПАРКИНГИ И МИЛЛИОН В ПОДАРОК Александр Кравцов, управляющий директор Fizika Development, говорит: «В этом ноябре и декабре мы решили предложить несколько специальных акций, посвященных наступлению Нового года. Первая: это 20-процентная скидка на ряд небольших апартаментов в VIDI. Вторая: 10-процентный дисконт на покупку из определенного пула различных категорий апартаментов: smart, studio и family. Главное условие — единовременная оплата или привлечение ипотечного кредита. Также с начала ноября мы ввели ипотечные каникулы. Первый взнос — 15%, затем платежи от 19 тыс. рублей в месяц».

Но не все девелоперы готовы к скидкам и подаркам к новому году. Директор девелоперской компании UDS Михаил Шмыков утверждает, что его компания в этом году, как и в предыдущие, не планирует запускать новогодние скидки: «Маркетинговая политика продвижения проектов не предусматривает стимулирование спроса с помощью акций, приуроченных к праздничным дням. В противовес этому UDS достаточно часто предлагает специальные скидки в поддержку факторов, формирующих рынок недвижимости, а также связанные с этапом строительства, вехой жизни проекта (например, пакетные предложения, нестандартные ипотечные программы, страховка в подарок)».

Александр Леушин, гендиректор строительного холдинга «Сенатор», говорит: «Мы сдали в эксплуатацию ЖК комфорт-класса „Мариоки“ в Курортном районе. В проекте осталось несколько семейных квартир — на них мы дарим скидку 1 млн рублей. В качестве альтернативы вместо скидки на квартиру в этом же комплексе можно получить в подарок машино-место в подземном паркинге или кухню. В другом проекте на северном побережье Финского залива, но уже премиум-класса и с подогреваемым бассейном „Морская Ривьера“ клиентам предлагают скидку до 1,3 млн рублей на десять юнитов. Акция продлится, пока юниты не закончатся». ■

ЗАГОРОД ВОЗВРАЩАЕТСЯ К УЧАСТКАМ БЕЗ ПОДРЯДА

СПРОС НА ЗАГОРОДНОМ РЫНКЕ ПО ИТОГАМ ТРЕХ КВАРТАЛОВ 2022 ГОДА ПРОДЕМОНСТРИРОВАЛ СЕРЬЕЗНОЕ СНИЖЕНИЕ, ВЕРНУВШИСЬ К ДОПАНДЕМИЙНЫМ ПОКАЗАТЕЛЯМ. ЦЕНЫ, ПРАВДА, ВОЗВРАЩАТЬСЯ НА УРОВЕНЬ 2021 ГОДА НЕ БУДУТ. ДМИТРИЙ ЕГОРОВ

В июле — сентябре на загородном рынке сохранилась тенденция, наметившаяся во втором квартале: спрос, который два последних года держался на рекордно высоком уровне, снизился до объема продаж допандемийных лет. В третьем квартале было продано 1,8 тыс. лотов: коттеджей, участков с подрядом и без подряда, таунхаусов, что на 43% ниже аналогичного периода прошлого года, приводят статистику эксперты консалтингового центра «Петербургская недвижимость».

«Всего же за девять месяцев на загородном рынке реализовано 6,5 тыс. объектов всех типов, что на 28% ниже аналогичного периода 2021 года. Из-за общей неопределенности покупатели стали более взвешенно подходить к покупке загородных лотов. Многие отложили покупку до решения личных вопросов. На объем спроса влияют и высокие цены, и низкий объем нового предложения»,— рассказала Ольга Трошева, руководитель консалтингового центра «Петербургская недвижимость» (Setl Group).

Поддержать спрос могло бы активное развитие ипотечных инструментов на загородном рынке. По словам экспертов, в структуре сделок различных девелоперов доля ипотеки растет: у некоторых игроков она уже составляет от 25 до 70–80%.

По данным «Петербургской недвижимости», в третьем квартале объем предложения на загородном рынке Петербурга и Ленобласти сократился до 16 тыс. лотов — это одно из минимальных значений за всю историю наблюдений. 92% предложения составляют участки без подряда. При этом объем вывода новых объектов на рынок ниже уровня спроса: выведено 1,7 тыс. лотов за третий квартал и 5,3 тыс. лотов за девять месяцев.



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

ПОСТАВЩИКИ ГОВОРЯТ, ЧТО СПРОС НА СТРОЙМАТЕРИАЛЫ В СЕКТОРЕ ИЖС УПАЛ НА 60–70% ПО СРАВНЕНИЮ С ПРОШЛЫМ ГОДОМ. ХОТЯ САМИ СТРОЙМАТЕРИАЛЫ ЗА ЭТОТ ГОД ТОЛЬКО ПОДЕШЕВЕЛИ

СДЕЛАЙ САМ Эксперты отмечают, что часть девелоперов начала отказываться от реализации домовладений и выводить на рынок участки без подряда в новых очередях, что связано с низким уровнем спроса и ценами домовладений, слишком высокими для многих покупателей.

Индивидуальный предприниматель Елена Здоровцова рассказывает: «Я занимаюсь снабжением материалами застройщиков ИЖС на рынке Ленинградской области. Я вижу по их активности (минимальной), что спрос упал на 60–70%. И это несмотря на то, что материалы дешевеют. Древесина — на 20–25%, металл — на 15%. Граждане страны боятся вкладываться в стройку в период неопределенности, мобилизации и СВО. А те, кто это делает, выбирают экономный сегмент. Например, у меня резко возросло количество заказов на древесину. В целях оптимизации клиенты просят пересчитывать каменные проекты домов на каркасные. Это дешевле на 20–30%. При этом основные требования клиентов сохраняются: они хотят качественный дом на участке с хорошей инфраструктурой и магистральными (не автономными) коммуникациями. Можно меньшей площади, из более дешевого материала, но качественно и в хорошей локации».

Виолетта Басина, гендиректор ГК «Омакульма», говорит, что рост ввода ИЖС в этом году за девять месяцев составил более 20% к аналогичному периоду прошлого года. «Это свыше 2 млн кв. м жилья. Эти объемы в 2,5 раза больше, чем ввели квартир в новостройках за девять месяцев. В этом году, возможно, в Ленобласти введут жилья больше, чем в Петербурге, именно за счет ИЖС»,— указывает она. При этом эксперт замечает, что на массовом рынке такого продукта, как коттеджи в поселках, практически нет. «Это либо дорогой сегмент — и там представлены единицы проектов, либо участки без подряда»,— подчеркивает госпожа Басина.

На вторичном рынке, по словам госпожи Басиной, роста цен нет: в пандемийное время цены и так достигли предела, а текущая обстановка сильно убавила оптимизм покупателей. «То, что создано за последние год-два, построено в условиях высоких цен на стройматериалы. Себестоимость строительства домов получилась высокой, продавать дешево возможности нет ни у застройщиков, ни у частных лиц»,— объясняет эксперт.

При этом она замечает, что в загородном коттеджном строительстве разделение по классам более условное, чем на рынке массового многоэтажного жилья. «Построенный задорого дом в непопулярном месте может стоить столько же, сколько „дешевый" в популярном. Но кроме того, на первое место в спросе выходит инфраструктура: инженерная и — тенденция последнего времени — социальная. Действительно, с пандемийных времен многие всерьез задумались о переезде из города, но предложения, обеспеченного медицинскими, образовательными услугами, теми атрибутами городского качества жизни, к которому все привыкли в мегаполисе, за городом практически нет. Я жду многого от инструмента под названием „комплексное развитие территорий" на ИЖС. Он может предоставить доступ к финансовым инструментам, которыми пользуются покупатели и застройщики на первично рынке многоквартирного жилья. И к инфраструктурному меню. Строительство малоэтажных ЖК в рамках проектов комплексного развития территорий может резко изменить диспозицию на загородном рынке, удовлетворив наконец спрос на городское качество жизни»,— рассуждает госпожа Басина.

ПРЕМИУМ ТОЖЕ ПАДАЕТ Светлана Московченко, руководитель отдела исследований петербургского офиса NF Group, говорит, что на рынке премиальной коттеджной недвижимости наблюдаются схожие процессы: ввиду изменяющейся экономической ситуации спрос на загородные дома класса люкс по сравнению с прошлым годом снизился, но фактор сезонности немного подогрел интерес покупателей к рынку летом. «Наибольшую активность проявляли те, кто пытался приобрести загородные дома на вторичном рынке с дисконтом у тех, кто в период неопределенности старался продать активы. Согласно статистике, если в начале года в категории от 100 млн рублей предлагалось 155 объектов, то на середину сентября их число превысило 250 домовладений. До конца года на загородном рынке будет отмечаться снижение активности покупателей из-за наступления традиционного несезона»,— делится госпожа Московченко.

Владимир Чернов, аналитик Freedom Finance Global, говорит: «В текущем году фактический спрос оказался на уровне 2019 года, притом, что объем предложения вырос на 11% в коттеджных поселках класса А и на 28% класса В. Также сильно выросло предложение на вторичном рынке в элитном сегменте на 43% и бизнес-классе на 73%. Стоимость элитных коттеджей увеличилась на 36%, до 89,6 млн рублей, а коттеджей бизнес-класса — на 3%, до 27,1 млн рублей, относительно такого же периода времени в прошлом году. Среди ярких тенденций можно отметить появление лотов, номинированных в иностранной валюте, так как таких предложений не встречалось на рынке уже десять лет».

Анатолий Нестеров, генеральный директор торговой сети «Технониколь», приводит статистику: рынок земельных участков под ИЖС показывает положительную динамику. «С января по сентябрь 2022 года Росреестр зафиксировал 53,6 тыс. сделок купли-продажи с участками под ИЖС и садоводство, в то время как за девять месяцев 2021 года было проведено 48,4 тыс. сделок (на 10,8% меньше, чем в этом году). То есть покупатели предпочитают строить дома, а не приобретать готовые. Отчасти это связано с тем, что запросы клиентов на совпадают с предложением на рынке. В частности, меньшей популярностью сейчас пользуются двухэтажные строения, а также дома с большим метражом. Смещение спроса в сторону частных домовладений подстегнула пандемия, а также рост цен на квартиры»,— говорит эксперт.

ЦЕНЫ ПРОДОЛЖАЮТ РОСТ Игорь Карцев, генеральный директор ГК «Максимум Лайф Девелопмент», при этом замечает, что стоимость земельных участков в коттеджных поселках под Петербургом в течение этого года выросла в среднем на 15%. «Цена загородных домов за этот же период, по нашим данным, увеличилась в пределах 10% в зависимости от класса. За год рынок пережил несколько неоднозначных периодов. Например, пик весеннего сезона пришелся в этом году на март, хотя традиционно он начинается в середине апреля — начале мая. Тогда покупатели на фоне сильных колебаний курса рубля предпочитали вкладывать свои средства в недвижимость, понимая, что этот сегмент будет расти при любом сценарии. Осенью был некоторый спад в связи с неуверенностью клиентов в необходимости приобретения загородных объектов именно сейчас. Это было характерно для конца сентября — начала октября. Но затем покупатели стали возвращаться. Правда, пока динамика продаж загородных объектов этой осенью по сравнению с аналогичным периодом прошлого года меньше на 10%»,— отмечает он.

Александр Кравцов, управляющий директор Fizika Development, падения на рыке, напротив, не заметил. «После пандемии COVID-19 загородный рынок переживает второе рождение. И этому не мешают ни текущая геополитическая обстановка, ни экономические санкции. Люди осознали, что наличие своего дома в пригороде, особенно подходящего для всесезонного проживания, это хороший вариант как для жизни семьи, так и удаленной работы. В отличие от городской жилой недвижимости, сезонность в загородном коттеджном строительстве наиболее заметна: пик покупок приходится с конца мая до середины июля»,— указывает эксперт.

Как говорит господин Карцев, требования к домам разнятся в зависимости от цели — для временного или постоянного проживания. «При покупке дома с целью постоянного проживания акцент делается на технологию строительства, эргономичность помещений, скорость возведения, инфраструктуру в районе и благоустройство в поселке, максимально централизованные сети. У таких клиентов меньше требований к земельному участку: площадь поменьше, где можно разместить парковку для автомобиля, зону барбекю, игровую площадку для детей и какое-либо небольшое ландшафтное озеленение. Обычно такие объекты приобретаются в 20–30 км от города, или в 30 минутах езды на машине до ближайшей станции метро. При выборе домов для временного проживания у клиентов более гибкие критерии к их доступности: они готовы ехать дальше и дольше от города. Делается акцент на количестве соток и площади дома. К самому дому меньше требований — как правило, интересует более экономичное строительство»,— рассуждает он.

По словам господина Кравцова, на массовом рынке по-прежнему популярными остаются домовладения комфорт- и бизнес-класса с собственной или прилегающей инфраструктурой и с ярко выраженной концепцией, в том числе — архитектурной. «Основные запросы жителей: локация в пределах часа езды до города, архитектурный проект и размер домовладения, огороженная территория, охрана, наличие инфраструктуры поблизости и парковка. В последнее время можно встретить запросы на бомбоубежище, но пока не слышал, чтобы кто-то из девелоперов, реализующих коттеджные посылки, всерьез предлагал такую опцию. Хотя некоторые небольшие компании предлагают свои услуги по созданию таких бункеров стоимостью от 15 млн рублей»,— рассказал господин Кравцов. ■

СРОЧНОСТЬ БЕЗ СКИДКИ

ПО ДАННЫМ «ЦИАНА», НА ВТОРИЧНОМ РЫНКЕ НЕДВИЖИМОСТИ КРУПНЫХ ГОРОДОВ ВПЕРВЫЕ ДОЛЯ ОБЪЯВЛЕНИЙ СО СРОЧНЫМИ ПРОДАЖАМИ ДОСТИГЛА 4%, ЭТО МАКСИМАЛЬНЫЕ ОТМЕТКИ ЗА ПОСЛЕДНИЕ ТРИ ГОДА. ПРИ ЭТОМ В ПЕТЕРБУРГЕ И ЛЕНОБЛАСТИ, В ОТЛИЧИЕ ОТ ДРУГИХ РЕГИОНОВ РОССИИ, ПРОДАВЦЫ НЕ ПРЕДОСТАВЛЯЮТ ДИСКОНТ НА СВОЕ ЖИЛЬЕ: ОНО ВЫСТАВЛЯЕТСЯ ПО ТЕМ ЖЕ ЦЕНАМ, ЧТО И ЖИЛЬЕ В СРЕДНЕМ ПО РЫНКУ. ИРИНА ГОЛЕНЕВА

Основной пик роста доли квартир со срочными продажами пришелся на период после 2 марта 2022 года, рост продолжился до 3 мая, после чего в течение недели доля срочных продаж снизилась, однако по завершению каникул доля объявлений со срочными продажами снова пошла в рост, который продолжался до середины лета — на тот момент «срочных» продаж было 3,9% — локальный максимум.

Далее доля срочных продаж снижалась до середины сентября и составила 3,64%, после чего с 18 сентября снова фиксируется увеличение доли срочных продаж как по доле, так и по количеству объявлений. То есть активность собственников по срочным продажам стала расти еще за несколько дней до объявленной частичной мобилизации. В середине октября, то есть через месяц второй волны «срочных продаж», доля таких объявлений показала минимальное снижение, но все равно остается на высоком уровне относительно начала года.

Проведение срочных сделок зачастую подразумевает наличие дисконтов. Средняя стоимость квадратного метра по объявлениям со срочными продажами на начало ноября 2022 года — 100,8 тыс. рублей против 106,1 тыс. в среднем по всему вторичному рынку. То есть в среднем дисконт составляет 5,1%. Средняя стоимость квартир по объявлениям со срочными продажами — 5,26 млн рублей против 5,69 в среднем по всему рынку, разница — 7,5%.

ВЕСЕННИЙ РАЗРЫВ Более низкая стоимость квартир, продающихся срочно, отмечена для абсолютного большинства локаций, попавших в выборку: 35 из 39. Исключением стал Санкт-Петербург, где средняя стоимость «квадрата» по объектам со срочными продажами — аналогичная, как и по всему рынку в среднем, в Ленинградской области — дороже на 0,4%. В Тольятти, где, несмотря на срочность сделки, такое жилье дороже на 6%, а в Новокузнецке — на 3,6%.

Разрыв в средней стоимости «квадрата» стал увеличиваться с весны 2022 года: в начале марта 2022 года жилье, продающееся срочно, в среднем стоило на 4,7% дешевле, чем жилье по рынку в среднем. Далее скидка превысила 5% и достигла максимума в июле (5,8%).

Наибольшие дисконты за срочную продажу (от 10%) фиксируются во Владивостоке (–10,5%), несмотря на минимальную долю срочных продаж в процентном выражении от всего предложения. Большие скидки в Махачкале (13%), Севастополе, Пензе, Ярославле, Екатеринбурге. В Москве — скидка небольшая, всего 3,2%.

После объявленной мобилизации количество «новинок» рынка со срочными продажами увеличивается, за полтора месяца число новинок оказалось на 80% больше чем в конце августа и первой половине сентября. Причем в первые две недели прирост был относительно небольшим — на уровне 19%, но уже с середины октября продавцы стали активнее выводить в продажу «срочные» объявления.

Средняя стоимость нового предложения с отметкой о срочной продаже — выше, чем по всем «новинкам» в целом — на 2,8% (по цене квадратного метра.). Причем до частичной мобилизации даже со срочной продажей средняя цена «квадрата» была на 3,7% выше, чем по всем новинкам в целом. После 21 сентября разница в цене сократилась до 2%.

Самые дорогие «новинки» со срочными продажами выходили на рынок в период 23–27 сентября, после чего на фоне снижения спроса продавцы выводят новые объемы дешевле. Несмотря на то, что в среднем квартиры срочно продаются с дисконтом 5–8%, на рынок жилье со срочной продажей выходит дороже, чем обычные новинки рынка, где оперативная продажа не требуется.

В НОВОМ ДОМЕ Каждая пятая квартира с пометкой срочно продается в новом доме, построенном за последние три года: с 2018 по 2021 год. Причем каждое десятое объявление — в доме 2021 года ввода в эксплуатацию. Это говорит в том, что среди продавцов — немало инвесторов, которые в срочном порядке выводят ранее вложенные средства.

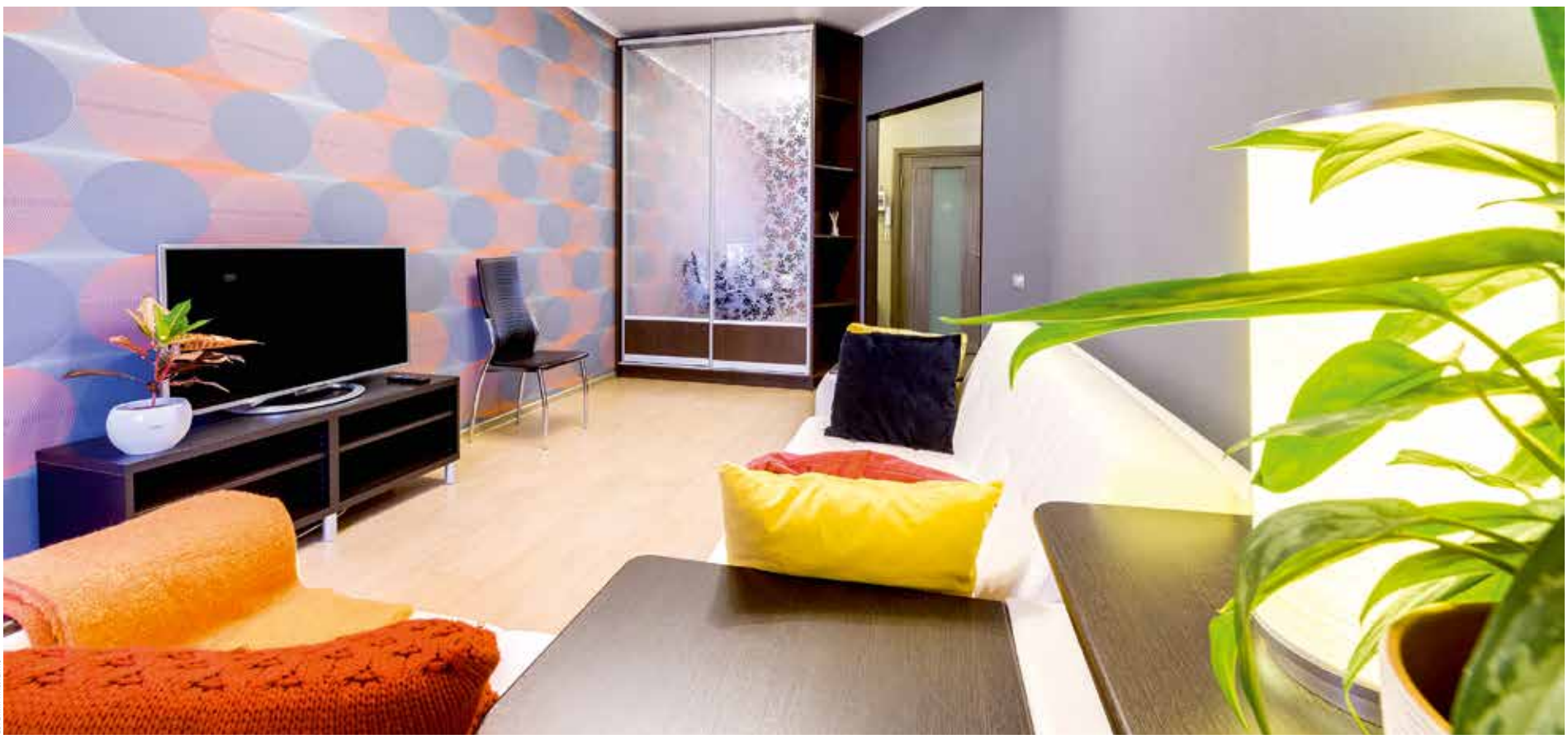
Средний срок экспозиции для объявлений со срочной продажей незначительно ниже, чем в среднем по рынку: 120 дней на начало ноября 2022 года против 129 дней в среднем по рынку. Наибольшая разница в сроках продажи наблюдалась весной 2022 года: в начале апреля, мая и июня объявления с отметкой «срочно» продавались на 11–13 дней быстрее, чем квартиры в среднем по рынку, но уже с августа разница в сроках — минимальна.

«В 2022 году мы наблюдаем уже вторую волну срочных продаж на фоне миграционных процессов и снижения спроса,— комментирует Алексей Попов, руководитель «Циан.Аналитики».— Несмотря на рекордную долю таких объявлений, продавцы не готовы идти на большие скидки, но при этом у покупателей появляется больше возможностей для торга уже в процессе предметных переговоров, а не на этапе поиска объявлений. Удерживать средние цены позволят относительно доступна ипотека, которой не было весной 2022 года, что привело на тот момент к более стремительному и продолжительному росту срочных продаж, в отличие от осени 2022 года».

Антон Агапов, директор по развитию сети апартотелей YE'S, говорит: «В условиях падения спроса на покупку и аренду недвижимости мы наблюдаем формирование рынка покупателя. Как следствие — увеличение срока экспозиции с нескольких недель до нескольких месяцев и стагнация цен на квадратный метр, стоимость которого последние месяцы составляет около 210 тыс. рублей».

Генеральный директор Pleada Денис Леушин замечает, что в спросе на вторичную недвижимость наметился спад: по сравнению с прошлым годом — примерно на 30%. «Продавцы, начавшие процесс продажи до объявления мобилизации, от продажи не отказываются, но количество обращений по реализуемым объектам также резко упало, на 30–40%»,— указывает он.

Эксперт обращает внимание, что не повлияла на стоимость хрущевок и программа реновации, запущенная в сентябре, но уже через месяц замороженная на год. «Если сравнивать с ценами на брежневки и хрущевки, отличаются они не так сильно. Ориентировочно в хрущевках средняя стоимость квадратного метра — 150 тыс. рублей, в брежневках — ближе к 160 тыс. рублей. В брежневках чуть больше площадь квартир и увеличенные окна. Среди районов с наиболее дешевым жильем можно отметить Красносельский, ввиду того, что это окраина и отсутствует пешая доступность до метро, а также Калининский — также по причине отдаленности от станции метро. В некоторых микрорайонах, чтобы добраться до метро, нужно потратить 25 минут и более. Таким образом, основными факторами, влияющими на вторичный рынок, являются транспортная доступность, ипотечные ставки, перспективы развития района (например, строительство большого жилого комплекса по соседству может негативно сказаться на спросе на конкретный квартал), перспективы расселения»,— перечисляет господин Леушин. ■



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

В СПРОСЕ НА ВТОРИЧНУЮ НЕДВИЖИМОСТЬ НАМЕТИЛСЯ СПАД: ПО СРАВНЕНИЮ С ПРОШЛЫМ ГОДОМ ОН СОКРАТИЛСЯ ПРИМЕРНО НА 30%

ПЕТЕРБУРГ ВВОДИТ ЖИЛЬЕ РАВНОМЕРНО

ВВОД ЖИЛЬЯ В РОССИИ В ЯНВАРЕ — ОКТЯБРЕ 2022 ГОДА ВЫРОС В СРАВНЕНИИ С АНАЛОГИЧНЫМ ПЕРИОДОМ ПРОШЛОГО ГОДА НА 21,5%, ДО 87,8 МЛН КВ. М, СООБЩАЕТСЯ В МАТЕРИАЛАХ РОССТАТА. В ПЕТЕРБУРГЕ ОБЪЕМЫ ВВОДА ПО СРАВНЕНИЮ С ПРОШЛЫМ ГОДОМ НЕ ИЗМЕНИЛИСЬ. ЮЛИЯ МАЙОВЕР

В октябре, по данным Росстата, в стране сдали примерно 8,7 млн кв. м жилья: почти на 11% меньше в сравнении с октябрем прошлого года. Как сообщает «РИА Недвижимость», лидерами по вводу жилья за десять месяцев стали Московская область (12,7 млн кв. м), Краснодарский край (6,4 млн кв. м), Москва (5,1 млн кв. м), Ленинградская область (3,5 млн кв. м). В Петербурге по итогам девяти месяцев было введено 2,9 млн кв. м (столько же, сколько за аналогичный период прошлого года).

Населением в январе — октябре 2022 года построено 54,2 млн кв. м (62% от общего объема): на 33% больше в сравнении с аналогичным периодом прошлого года. В октябре ввод такого жилья уменьшился на 9%, до 5,1 млн кв. м, указывается в материалах ведомства.

Эксперты «Циана» проанализировали спрос на первичном рынке недвижимости России в первом полугодии 2022 года по данным, опубликованным Росреестром. Три из четырех сделок за первые шесть месяцев текущего года заключены с открытием эскроу-счетов. Это на 18 п. п. больше, чем в первом полугодии 2021 года. В шести регионах все 100% сделок прошли с эскроу, еще в 36 — более 90%.

В первом полугодии 2022 года в России заключено 382,8 тыс. договоров долевого участия (ДДУ) — это почти на 10% меньше, чем в первом полугодии 2021 года (тогда — 422,5 тыс.). Сокращение связано с падением спроса во втором квартале 2022 года.

76% всех ДДУ прошли с открытием эскроу-счетов. Для сравнения, в первом полугодии 2021 года таких сделок было 58%, рост за год составил 18 п. п. В отличие от общего числа сделок, ДДУ с эскроу за первые шесть месяцев 2022-го было заключено больше, чем за аналогичный период в прошлом году (290,1 тыс. против 244,4 тыс.).



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

ДРАЙВЕРОМ ПРОДАЖ ОСТАЕТСЯ ИПОТЕКА, И САМЫМ ВОСТРЕБОВАННЫМ ПРЕДЛОЖЕНИЕМ ЯВЛЯЮТСЯ СОВМЕСТНЫЕ ПРОГРАММЫ БАНКОВ И ЗАСТРОЙЩИКОВ С МИНИМАЛЬНЫМИ СУБСИДИРОВАННЫМИ СТАВКАМИ

Лидерами по количеству открытых эскроу-счетов стали: Москва (53,6 тыс. сделок), Краснодарский край (22,9 тыс.), Санкт-Петербург (21,9 тыс.), Красноярский край (21,4 тыс.), Новосибирская область (13,2 тыс.). В шести регионах все 100% сделок были с открытием эскроу: это Удмуртия, Мордовия, Оренбургская область, Курганская область, Алтай, Магаданская область. В основном это субъекты с небольшим числом сделок. Более 90% зафиксировано еще в 36 регионах (в прошлом году лишь в 13). В Москве таких сделок 83%, в Санкт-Петербурге — 61%. Только в Чечне все ДДУ прошли без открытия эскроу-счетов. Минимальная доля ДДУ с эскроу в Московской области (20%), Дагестане (21%), Кабардино-Балкарии и Архангельской области (по 25%).

Максимально за год доля ДДУ с эскроу увеличилась в Тульской области (с 13 до 73%), Рязанской области (с 10 до 70%), Забайкальском крае (с 39 до 93%), Северной Осетии (с 16 до 68%), Сахалинской области (с 49 до 99%). В девяти регионах доля эскроу за год сократилась: это Крым (–16 п. п., с 54 до 38%), Пензенская область (–14 п. п., с 89 до 75%), Якутия (–13 п. п., с 43 до 30%), Новгородская область (–10 п. п., с 98 до 88%), Ингушетия (–5 п. п., со 100 до 95%), Омская область (–4 п. п., с 81 до 77%), Приморский край (–4 п. п., с 87 до 83%), Бурятия (–4 п. п., с 83 до 79%), Калмыкия (–3 п. п., со 100 до 97%). Почти все это локации с небольшим числом ДДУ, за счет чего структура сделок в них более волатильна.

«Тренд, который не нарушается в течение последних лет (увеличение количества и доли сделок с открытием эскроу-счетов) сохранится и в дальнейшем,— комментирует Алексей Попов, руководитель «Циан.Аналитики».— По итогам шести месяцев 2022 года уже 76% сделок в целом по РФ проходит с эскроу, а в половине регионов таких сделок более 90%. Для сравнения, в 2021 году (суммарно за первое и второе полугодие) в целом по РФ показатель был ниже — 64%, в 2020-м — 37%, а в 2019-м — всего 5,6%».

Екатерина Немченко, коммерческий директор холдинга РСТИ, описывая ситуацию на рынке строящегося жилья в Петербурге, говорит: «Спрос сместился в сторону объектов на высокой стадии строительства, но при этом старты продаж не оставались без внимания покупателей. Драйвером продаж остается ипотека, и самым востребованным предложением являются совместные программы банков и застройщиков с минимальными субсидированными ставками. Дополнительно застройщики применяют акционные предложения и скидки, стимулирующие продажи». ■

ИНВЕСТОРЫ ТЕРЯЮТ ИНТЕРЕС К ВСТРОЕННЫМ ПОМЕЩЕНИЯМ

С ПОЯВЛЕНИЕМ ЭСКРОУ-СЧЕТОВ И ПРОЕКТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ ЦЕНЫ НА ВСТРОЕННЫЕ ПОМЕЩЕНИЯ НА ПЕРВЫХ ЭТАЖАХ В СТРОЯЩИХСЯ ЖИЛЫХ ДОМАХ ЗНАЧИТЕЛЬНО ВЫРОСЛИ И СЕГОДНЯ СТАРТУЮТ ОТ 200 ТЫС. РУБЛЕЙ ЗА КВАДРАТНЫЙ МЕТР. КАК СЛЕДСТВИЕ, СНИЗИЛАСЬ И ДОХОДНОСТЬ, ПОЭТОМУ ИНТЕРЕС К СЕГМЕНТУ СО СТОРОНЫ ИНВЕСТОРОВ ЗАМЕТНО СОКРАТИЛСЯ. ВИКТОР ПОНУЖАЕВ

Ольга Аткачис, эксперт рынка коммерческой недвижимости, обращает внимание, что в последние годы при выборе помещений фокус арендаторов сместился в спальные районы города. «Хотя еще 10–15 лет назад такое было невозможно себе представить,— замечает она.— Все компании искали помещения в центре города, окраины рассматривались по остаточному принципу. Но сегодня именно в спальных районах города и области сдается больше всего нового жилья и идет основной прирост населения. Это гарантирует практически всем видам бизнеса стабильный трафик».

При этом эксперты отмечают, что если говорить о крупных проектах, вводимых очередями, то помещения в более поздних очередях несут в себе больше рисков. «По мере заполнения помещений первого этапа всеми типами арендаторов более поздние дома становятся неинтересны компаниям, уже представленным в этом квартале или даже районе. Никто не хочет заниматься каннибализмом своего же бизнеса, открывая точки в каждой новой очереди проекта. В связи с этим в крупных жилых комплексах важны подход арендодателей к формированию ставок и гибкость в обсуждении условий аренды. Любой арендатор сегодня выберет самое экономичное предложение, так как бизнес стал еще более жестко рассчитывать свои расходы на открытие новых точек»,— поясняет госпожа Аткачис. Собственники, не учитывающие рыночных реалий, рискуют остаться без арендатора на период до года. Ситуация будет усложняться тем, что постепенно все бизнесы, заинтересованные в конкретной локации, откроют в ней представительства и завершат для себя развитие на этой территории.

Продуктовые ритейлеры (такие как «Вкусвилл», «Магнит») развиваются исходя из предложения помещений на рынке. В новых районах компании предпочитают уже заселенные дома и даже кварталы. Помещения в новостройках, которые еще только начали заселяться, часто ждут своего арендатора. Большей популярностью у компаний пользуются дома, где квартиры сдаются с отделкой, что позволяет жильцам быстрее переехать.

ОТКАЗ ОТ РЕМОНТА «Необходимо добавить, что практически все арендаторы сегодня отказались от затрат на ремонт при открытии новых точек. Черновая отделка практически не востребована. Арендаторы ожидают хотя бы базовой отделки, произведенной собственником за свой счет. Компании могут согласиться на выполнение отделки собственными силами, если собственник предоставит им длительный льготный период по аренде (2–4 месяца для помещений до 250 кв. м)»,— говорит госпожа Аткачис. Раньше длительность льготного периода составляла не более месяца, который давался арендатору как скидка на проведение ремонтных работ. Сегодня же арендаторы не готовы нести существенные расходы на ремонт ввиду неопределенности внешних условий, поясняет эксперт. → 14

13 ➔ Многие компании столкнулись с периодической необходимостью досрочно расторгать договор аренды. В такой ситуации мало кто готов вкладывать средства в чужую недвижимость.

Если говорить о востребованных метражах, то большинство операторов рассматривают помещения площадью от 100 до 200 кв. м. Исключение составляют в первую очередь продуктовые ритейлеры, которые берут помещения площадью от 150 кв. м до 650 кв. м. Пекарни, аптеки, пункты выдачи готовы рассматривать объекты площадью от 60 до 100 кв. м.

Если говорить про куплю-продажу, то сегодня сохраняется большое число желающих приобрести качественное коммерческое помещение. «При этом состав инвесторов несколько изменился. Раньше на рынке было представлено много пакетных инвесторов, приобретающих большое количество объектов. Но сегодня у таких игроков уже сформирован крупный портфель, и они осторожно подходят к покупке новых помещений. Им на смену пришли единичные инвесторы и новые для рынка игроки, которые увидели в коммерческой недвижимости возможность сохранить свои средства»,— указывает госпожа Аткачис.

При этом, замечает она, инвесторы не готовы брать все подряд. Они тщательно оценивают период окупаемости каждого объекта, уровень заселенности района, присутствия в нем тех или иных сетей, чтобы понять, кому они смогут сдать свой объект в будущем. В случае ошибки инвесторы рискуют остаться с вложением, которое не будет приносить доход в течение 6–12 месяцев и в конечном счете может быть сдано совсем не на ожидаемых условиях.

ПРОСЧИТАТЬ ПЕРИОД ОКУПАЕМОСТИ

Крупные игроки, еще оставшиеся на рынке, часто рассматривают редкие и дорогие форматы (только Невский проспект или помещения в радиусе не дальше 300 м от метро). В данном случае бюджет покупки может превышать 100 млн рублей. Самый популярный бюджет покупки — 30–40 млн рублей. Самый демократичный — до 20 млн рублей. Наибольшим спросом пользуются объекты в уже заселенных кварталах с понятными арендаторами, что позволяет просчитать период окупаемости вложений. Если срок окупаемости составляет 10–11 лет, то помещение будет продано за считаные дни. При этом собственник такого объекта может выбрать покупателя и назначить свои условия по форме и схеме сделки.

Андрей Кириллов, директор по маркетингу и продажам корпорации «Мегалит», говорит, что с появлением проектного финансирования застройщик стал менее зависим от скорости реализации помещений, в том числе коммерческих, в высоколиквидном месте. «Поэтому мы выводим коммерцию в „Приморском квартале“ ближе к сдаче домов и практически по цене готового объекта. Тем не менее в последние пару пандемийных лет был зафиксирован рост стоимости коммерческих помещений вслед за удорожанием жилой недвижимости — примерно на 25%»,— говорит он.

Алексей Лазутин, руководитель отдела инвестиционных продаж и корпоративных услуг IPG.Estate, согласен с коллегой: «С появлением эскроу и проектного финансирования цены на коммерцию значительно выросли и сегодня стартуют от 200 тыс. рублей за квадратный метр. Как следствие, снизилась и доходность, поэтому интерес к сегменту со стороны инвесторов заметно сократился». В ситуации неопределенности инвесторы и будущие пользователи — арендаторы — умерили интерес к доходной недвижимости в целом и ко встроенным помещениям в частности. Тем не менее цены не падают, скидок нет, отмечает эксперт.

Соотношение инвесторов, приобретающих для сдачи в аренду, и владельцев, которые покупают метры для собственного бизнеса, по оценкам господина Кириллова, составляет 50 на 50.

Александр Кравцов, управляющий директор Fizika Development, говорит: «Мы не заметили существенного спада спроса на коммерческие помещения на первых этажах. Все-таки такие объекты с высоким уровнем проходимости и посещаемости со стороны жильцов делает их одними из самых востребованных продуктов на рынке. Даже в ситуации с таким низким горизонтом планирования, как сегодня,— это выгодная инвестиция.



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

ПРАКТИЧЕСКИ ВСЕ АРЕНДАТОРЫ СЕГОДНЯ ОТКАЗАЛИСЬ ОТ ЗАТРАТ НА РЕМОНТ ПРИ ОТКРЫТИИ НОВЫХ ТОЧЕК. ОНИ ОЖИДАЮТ ХОТЯ БЫ БАЗОВОЙ ОТДЕЛКИ, ПРОИЗВЕДЕННОЙ СОБСТВЕННИКОМ ЗА СВОЙ СЧЕТ

Этим летом открыли продажи встроенных помещений для бизнеса и ритейла в нашем апарт-отеле VIDI на Синопской набережной по цене от 600 тыс. рублей за квадратный метр». Он также напоминает, что небольшие помещения площадью до 100 кв. м по-прежнему пользуются спросом у бизнеса для офисов или открытия небольших объектов, например, кафе или коворкингов. Стрит-ритейл предпочитают выбирать площади от 150–200 кв. м.

«Цены на продажу помещений стрит-ритейла не поменялись за последний год и остались на том же уровне. Зато стоимость аренды стала падать: по сравнению с началом года в разных локация падение ставок составило от 10 до 30%. При этом появляются новые категории арендаторов — добавляется все больше пунктов выдачи маркетплейсов и пекарен. Зато банковский сектор заметно сокращается. Заметно вырос спрос на маленькие площади от кофе ту гоу и вейп-магазинов»,— рассказывает Алексей Тюлькин, директор по продажам «Альфа Фаберже».

«Спрос на встроенные помещения остается высоким — жильцы только что построенных жилых домов заинтересованы в качественной инфраструктуре, магазинах, небольших кафе»,— говорит Сергей Терентьев, директор департамента недвижимости группы ЦДС.

«Встроенные помещения даже в коронакризис показали хорошую доходность, поэтому спрос на первые этажи в домах с качественно продуманной концепцией стрит-ритейла всегда пользуются спросом»,— добавляет Егор Федоров, директор по продажам группы «Аквилон».

«Для девелопера важно за счет стрит-ритейла сохранить баланс функционального наполнения инфраструктуры, оптимальную для будущих жителей комбинацию ритейла и сервиса гораздо проще. Продумываются логистика, мерчандайзинг, товарное соседство, что способствует росту инвестиций и совокупного торгового оборота, а также повышению качества жизни»,— уверен Виталий Коробов, генеральный директор Element Development.

МЕТРАЖИ МЕНЬШЕ, ОКУПАЕМОСТЬ ДОЛЬШЕ

Алексей Лазутин добавляет, что со стороны сетевых супермаркетов запрос ориентирован на площади 400–1100 кв. м. «Традиционно продуктовые магазины размещаются в отдельно стоящих зданиях; в стрит-ритейле, как правило, не предусмотрена продажа такого объема единым лотом, и чтобы первые этажи ЖК занял супермаркет, помещения необходимо объединить»,— рассказывает он.

Сергей Степанов, директор по продажам объединения «Строительный трест», подтверждает, что сохраняется тенденция спроса на коммерческие помещения до 100 кв. м при условии, что помещение находится в хорошей локации с активным пешеходным и автомобильным трафиком. «Что касается цен, то в наших объектах средняя стоимость квадратного метра для коммерческих помещений в строящихся объектах составляет около 294 тыс. рублей»,— делится господин Степанов..

«На протяжении последних лет наиболее востребованными у арендаторов встроенных помещений в новых домах являются объекты площадью до 100 кв. м. Такие небольшие помещения на первых этажах сейчас приобретают больший спрос, чем помещения в крупных торговых центрах. Основное преимущество этих помещений — хорошая технологическая подготовка (например, достаточное количество киловатт электричества) и трансформируемость — возможность делить и объединять пространство при необходимости»,— говорит Мария Черная, генеральный директор ООО «Бонава Санкт-Петербург»:

При этом Павел Евсюков, руководитель департамента развития продукта AAG, отмечает сокращение метражей экспонируемых лотов. «В отдельных проектах минимальный порог опускается до 15 кв. м. При этом застройщики предлагают возможность объединения соседних помещений»,— замечает он.

«Коммерсанты, покупающие доходные метры сегодня, рассчитывают на окупаемость в пределах 10–12 лет. Хотя все еще ностальгируют по временам, когда вложения возвращались за три-пять лет»,— добавляет господин Кириллов.

«Реальные сделки же проходят с объектами, срок окупаемости которых составляет до 12 лет. В среднем помещения в спальном районе с арендатором продаются за 185–250 тыс. рублей за „квадрат“. Итоговая цена зависит от площади объекта и локации. Ставки пятилетней давности сегодня не готов платить ни один арендатор. Они снизились в пандемию и не росли весь последний год. Можно ожидать, что ставки снизятся еще раз в начале 2023 года за счет скидок, которые будут просить многие арендаторы. Индексацию смогут провести лишь немногие собственники, у которых в договоры аренды заложен процент от товарооборота»,— заключает госпожа Аткачис. ■

Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ» (выпуск Санкт-Петербург, Guide «Недвижимость»)

Владимир Желонкин — генеральный директор АО «Коммерсантъ», главный редактор
Анатолий Гусев — автор дизайн-макета
Андрей Ершов — главный редактор СПб страниц
Александр Коряков — бильд-редактор
Валерий Грибанов — выпускающий редактор
Марина Шевченко — корректор
Мария Громова — верстка
Любовь Элконина — рекламная служба

Адрес редакции и издателя: 123112, г. Москва, Пресненская наб, д.10 этаж 35. Тел. (495) 797-6970. Адрес редакции в Санкт-Петербурге: 191024, Харьковская ул., д. 8А, лит А. Тел. (812) 324-6949

Учредитель: АО «Коммерсантъ». Тематическое приложение к газете «Коммерсантъ», зарегистрировано Роскомнадзором, регистрационный номер и дата принятия решения о регистрации ПИ №ФС77-76923 от 11.10.2019 года

Типография: ООО «РосБалт», юридический и почтовый адрес: 197374, Санкт-Петербург, ул. Оптиков, д. 4

Тираж: 9000
Распространяется бесплатно.
16+

Фото на обложке: Евгений Павленко

ЦЕНТРАЛЬНЫЕ КОРИДОРЫ СОКРАЩАЮТ ВАКАНСИЮ

В ТРЕТЬЕМ КВАРТАЛЕ 2022 ОБЪЕМ ВАКАНТНЫХ ПЛОЩАДЕЙ НА ЦЕНТРАЛЬНЫХ ТОРГОВЫХ КОРИДОРАХ ГОРОДА СНИЗИЛСЯ НА 0,8 П. П. И ДОСТИГ УРОВНЯ 8,1%. АННА ЗАЙЦЕВА

По данным Maris, сокращение вакансии наблюдалось на Большом проспекте П.С. (–1,9 п. п.), Большой Конюшенной улице (–2,6 п. п.), улице Белинского (–4,5 п. п.), торговой зоне Сенной площади (–8,3 п. п.) и Литейном проспекте от Невского до улицы Белинского (–10,4 п. п.). Стабильную заполненность арендаторами демонстрировали торговые зоны улицы Рубинштейна и 7-й линии В.О.

На главном торговом коридоре города — Невском проспекте — число пустующих торговых площадей незначительно увеличилось на 1 п. п., главный образом за счет существенного роста вакансии (+1,6 п. п.) в так называемой зоне Старо-Невского проспекта (от станции метро «Площадь Восстания» до станции «Площадь Александра Невского»). Средний уровень вакансии в торговой зоне Невского проспекта составляет 11,4%.

Основными направлениями развития street retail на центральных торговых коридорах являются торговля и заведения общественного питания. В структуре арендаторов наибольшую долю занимают арендаторы сферы торговли — около 47%, на сферу общественного питания приходится 34%, на предприятия сферы услуг — 9%.

В третьем квартале 2022 года максимальное число закрытий на центральных торговых коридорах города приходилось на предприятия общественного питания (35%), fashion-операторов (26%), ритейлеров FMCG-сектора (7%). Активно сокращают свое присутствие операторы drogerie-сегмента (7% от общего числа закрытий в третьем квартале, хотя исторически данный показатель не превышал 4%). Магазины косметики и парфюмерии также полностью приостановили свое развитие на центральных торговых коридорах города наряду с представителями ювелирных сетей и предприятий сферы услуг.

По числу новых открытий на центральных торговых коридорах города лидировали предприятия общественного питания (62%) и операторы fashion-индустрии (14%). В третьем квартале в центральной торговой зоне открылось в два раза больше кафе и ресторанов, чем закрылось. Представители FMCG-сектора сократили темпы поглощения помещений формата стрит-ритейл в центральной зоне в третьем квартале (4% в валовом объеме открытий против 10,5% во втором квартале).

Наибольшее число закрывшихся и новых точек общественного питания в третьем квартале было зафиксировано в торговой зоне Невского проспекта. Количество fashion-операторов, представленных на главной торговой магистрали города, напротив, сократилось в третьем квартале (закрылись четыре торговые точки, открылись лишь две). Зона Большого проспекта П.С. в третьем квартале пополнилась представителями fashion-индустрии (одно закрытие, два новых открытия) и заведениями общепита (одно закрытие, три открытия).

Объем сделок в сегменте торговых помещений формата стрит-ритейл в третьем квартале 2022 был сопоставим с показателем аналогичного периода 2021 года. На рынке наблюдалось традиционное снижение уровня деловой активности относительно второго квартала 2022: число закрытий сократилось на 6,5%, число открытий — на 12,3%.



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

ОСНОВНЫМИ НАПРАВЛЕНИЯМИ РАЗВИТИЯ STREET RETAIL НА ЦЕНТРАЛЬНЫХ ТОРГОВЫХ КОРИДОРАХ ЯВЛЯЮТСЯ ТОРГОВЛЯ И ЗАВЕДЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ

В целом по итогам девяти месяцев 2022 года число открывшихся предприятий превысило число закрывшихся на 11,7%. Уровень ротации арендаторов в анализируемый период был несколько ниже показателей января — сентября прошлого года: 4% против 5,1% годом ранее. Максимальная активность арендаторов в третьем квартале 2022 года наблюдалась в зонах 6-й линии В.О. и улицы Восстания в части от Некрасова до Кирочной.

Показатель ротации арендаторов на Невском проспекте в третьем квартале был в два раза ниже уровня второго квартала, что свидетельствует о сохранении уровня запрашиваемых ставок аренды и увеличении срока экспозиции освобождающихся торговых помещений. ■

ПОЛТОРЫ СОТНИ БРЕНДОВ ОСТАЛИСЬ В РОССИИ

В СТРАНЕ ПО ИТОГАМ ТРЕХ КВАРТАЛОВ 2022 ГОДА ПРОДОЛЖАЕТ РАБОТУ БОЛЕЕ 150 ЗАРУБЕЖНЫХ БРЕНДОВ. НАИБОЛЬШАЯ ДОЛЯ ПРИХОДИТСЯ НА БРЕНДЫ ИЗ США. ДЕНИС КОЖИН

Консалтинговая компания NF Group подсчитала количество международных брендов, работающих на территории России. В исследование вошли 152 зарубежных ритейлера, продолживших деятельность в составе качественных торговых центров в 2022 году. Лидерами по количеству представленных в России брендов являются такие страны, как США — 22,4%, Италия — 15,1%, Франция — 10,5%, Турция — 9,9% и Германия — 9,9%. Наименьшая доля приходится на Казахстан, Финляндию, Южную Корею и другие.

Наибольшее количество операторов сконцентрировано в fashion-сегменте (59,9%), за ним следует общественное питание (9,9%), бытовая техника и электроника — 5,3%. На бренды, специализирующиеся на торговле парфюмерией и косметикой, аксессуарами и сувенирами, суммарно приходится всего около 6% ритейлеров.

По объему занимаемой магазинами площади также лидирует категория fashion (31,4%). За ней следуют продукты питания (20,6%), DYI (18,7%) и универмаги (12,5%). Наименьшие доли по площади занимают категории «Подарки и сувениры» (0,04%), «Ювелирные изделия» (0,2%), а также «Услуги» (0,2%).

Иностранные бренды в составе классических ТЦ в основном представлены в ценовом сегменте «средний» (46,7%) и «средний плюс» (22,4%), а на «премиум» приходится всего 1,3%. Это объясняется доступом к качественным материалам, а также стремлению к реализации стратегии массового экономного производства.

Несмотря на текущую ситуацию, некоторые международные ритейлеры продолжают выходить на российский рынок и увеличивать здесь свое присутствие:

В ТРЦ «Гринвич» в Екатеринбурге открылся турецкий fashion-бренд Perspective, который имеет уже пять магазинов в российских ТЦ. Ритейлер вышел на рынок весной 2022 года. В ТРЦ «Галерея Краснодар» открылся магазин с китайским брендом одежды Li-Ning. В ТЦ «Центральный» в Чите открылся спортивный магазин китайского бренда ANTA Sports, который также дебютировал в России в 2022 году. Бренд ANTA Sports был официальным экипировочным партнером Зимних Олимпийских игр 2022 года.

В Москве также открываются точки различных зарубежных брендов. Например, в ТРЦ «Афимолл» появился магазин нижнего белья Tezenis (Италия), планируется открытие бренда Alex YVN (Армения). В ТРЦ «Саларис» открылся магазин Abricot, созданный международной командой из России, Франции и Италии. В ТРЦ «Атриум» и «Авиапарк» появились корнеры японского бренда инновационных девайсов для кожи L&L Skin. Также в ТРЦ «Океания» открылась первая кофейня сети Coffee Boom из Казахстана и Узбекистана. О дальнейших планах своего развития заявляли многие другие бренды.

С февраля 2022 года более 180 иностранных компаний ограничили свою деятельность в России, более 15 из них объявили о планах покинуть рынок. Однако на текущий момент все больше иностранных компаний желают сохранить свое присутствие в России, а некоторые из них продолжают расширять и диверсифицировать свой бизнес на территории страны. Пока поток громких уходов ритейлеров с рынка замедляется. А 17 операторов вернулось в Россию под новым именем, отмечают в NF Group.

До конца года на российский рынок планируют выйти турецкие сети общественного питания — бренды формата фаст-фуд Chitir Chicken и Yesen Burger, ресторан Little Kitchen, который запланировал открыть три точки, и сеть кофеен Arabica. В настоящее время переговоры о расширении присутствия в стране и наращивании объемов продаж ведут многие другие бренды из Турции, в том числе — крупные производители одежды adL, Mudo, LTB, Twist и Ipekyol. Кроме того, выход на российский рынок сейчас обсуждают операторы из Казахстана, Белоруссии и Италии. Также в ближайшее время планируется выход армянского бренда Alex YVN.

Евгения Хакбердиева, региональный директор департамента торговой недвижимости NF Group, отмечает: «С уходом ряда международных брендов российские ритейлеры и игроки из Казахстана, Белоруссии, Турции и Италии смогут занять большую часть освободившихся площадей. Обеспечить это позволит дробление крупных помещений на более мелкие для моно-бутиков, на которые уже наблюдается значительный спрос. Крупные сетевые ритейлеры ориентируются на создание новых форматов (Lime, Melon Fashion Group, „Снежная королева“, Gloria Jeans, „Аскона“ и другие), а небольшие компании планируют осваивать мультибрендовые дизайнерские пространства и универмаги, поскольку при сравнительно меньших затратах и эффективном продвижении эти форматы обеспечивают более высокий трафик, чем в монобутиках. Кроме того, в этом случае местные власти могут оказывать поддержку локальным производителям, обеспечивая их льготными площадкам в торговых центрах для реализации продукции». ■

МЕЖДУНАРОДНЫЕ БРЕНДЫ, ПРОДОЛЖИВШИЕ РАЗВИТИЕ В РОССИИ

№	БРЕНД	СТРАНА	ПРОФИЛЬ	ЛОКАЦИЯ
1	PERSPECTIVE*	ТУРЦИЯ	ОДЕЖДА И ОБУВЬ	ТРЦ «ГРИНВИЧ» (ЕКАТЕРИНБУРГ)
2	MAVI	ТУРЦИЯ	ОДЕЖДА И ОБУВЬ	ТРЦ «СЕМЬЯ» (УФА), ТРЦ «СПЕШИLOVE» (ПЕРМЬ)
3	TRUSSARDI	ИТАЛИЯ	ОДЕЖДА И ОБУВЬ	ТРЦ «КРИСТАЛЛ» (ТЮМЕНЬ)
4	ARYA HOME	ТУРЦИЯ	ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА	ТРЦ «СПЕШИLOVE»
5	MARC O'POLO	ГЕРМАНИЯ	ОДЕЖДА И ОБУВЬ	ТРК «РОДНИК» (ЧЕЛЯБИНСК), ТРЦ «ФАНТАСТИКА» (НИЖНИЙ НОВГОРОД)
6	ABRICOT**	ФРАНЦИЯ	ОДЕЖДА И ОБУВЬ	ТРЦ «САЛАРИС» (МОСКВА)
7	LI-NING*	КИТАЙ	СПОРТИВНАЯ ОДЕЖДА	ТРЦ «ГАЛЕРЕЯ КРАСНОДАР» (КРАСНОДАР)
8	TEZENIS	ИТАЛИЯ	НИЖНЕЕ БЕЛЬЕ	ТРЦ «АФИМОЛЛ» (МОСКВА)
9	ALEX YVN	АРМЕНИЯ	ОДЕЖДА И ОБУВЬ	ТРЦ «АФИМОЛЛ» (МОСКВА)
10	UNITED COLORS OF BENETTON	ИТАЛИЯ	ОДЕЖДА И ОБУВЬ	ТЦ «КРИСТАЛЛ» (ТЮМЕНЬ)
11	ANTA SPORTS*	КИТАЙ	СПОРТИВНАЯ ОДЕЖДА	ТЦ «ЦЕНТРАЛЬНЫЙ» (ЧИТА)
12	UFC GYM	США	ДОСУГ	ТЦ VIVALDI PLAZA (СУРГУТ)
13	FISSMAN	ДАНИЯ	ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА	ТК «НЕВСКИЙ ЦЕНТР» (САНКТ-ПЕТЕРБУРГ)
14	COFFEE BOOM*	КАЗАХСТАН	ОБЩЕСТВЕННОЕ ПИТАНИЕ	ТРЦ «ОКЕАНИЯ» (МОСКВА)
15	ENZA HOME	ТУРЦИЯ	ТОВАРЫ ДЛЯ ДОМА	ЦИ «МАГНИТ» (ЧЕЛЯБИНСК), ТЦ «БЛАГОДАТНЫЙ» (БЕЛГОРОД), ВОРОНЕЖ (ПЛАН)

* ВЫШЛИ НА РЫНОК В 2022 ГОДУ
** БРЕНД СОЗДАН МЕЖДУНАРОДНОЙ КОМАНДОЙ ИЗ РОССИИ, ФРАНЦИИ И ИТАЛИИ В 2018 ГОДУ ВО ФРАНЦИИ
ИСТОЧНИК: NF GROUP RESEARCH (EX. KNIGHT FRANK RESEARCH)

страна
мир
экономика
бизнес
финансы
недвижимость
культура
спорт
hi-tech
авто
стиль

