# СЕРВИСНАЯ ЦЕННОСТЬ

**В 2025 ГОДУ ИНВЕСТИЦИИ В СЕРВИСНЫЕ АПАРТАМЕНТЫ ПРОДОЛЖАЮТ ДЕМОНСТРИРОВАТЬ СТАБИЛЬНЫЙ РОСТ, ПРИВЛЕКАЯ КАК ЧАСТНЫХ, ТАК И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ИНВЕСТОРОВ. СРЕДНЯЯ ДОХОДНОСТЬ ДАННОГО СЕГМЕНТА НЕДВИЖИМОСТИ В РОССИИ ВАРЬИРУЕТСЯ ОТ 8 ДО 15% ГОДОВЫХ, ЧТО СУЩЕСТВЕННО ПРЕВЫШАЕТ ПОКАЗАТЕЛИ КЛАССИЧЕСКОЙ ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ.** АНТОНИНА ЕГОРОВА

Рынок сервисных апартаментов является относительно молодым сегментом недвижимости в РФ. Наибольшее развитие данный формат получил в Санкт-Петербурге, где сосредоточено около 60% от проектного объема построенных сервисных апартаментов в России. Именно здесь впервые появились девелоперы, профессионально занимающиеся этим направлением, а также многие сетевые управляющие компании.

По словам Ольги Широковой, партнера NF Group, формат сервисных апартаментов представляет собой привлекательную модель для инвестирования в доходную недвижимость. В отличие от покупки квартир с последующей самостоятельной сдачей в аренду, он предлагает более организованную, прозрачную и управляемую структуру. Операционная доходность подобного рода апартаментов для конечного собственника в среднем составляет 5–12% (в зависимости от региона и качественных характеристик проекта), инвестиционная зависит от «точки входа» в проект и последующего роста стоимости базового актива, может быть значительно выше.

Олег Германенко, руководитель направления стратегического консалтинга Nikoliers, отмечает, что инвестиции в сервисные апартаменты представляют собой сложный, но потенциально выгодный инструмент с прогнозируемой доходностью в диапазоне до 15% годовых. Однако эта цифра зависит от множества факторов: выбора локации, формата объекта и качества управляющей компании. «Наиболее надежными считаются проекты в деловых центрах крупных городов и популярных туристических направлениях, где обеспечивается стабильный спрос. При этом крайне важно убедиться, что апартаменты имеют официальную гостиничную классификацию, так как на рынке присутствуют случаи, когда застройщики пытаются реализовать обычные апартаменты под видом сервисных»,— поясняет он.

По словам Марчела Кырлана, доцента Финансового университета, управляющего партнера исследовательского центра «Аналитика. Бизнес. Право», ключевым фактором, определяющим доходность, является локация объекта. Сервисные апартаменты в центральных районах крупных городов и популярных туристических направлениях показывают наивысшую рентабельность. Например, в Москве апартаменты премиум-класса в центре могут приносить до 12–15% годовых, в то время как объекты в спальных районах — 8–10%. В Санкт-Петербурге апартаменты в историческом центре демонстрируют доходность 10–13%, а в курортных городах Краснодарского края — 9–14% в зависимости от сезонности.

«Формат апартаментов также существенно влияет на инвестиционную привлекательность. Студии и однокомнатные апартаменты площадью 25–40 кв. м традиционно показывают наивысшую удельную доходность из-за высокого спроса и более низкого порога входа для инвесторов. При этом в высоком сегменте растет спрос на просторные апартаменты (60–90 кв. м) с полноценными кухнями и отдельными спальнями, особенно для длительного проживания»,— добавляет он.

Также, по мнению Яны Лепешиной, руководителя по продажам сети апарт-отелей Vertical, для доходности очень важна концепция проекта как способ привлечения гостей — разных, на разные сроки, что помогает диверсифицировать трафик и обеспечить загрузку, а соответственно, и доходность инвестора.




ЕВГЕНИЙ ЛАВЛЕНКО

**ОСОБЕННОСТЬЮ ИНВЕСТИЦИЙ В СЕРВИСНЫЕ АПАРТАМЕНТЫ ЯВЛЯЕТСЯ СОЧЕТАНИЕ СТАБИЛЬНОГО ПАССИВНОГО ДОХОДА С ПОТЕНЦИАЛОМ РОСТА КАПИТАЛИЗАЦИИ**

Поэтому одним из ключевых отличий сервисных апартаментов от классического рынка квартир является наличие управляющей компании или гостиничного оператора. По словам госпожи Широковой, профессиональное управление более эффективно по сравнению с самостоятельной сдачей квартиры в аренду, в том числе благодаря наличию у УК или оператора возможности гибко комбинировать и регулировать форматы, выбирая краткосрочную или долгосрочную аренду, с поправкой на сезон и другие вводные.

«Роль управляющей компании невозможно переоценить — она напрямую влияет на заполняемость и, как следствие, на доходность объекта. Профессиональные УК с опытом работы в гостиничном секторе обеспечивают среднегодовую загрузку на уровне 75–85%, в то время как самостоятельное управление редко позволяет достичь показателей выше 60–65%. Комиссия УК обычно составляет 15–25% от дохода, но эти затраты полностью оправдываются более высокой заполняемостью и стабильностью денежного потока»,— заключает господин Кырлан.

**ПОРТРЕТ ИНВЕСТОРА** Структура инвесторов в сервисные апартаменты претерпела значительные изменения за последние годы. «По данным аналитических агентств, на 2025 год распределение выглядит следующим образом: частные инвесторы — 65% (преимущественно состоятельные физические лица, диверсифицирующие свои инвестиционные портфели); малые инвестиционные компании и семейные офисы — 20%; институциональные инвесторы — 10%; девелоперские компании, сохраняющие часть объектов — 5%»,— делится господин Кырлан.

Особенностью инвестиций в сервисные апартаменты является сочетание стабильного пассивного дохода с потенциалом роста капитализации. При грамотном выборе объекта инвестор получает юридически понятный инструмент с прозрачной структурой доходов и расходов, а также с возможностью личного использования недвижимости.

Ключевое преимущество сервисных апартаментов перед традиционной арендой жилья — более высокая доходность за счет краткосрочной аренды и дополнительных услуг. В отличие от гостиниц, апартаменты требуют меньших эксплуатационных расходов и имеют более гибкую модель управления.

«Налоговые аспекты также играют важную роль: сервисные апартаменты формально относятся к коммерческой недвижимости, что позволяет применять более гибкие налоговые режимы, включая УСН для индивидуальных предпринимателей. При этом инвесторы должны учитывать более высокие ставки коммунальных платежей и отсутствие возможности регистрации по месту жительства. Средний срок окупаемости инвестиций в сервисные апартаменты в России составляет 7–9 лет, что сопоставимо с международными показателями для аналогичных объектов»,— указывает господин Кырлан.

Что касается портрета потенциального инвестора, то, по словам Евгении Мироненко, генерального директора компании RBI PM (входит в группу RBI), средний возраст покупателя на этом рынке выше, чем в сегменте жилой