ВСТРОИТЬСЯ В ДОХОДНОСТЬ

ДОХОДНОСТЬ ИНВЕСТИЦИЙ В ЖИЛЬЕ ПРОДОЛЖАЕТ ПАДАТЬ, СЕГОДНЯ СРЕДНИЙ СРОК ОКУПАЕМОСТИ ВЛОЖЕНИЙ ДОСТИГ ДВАДЦАТИ ЛЕТ. МЕЖДУ ТЕМ КОММЕРЧЕСКИЕ ПОМЕЩЕНИЯ НА ПЕРВЫХ ЭТАЖАХ НОВОСТРОЕК СОХРАНЯЮТ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ: ДОХОДНОСТЬ ИНВЕСТИЦИЙ В ЭТОТ СЕГМЕНТ ДОСТИГАЕТ 7,5–11% ГОДОВЫХ, ЧТО СООТВЕТСТВУЕТ СРОКУ ОКУПАЕМОСТИ В 8–13 ЛЕТ. В НЕКОТОРЫХ РАЙОНАХ У МЕТРО ОКУПАЕМОСТЬ МОЖЕТ СОСТАВЛЯТЬ И ВОВСЕ МЕНЕЕ ШЕСТИ ЛЕТ. ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Максим Жабин, директор по развитию ГК «Едино», говорит: «За последний год встроенные помещения в хороших локациях дорожали быстрее квартир в тех же домах. Причина простая: квартир в доме сотни, а помещений на первом этаже — единицы, и дополнительных метров проект не произведет». Однако он замечает, что к этому инструменту инвестиций стали относиться строже. Пока вклад в банке дает заметную доходность без хлопот, встройка конкурирует с депозитом и выигрывает только там, где у помещения есть арендатор и понятный поток.

Юлия Ружицкая, коммерческий директор девелоперской компании UNIKEY, подсчитала, что за последний год (с октября 2025 года по октябрь 2026 года) стоимость встроенных помещений на первых этажах новостроек Петербурга выросла в среднем на 15–25%, в зависимости от локации и класса жилого комплекса. На рост повлияли увеличение стоимости строительства и спроса на стрит-ритейл в спальных районах, дефицит качественных помещений с высоким трафиком, инфляция и рост цен на строительные материалы, увеличение стоимости земли под новостройки.

ЗАВИСИТ ОТ РАЙОНА

«Окупаемость встроенных помещений в новостройках Петербурга в 2026 году составляет в среднем 8–13 лет, что соответствует доходности 7,5–11% годовых. Важно понимать, что окупаемость зависит от наличия арендатора, локации, трафика, класса помещения и условий аренды. Помещения с готовым арендатором стоят на 10–20% дороже, но окупаются быстрее»,— отмечает эксперт.

В структуре арендаторов коммерческой недвижимости, по словам госпожи Ружицкой, на первых этажах первое место занимает сфера красоты и спорта: около 18% площадей. На кафе и рестораны приходится 17%, на продовольственные магазины — 15–20%, на бытовые услуги — 10–12%. И еще 8–10% приходится на аптеки и зоомагазины.

Цены на встроенные помещения разнятся в зависимости от района. По данным UNIKEY, в Центральном районе квадратный метр стоит сегодня от 300 до 500 тыс. рублей, в Петроградском — 280–450 тыс., в Приморском — 200–320 тыс., в Кудрово, Мурино и на Парнасе — 140–220 тыс., в Колпино и Шушарах — 120–190 тыс.

25–35% В СТРУКТУРЕ СДЕЛОК ЗАНИМАЮТ ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ, КОТОРЫЕ ИЩУТ ПОМЕЩЕНИЕ ДЛЯ СОБСТВЕННОГО БИЗНЕСА. ЭТО ВЛАДЕЛЬЦЫ АПТЕК, САЛОНОВ КРАСОТЫ, НЕБОЛЬШИХ МАГАЗИНОВ. ЦЕЛЬ — КУПИТЬ ПОМЕЩЕНИЕ, ЧТОБЫ НЕ ПЛАТИТЬ АРЕНДУ



ЕВГЕНИЙ ЛАВРЕНКО

ЗА ПОСЛЕДНИЙ ГОД СТОИМОСТЬ ВСТРОЕННЫХ ПОМЕЩЕНИЙ НА ПЕРВЫХ ЭТАЖАХ НОВОСТРОЕК ПЕТЕРБУРГА ВЫРОСЛА В СРЕДНЕМ НА 15–25% В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ЛОКАЦИИ И КЛАССА ЖИЛОГО КОМПЛЕКСА

При этом сроки окупаемости вложений, по данным UNIKEY, различаются в зависимости от района. В Приморском районе окупаемость помещения площадью 50 кв. м стоимостью 8,5 млн рублей со ставкой аренды 120 тыс. рублей составит 5,9 года. В то время как в Центральном районе окупаемость помещения площадью 40 кв. м стоимостью 14 млн рублей достигает 9,7 года при той же ставке аренды. Помещение же в Мурино площадью 45 кв. м и стоимостью 3,9 млн рублей будет окупаться 7,2 года при ставке аренды 45 тыс. рублей в месяц.

Максим Жабин замечает: «Главный параметр здесь не стоимость метра, а пригодность под аренду. Помещение без витрины, без отдельного входа, без нужной электрической мощности и без разрешенного назначения под кафе или медицину остается дорогим складом. Опытный покупатель смотрит на первый этаж глазами будущего арендатора, а не глазами инвестора в метры».

Вера Голубева, бизнес-партнер TrendAgent в Санкт-Петербурге, добавляет: «Помещение на первой линии рядом с основным пешеходным потоком и аналогичный по площади лот во дворе могут иметь совершенно разную цену и инвестиционную ценность. Поэтому корректнее смотреть не только на стоимость квадратного метра, но и на потенциальную арендную ставку и срок окупаемости конкретного объекта».

Она полагает, что сегодня покупатель стал считать экономику гораздо внимательнее. Рост стоимости самого помещения не всегда сопровождается таким же ростом аренды, поэтому срок возврата инвестиций может увеличиваться. «Наиболее устойчиво выглядят небольшие помещения с понятным назначением, хорошей видимостью, отдельным входом и достаточным пешеходным трафиком. Для крупных лотов круг потенциальных арендаторов уже, а срок экспозиции обычно длиннее»,— делится эксперт.

Ольга Газеева, заместитель генерального директора по развитию Fizika Development, говорит: «При рассмотрении встроенных коммерческих помещений на первых этажах новостроек одним из ключевых факторов инвестиционной привлекательности остается расположение объекта. Особенно это касается центральных и околоцентральных районов Петербурга, где большое значение имеют пешеходный трафик и транспортная доступность».

Она напоминает, что за последний год стоимость коммерческих помещений в среднем выросла на 12%. «Окупаемость подобных инвестиций всегда индивидуальна. Она зависит от первоначальной стоимости помещения, расходов на его подготовку, потенциальной арендной ставки и стабильности спроса со стороны арендаторов. Стандартный срок — 10–15 лет»,— рассуждает эксперт.

Ксения Садкова, директор по маркетингу и продажам Legenda, обращает внимание, что в Петербурге и Москве встроенные помещения дорожают с разной скоростью: «В Петербурге рост стоимости сделок за год составил 12%, в Москве — почти 40%, и цена уже превысила 750 тыс. рублей за квадратный метр. При этом спрос на встроенные коммерческие площади снизился в обоих городах примерно на 25%. Это частично коррелирует с ситуацией на рынке жилой недвижимости».

По ее словам, раньше инвесторы ориентировались на окупаемость 8–10 лет. Сегодня базовый ориентир — от 12 лет и выше. «В течение срока строительства объект дорожает, а аренда не успевает за этим ростом. Поскольку при формировании цены мы учитываем текущие ставки аренды, а не индексированные через два-три года, то к моменту выхода объекта на рынок и появления первых арендаторов его окупаемость как раз выходит на уровень 12–15 лет. Инвесторы на рынке ориентируются именно на эти показатели»,— делится она.

ПОРТРЕТ ПОКУПАТЕЛЯ

В основном в коммерческие помещения на первых этажах вкладываются частные инвесторы, на них приходится половина объема по сделкам. «Это люди 40–55 лет, которые хотят получать пассивный доход от аренды, они рассматривают помещения площадью 40–100 кв. м в спальных районах с хорошим трафиком. Бюджет покупки составляет 5–20 млн рублей»,— говорит госпожа Ружицкая.

По ее словам, 25–35% в структуре сделок занимают предприниматели, которые ищут помещение для собственного бизнеса. Это владельцы аптек, салонов красоты, небольших магазинов. Цель — купить помещение, чтобы не платить аренду. Бюджет покупки 8–25 млн рублей, рассматриваются, как правило, угловые помещения с витринами и отдельным входом. Еще 10–15% приходится на сетевых ритейлеров: «Пятерочку», «Магнит», «Красное & Белое», «Дикси», «Аптеку.ру». В области их интересов помещения 80–200 кв. м, при их приобретении обращают внимание на трафик и парковочные места.

«Не более 5–8% сделок оформляется на инвестиционные фонды и семейные офисы. В этом сегменте предмет сделки — несколько помещений в одном ЖК или районе. Цель покупки — диверсификация портфеля, стабильный денежный поток»,— указывает госпожа Ружицкая.

Впрочем, не исключено, что доля инвестфондов в скором времени может сократиться. Михаил Костромин, сооснователь инвестиционной компании «Активо», напоминает, что в 2026 году нормативная база рынка коллективных инвестиций претерпевает изменения. «Минфин предложил ввести налог на прибыль для закрытых и интервальных паевых инвестиционных фондов, предназначенных для квалифицированных инвесторов. Предложения вошли в бюджетный пакет на 2027–2029 годы, первое чтение намечено на конец октября. Если поправки будут приняты, то доходность некоторых фондов может быть снижена. В первую очередь это касается фондов, использующих кредитное плечо, так как налогооблагаемая база не уменьшается на расходы фонда, к которым относятся и проценты по кредиту»,— делится эксперт.

РИТЕЙЛ-ПЛЕЙСИНГ НАБИРАЕТ ОБОРОТЫ

Павел Евсюков, директор по продукту Hansa Group, среди тенденций на рынке коммерческих помещений в новостройках выделяет следующую: «Все большее распространение, особенно в верхних ценовых сегментах, получает рит ейл-плейсинг — управляемое проектирование коммерческих функций в здании. Застройщик заранее планирует, какого типа бизнес займет то или иное помещение. Это помогает точечно работать с арендаторами и обеспечить заявленный уровень инфраструктуры. Наиболее частые примеры такой настройки: общепит и фитнес. Для рестораторов, например, удобство состоит в том, что помещение уже учитывает все инженерные аспекты (необходимые мощности, особенности вентиляции, водоотведения) и не требует дополнительных временных и финансовых затрат на переоборудование».

Некоторые девелоперы, идут дальше: самостоятельно отбирают потенциальных арендаторов, чтобы сохранить заявленный уровень проекта. ■