

коммерческая недвижимость

«Мы уже продали более трети апартаментов»

интервью

Почти год назад группа компаний «Пионер» объявила о начале продаж апартаментов в многофункциональном комплексе YE'S в Выборгском районе Петербурга на углу проспекта Просвещения и улицы Хошимина. До того заниматься доходным жильем рисковали лишь зарубежные инвесторы. О том, как сейчас обстоят дела на проекте, корреспонденту «Ъ-Коммерческая недвижимость» рассказал генеральный директор группы компаний «Пионер» направления «Санкт-Петербург» **ЮРИЙ ГРУДИН**.

— **Первый вопрос — когда комплекс будет сдан?**
— Комплекс будет сдан в ноябре 2013 года. Его общая площадь — 157 тыс. кв. м, около четверти — апартменты, остальное — квартиры. В комплексе, спроектированном одной из топовых петербургских архитектурных мастерских — «Евгений Герасимов и партнеры», предусмотрены фитнес-клуб с 25-метровым бассейном, детский сад на 55 мест с собственной игровой площадкой, спа-центр, салон красоты, рестораны, объекты сервиса и торговли, офисные помещения, а также подземный паркинг. Преимущества гостиничного сервиса уже многие оценили по достоинству. На продажу мы выставили всего 200 апартментов, треть из них на сегодняшний день уже продана. Более 700 апартментов группа компаний оставит за собой.

— **Какие планировки апартментов представлены в YE'S?**
— В YE'S предусмотрено три категории апартментов: Standard и Superior, отличающиеся площадью, и Deluxe с улучшенной планировкой и наибольшим метражом.

Самый популярный — Standard. Его площадь — 27–29 кв. м. Отделка выполнена качественными экологичными материалами. В прихожей размещается встроенная гардеробная. Для удобства проживания во всех апартментах предусмотрена зона кухни, оборудованная необходимой бытовой техникой европейского производства, здесь же располагается обеденный стол на несколько персон. В жилой зоне — вместительная система хранения, полки для книг и журналов, стильная мебель для сна и отдыха, плазменная панель. Есть также и рабочая зона с письменным столом.



— **Почему апартменты покупать выгоднее, чем обычную квартиру?**
— Покупая однокомнатную квартиру для сдачи в аренду, люди не в полной мере оценивают объем дополнительных вложений, требующихся для последующего извлечения дохода. А это существенно. Ведь к затратам на приобретение квартиры нужно прибавить стоимость отделки, обстановки, учесть время на ремонт. И только после этого можно рассчитывать на получение дохода.

Приобретая апартменты у нас, вы будете избавлены от всех проблем, поскольку апартменты продаются с чистовой отделкой, укомплектован-

ные мебелью, техникой и текстилем. Их стоимость составляет 2,69 млн рублей, а это на сегодняшний день не выше, чем средняя стоимость однокомнатной квартиры в Петербурге.

— **И на какой доход можно рассчитывать?**
— Сейчас мы предлагаем две доходные программы. Одна из них предполагает, что управляющая компания обеспечивает гарантированный доход в размере 10% годовых с 1 июня 2014 года, вторая — выкуп апартментов у собственника по удвоенной цене через пять лет с момента приобретения. Вне зависимости от выбранной программы у собственника всегда есть возможность сдавать апар-

таменты в аренду самостоятельно, на своих условиях.

— **Рынок аренды квартир в Петербурге был и остается «серым» и непрозрачным. Как вы планируете побеждать в конкурентной борьбе владельцев недвижимости, работающих вне официальных схем?**
— То, что рынок остается «серым», — это факт. При этом от этой «серости» страдают обе стороны. Ни для кого не секрет, что при заключении сделки по сдаче жилья в аренду сегодня рискует как арендатор, так и арендодатель. Найти добросовестных арендаторов удается не сразу, что вынуждает собственника квартиры решать пробле-

мы с соседями, разбираться с долгами по коммунальным платежам, восстанавливать испорченное имущество. Арендаторов, проживающих без договора, в свою очередь, беспокоит постоянный страх оказаться на улице в случае неожиданного желания собственника продать квартиру.

Приобретая апартменты YE'S, и собственник, и арендатор избавляют себя от вышеперечисленных проблем. Эксплуатацией и управлением апарт-отелем займется профессиональная управляющая компания Besat YE'S. Благодаря этому жильцам апартментов гарантирован качественный сервис и уверенность в завтрашнем дне, а инвесторам — стабильный доход.

— **А зачем управляющая компания?**
— По поручению владельца апартментов управляющая компания будет выполнять все работы — от привлечения арендаторов до контроля за сохранностью недвижимости. Благодаря УК арендаторы в YE'S смогут длительное время проживать в комфортных апартментах, объединяющих достоинства, присущие жилой недвижимости, в сочетании с разумной ценой и обширным перечнем услуг, традиционно предоставляемых в отелях: от ежедневной уборки до спа-процедур.

Такое предложение, без всяких сомнений, привлечет арендаторов, и недвижимость не станет простаивать.

— **Кто покупатели ваших апартментов?**
— Мы проводили исследование и выяснили, что наличие подобных апартментов, которые можно сдать в аренду, является также значительным подспорьем для семейного бюджета. Одни респонденты отмечали целесообразность покупки апартментов для извлечения дополнительного дохода после выхода на пенсию, другие хотели бы приобрести апартменты в качестве источника дохода для своих детей. В случае крайней необходимости апартменты могут быть проданы для разрешения сложной жизненной ситуации, а это дает уверенность в завтрашнем дне.

Кстати, предложение по аренде апартментов интересуют не только физические лица, но и корпоративные клиенты, которые смогут использовать их для размещения иногородних и иностранных сотрудников.

Неподъемный подвал

Ремонт помещений обойдется на треть дороже

НИШИ

Подвалы в историческом центре Петербурга до сих пор остаются одним из самых плохо развитых сегментов нежилой недвижимости. Чаще всего они попросту простаивают заброшенными. Пока изменений в этой ситуации не предвидится. Чтобы привести в порядок подвал, вложить в ремонт придется на треть больше средств, чем при реконструкции обычного помещения. А сдать такое помещение в аренду можно лишь на 30–50% дешевле, чем аналогичные помещения в другой части здания.

Сегодня, по оценкам экспертов, в исторической части Петербурга насчитывается около 3 тыс. подвальных помещений. Используются в основном те, которые выходят на проходные улицы.

Александра Славянская, генеральный директор ГК «Овентал», говорит, что подвальные помещения в дворовых и непроходных местах могут использоваться для модульного хранения, такая практика широко применяется на Западе. «Человек арендует модуль (контейнер, полу-контейнер) и хранит там вещи в зимний/летний период. Для такого использования подвальных помещений нужно, чтобы они были хорошо освещены и проветриваемы», — говорит госпожа Славянская. Она отмечает, что в России практически не встречаются в подвальных помещениях прачечные и химчистки. «Такая услуга удобна, например, для стирки постельного белья, в случае если в квартире отсутствует балкон, а также людям, которые арендуют жилье и не имеют собственной стиральной машины», — рассуждает она.

Кроме всего прочего, госпожа Славянская указывает на то, что в Петербурге и Москве существует колоссальный дефицит досуговых центров. Люди устали проводить однообразно выходные и праздничные дни. «Все больше людей стремится заниматься новыми танцами, учиться рисовать или играть на

музыкальных инструментах. Поэтому организация досуговых центров — это прекрасная возможность для коммерческого использования таких помещений», — полагает госпожа Славянская.

Она также говорит, что помещения можно оборудовать под архив. «Если подвальное помещение оборудовано, например, под архив, то арендная ставка находится на уровне не ниже, чем в самом офисном центре. Если же это необорудованное помещение без особых требований к воздухообмену, температурному режиму, доступу, освещенности, то арендная ставка будет значительно ниже», — рассуждает госпожа Славянская.

Екатерина Лапина, директор департамента коммерческой недвижимости АРИН, говорит, что сегодня чаще всего площадь подвальных помещений составляет 150–500 кв. м, однако в целом возможны любые метraje — от 10 кв. м до 5 тыс. кв. м.

Чаще всего арендаторами подвалов выступают представители малого и среднего бизнеса — наиболее востребованный метраж — от 30 до 250 кв. м. «Здесь можно организовать магазин, кафе, ателье, другие предприятия сферы услуг. Особенно выгодно совместное использование помещений такого типа и коммерческих площадей на первом или втором этаже», — говорит Сергей Степанов, директор по продажам компании «Строительный трест».

Ликвидность коммерческих помещений в первую очередь зависит от местоположения дома, «проходимости» места. Очень важны технические характеристики объекта: площадь подвала, высота потолков, наличие окон, уровень освещенности, расположение придомовых коммуникаций.

Стоимость ремонта в подобных помещениях определяется комплексом необходимых работ. Очень часто в подвале требуется установить дополнительное оборудование в сану-

лах, усовершенствовать вентиляцию и гидроизоляцию, обеспечить доступ к коммуникациям обслуживающим техническим службам. В центре города бывает необходим полный комплексный ремонт, с углублением помещений из-за низких потолков, оборудованием дополнительных выходов, заменой всех коммуникаций. Чаще всего в подвальных помещениях высота потолков колеблется в пределах 2,3–2,7 м, что и является недостатком при сдаче объекта в аренду. Кроме того, большинству операторов необходимо наличие двух входов в помещение, что подвалы могут обеспечить в редких случаях.

Ремонт подвальных помещений обойдется примерно на 30% дороже, чем ремонт помещения на первом этаже, при условии соответствия всем необходимым характеристикам.

Инна Лапченко, ведущий консультант отдела стрит-ритейла Jones Lang LaSalle в Санкт-Петербурге, считает, что подвальные помещения пользуются низким спросом у арендаторов, даже если они имеют хорошее местоположение. «Психологически легче подняться на несколько ступенек, чем спуститься вниз. Кроме того, аренда подвального помещения, арендатор вынужден вкладывать несколько большие средства в рекламу, чтобы привлечь посетителей. Поэтому срок экспозиции таких объектов достаточно велик и может достигать нескольких месяцев», — говорит она.

Госпожа Лапченко отмечает, что некоторые типы операторов (например, медицинские центры, аптеки или банки) не могут размещаться в таких помещениях из-за санитарно-эпидемиологических ограничений. Вследствие этого стоимость аренды таких объектов может быть до 50% меньше величины ставки аренды на помещения с аналогичной площадью и местоположением. Однако чаще разница составляет 10–40%.

денис кожин

Владельцы бизнес-центров остаются на линии

аренда

(Окончание. Начало на стр. 19)
Дмитрий Беляев рассказывает: «Когда мы в июне 2010 года запустили офисно-складской комплекс „Каскад“, на рынке офисной недвижимости ситуация была очень сложной, и мы пользовались разными способами активных продаж. Использовали интернет, наружную рекламу и рекламу в печатных изданиях, факсовые и почтовые рассылки, предлагали дисконтные скидки. В результате за шесть месяцев был достигнут восьмидесятипроцентный показатель заполняемости со ставкой аренды чуть ниже рыночной».

По его мнению, функция call-центров хорошо применима для продаж, когда объемы типовых предложений в определенном сегменте арен-

ды недвижимости достаточно велики, — например, несколько бизнес-центров в разных районах города одного или близкого класса. «У нашей компании каждый объект недвижимости является узко-профильным, соответственно, и продвижение его среди потенциальных клиентов происходит индивидуально, что улучшает качество предоставляемой информации и не требует централизации», — говорит господин Беляев.

Анна Романова считает, что call-центров как таковых на рынке сегодня нет ни у одного из собственников. Так называемая техника cold calling, когда осуществляется массовый «прозвон» компаний с целью поиска потенциальных клиентов, это классическая техника продажи, применяе-

мая в самых разных отраслях и не привязанная только к направлению «сдача в аренду коммерческой недвижимости».

Имидж — все

«Когда мы говорим о привлечении клиентов, то не менее важно создать положительный имидж бизнес-центру. Маркетинговая составляющая должна рассказать о достоинствах, раскрыть сильные стороны объекта и минимизировать недостатки. У нас разработана целая технология по формированию маркетинговой стратегии каждого проекта. Ее основная задача — точно определить целевую группу потенциального арендатора (или покупателя) и реализовать проект в максимально кратчайший

срок», — добавляет госпожа Романова.

Маркетинговая стратегия может включать разные задачи, начиная от PR-акций, направленных на формирование имиджа целой деловой зоны, и заканчивая рекламой конкретного объекта. «Возьмем всем известный пример деловой зоны „Пулково“. Когда там начинали реализовывать первые проекты, многие участники рынка скептически относились к тенденции децентрализации высококлассных объектов. Тогда все считали, что расположение бизнес-центра класса А возможно только в центральных частях города. И тогда был принят целый комплекс мер, направленных не только на продвижение проектов, но и

на создание положительного имиджа всей зоны. Сюда вошли и реклама отдельных объектов, и материалы в прессе, и мероприятия, нацеленные на то, чтобы донести до петербургского бизнес-сообщества мысль, уже не удивляющую европейских девелоперов и арендаторов, что бизнес-центр класса А может располагаться на окраине города», — рассказывает госпожа Романова.

Действительно, еще четыре года назад в беседах с корреспондентом «Ъ» многие участники рынка иронично отзывались о перспективах деловой зоны «Пулково».

РОМАН РУСАКОВ



Чаще всего арендаторами подвалов выступают представители малого и среднего бизнеса, наиболее востребованный ими метраж — от 30 до 250 кв. м