Переживет ли гостиничный рынок новый кризис | 14



К

Тематические страницы газеты «Коммерсантъ»

Коммерческая недвижимость

Среда 19 октября 2022 №194 (7395 с момента возобновления издания) kommersant.ru

14 Стоит ли отказываться от услуг управляющих компаний во времена турбулентности в экономике

15 Как сегмент стрит-ритейла пытается адаптироваться к новым условиям

16 Заменят ли технопарки старые промышленные площадки

Устойчивость с дисконтом

Стремление уходящих из России международных брендов высокого ценового сегмента распродать товарные остатки и работа франчайзинговых магазинов этих марок пока помогают удержаться московским аутлетам на плаву. Вакантность в них сейчас почти в четыре раза ниже среднерыночного значения для рынка торговой недвижимости. Хотя инвесторы вряд ли решатся в текущих условиях строить новые объекты. Скорее всего, под аутлеты будут переформатированы пространства в некоторых торговых центрах.



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

Аутлеты пока не готовы закрываться, но с углублением кризиса ситуация может измениться

— ритейл —

Формат аутлетов оказался более устойчивым к кризису, чем привычные торговые центры. По оценкам CORE.XP, средний уровень вакантности здесь не превышает 3%. Хотя динамика роста замедлилась и трафик в среднем не изменился к прошлому году, констатирует глава ритейл-департамента CORE.XP Марина Малахатько. Это действительно звучит намного более позитивно, чем оценки ситуации на рынке торговой недвижимости в целом. Согласно подсчетам CMWP, в торговых центрах Москвы сейчас пустуют 11,5% площадей, а в целом по стране — 13%. По подсчетам Focus Technologies, на текущий момент трафик этих объектов на 15% меньше, чем год назад.

Доступный формат

Главный секрет — специфика формата. В то время как в европейских странах в аутлетах зачастую продаются специально созданные брендами коллекции, в России, по словам директора торговой недвижимости NF Group Евгении Хакбердиевой, традиционно в них представлен сток. Случаи, когда ритейлеры привозили в страну специально созданные для европейских аутлетов коллекции, эксперт называет единичными. Низкую вакантность в сегменте в моменте госпожа Хакбердиева объясняет во многом тем, что большинство объявивших об уходе с российского рынка брендов сохранили в аутлетах собственные магазины для реализации товарных остатков. Президент Magic Group Александр Перемятов не исключает, что многие бренды рассматривают сохранение магазинов в аутлетах как лазейку: официально компания в России не работает, но распродажи идут.

Партнер CMWP Ольга Антонова указывает, что открыты в аутлетах и магазины сетей, не приостанавливавших деятельность в стране, а также франчайзинговые магазины. Марина Малахатько добавляет, что торговые точки некоторых люксовых брендов продолжают работать под управлением Mercury, многие из них накопили достаточно стока для открытия аутлет-формата. Одновременно, по словам эксперта, сети отгружают товары в соответствии с санкционными ограничениями, то есть в рамках закупочной цены до €300 за единицу товара. Гендиректор «Этерны» Дмитрий Томилин обращает внимание и на более целевую посещаемость аутлетов: «Люди специально едут сюда за покупками».

Туманные перспективы

Сейчас в Москве и области, по подсчетам Марины Малахатько, работают пять классических аутлетов. В CMWP отмечают, что столичный рынок в целом насыщен форматом и ждать появления новых объектов не стоит хотя бы на фоне общего снижения девелоперской активности в сегменте торговой недвижимости. В текущем году, по расчетам CMWP, сдать планируется не более 50 тыс. кв. м против 262 тыс. кв. м в 2020-м.

Марина Малахатько считает, что в существующих условиях строить торговые центры девелоперам в принципе не очень выгодно даже с учетом дешевеющего проектного финансирования. На этом фоне большинство объектов, которые создаются, напоминают скорее районные коммьюнити-молы или выступают элементом инфраструктуры транспортно-пересадочных узлов. «Аутлеты больше, чем любой другой формат торговли, требуют стабильности и возможности прогнозирования, прозрачности в цепочках логистики и готовности больших мировых брендов развиваться и масштабировать свой бизнес»,— отмечает Ольга Антонова.

Ограниченный ассортимент

Сейчас, по словам управляющего партнера IPG.Estate Ивана Починщикова, участники рынка исходят из того, что операторы в аутлетах продолжат свою работу до момента продажи всех товарных остатков. А вот дальнейшие перспективы неясны. Евгения Хакбердиева не исключает, что необходимость в формате в принципе отпадет на фоне общего дефицита товаров. По ее мнению, сокращение числа работающих в России крупных сетей неминуемо ведет к снижению генерируемого ими объема стока и, следовательно, продавать в аутлетах будет нечего. Восстановиться потребность, по ее словам, может лишь в том случае, если на рынке снова образуется пул брендов с достаточным стоком.

А пока продавать остатки существующих сетей, по мнению госпожи Хакбердиевой, можно и в классических торгцентрах, особенно с учетом объема пустующих в них помещений. Перспективы здесь есть. Так, по подсчетам Ольги Антоновой, если все приостановившие работу магазинов ритейлеры в итоге уйдут, то доля пустующих площадей достигнет 20–25%. Александр Перемятов не исключает, что формат аутлетов может компенсировать торгцентрам нехватку арендаторов — например, если его будут развивать внутри объекта как отдельный кластер. О переформатировании галерей в дисконт-центры там, где это необходимо, говорит и Марина Малахатько.

Впрочем, госпожа Малахатько предполагает, что существующие аутлеты пока сохранят возможность ротировать магазины и привлекать новых партнеров. «Впоследствии по аналогии с классическими торгцентрами в аутлетах могут появляться лайфстайл-форматы, больше сервисов и универмаги—аутлеты локальных операторов»,— не исключает Ольга Антонова. Дмитрий Томилин тоже предполагает, что появится два новых типа операторов в российских аутлетах. Это магазины крупных российских одежных ритейлеров, которые сейчас активно наращивают присутствие на рынке, и мультибрендовые форматы. Эксперт не исключает, что отдельные инвесторы под открытие аутлетов будут специально выкупать проблемные торгцентры.

Александра Мерцалова

Офисный парк для людей

— рынок офисов —

Два года назад девелопер «Пионер» приступил к реализации новых проектов коммерческой недвижимости в ответ на запрос рынка в качественной деловой инфраструктуре за пределами центра города. Тогда же правительство Москвы запустило программу по созданию в городе мест приложения труда, в которой участвуют девелоперы—лидеры рынка. Первым застройщиком, с которым столичные власти подписали соглашение, стала как раз компания «Пионер». Сегодня она активно строит Ostankino Business Park на северо-востоке города: всего здесь появится шесть корпусов более чем на 10 тыс. рабочих мест, и 8 тыс. из них — по городской программе. Как девелоперу найти баланс в реализации задач как бизнеса, так и города и почему именно бизнес-парк наиболее соответствует образу современной деловой недвижимости Москвы?



ПРЕДОСТАВЛЕНО ГК «ПИОНЕР»

Ostankino Business Park обещает стать одним из лучших офисных центров на северо-востоке Москвы

Инвестиции в труд

Городская программа по созданию новых мест приложения труда возникла неслучайно и коррелируется с требованиями и ожиданиями бизнеса, который стремится присутствовать в Москве. Не секрет, что в столице уже больше десяти лет появляются кластеры с жилой застройкой на месте, например, бывших промзон. Но ежедневные поездки москвичей в будни из дома на работу затратны как для людей — на дорогу уходит больше часа-полутора, так и для транспортной инфраструктуры города, которой необходимо справляться с высокими нагрузками в утренние и вечерние часы пик: проблему маятниковой миграции невозможно постоянно решать, смещая на час или два начало рабочего дня для сотрудников. Чтобы облегчить ситуацию на городском уровне, столичное правительство и решило запустить программу по созданию новых рабочих мест в районах с высокими объемами жилищного строительства, повысив таким образом удобство жизни в мегаполисе и для его резидентов, и для деловых структур.

Очевидно, что в той же парадигме мыслят и крупнейшие девелоперы Москвы. В программе по созданию мест приложения труда решили принять участие ГК ПИК, ГК ФСК, ГК «Самолет» и многие другие. «Пионер» сделал это первым и подписал договоры с городом на создание новых рабочих мест для Москвы, получив, в свою очередь, льготные условия при переоформлении земельных участков под строительство жилья.

Из общей суммы инвестиций столичного правительства в программу — около 92 млрд руб.— на проекты компании «Пионер» пришлось 26,6 млрд руб. По словам руководителя департамента инвестиционной и промышленной политики Москвы Владислава Овчинского, с застройщиком удалось договориться о строительстве двух таких объектов на северо-востоке столицы. Речь идет о торгово-офисном центре в составе ТПУ «Ботанический сад» в Ростокино и офисном комплексе Ostankino Business Park в Бутырском районе. В целом новые объекты позволят обеспечить рабочими местами более 11 тыс. жителей этих районов, но не только. Благодаря бизнес-парку Ostankino, в частности, кардинально изменится характер района его застройки, локация возле Останкинской башни на территории бывшей промзоны в Огородном проезде.

Корпус за корпусом

Для «Пионера», который изначально специализировался на строительстве жилья и МФК с сервисными апартаментами, строительство Ostankino Business Park стало логичным продолжением экспансии на рынке. Застройщик прежде всего грамотно подобрал площадку. Она находится в одном из московских районов, где построены и строятся другими девелоперами новые жилые комплексы, резиденты которых — потенциальные работники компаний в будущем бизнес-парке.

Более того, это локация с идеальной транспортной доступностью: минута ходьбы от станции метро «Бутырская» и столько же до железнодорожной платформы Останкино: что важно, транзитный маршрут пассажиров будет проходить именно по благоустроенной территории бизнес-парка, обеспечив дополнительным трафиком ритейл на первых этажах шести корпусов. Здесь же вскоре после ввода в эксплуатацию первой очереди бизнес-парка — два корпуса были полностью достроены в конце сентября — будет открыта новая станция МЦД-3. Дорога на машине до Третьего транспортного кольца займет 5 минут. До главной достопримечательности района, сделавшей его знаменитым на всю страну,— Останкинской телебашни, возвышающейся над парком «Дубовая роща»,— неспешным шагом 15 минут ходьбы. Эти же объекты видны из панорамных окон офисов так близко, как никогда прежде.

Сам проект еще на старте строительства получил от консультантов рынка недвижимости отменные характеристики. Дело не только в удачной локации, но и в архитектурном решении: фасады корпусов со сплошным остеклением делают объект легким, почти прозрачным. Сейчас такой тренд популярен в офисном строительстве европейских стран, где обеспеченность рабочими местами в столицах сравнительно выше, чем в Москве. Такое решение помимо прочего позволяет добиться в офисных пространствах, привычных к большому количеству искусственного света, отличной естественной инсоляции. Это немаловажно для работников, ведь сейчас компании конкурируют за ценные кадры в том числе уровнем комфорта в офисах.

Формат бизнес-парка предусматривает, что его резиденты здесь не только работают, но и имеют возможность получить, не выходя за его пределы, все необходимые услуги: от покупок в магазинах до салонов красоты, от фитнеса с бассейном до ресторанов с верандами. Кстати, «Пионеру» уже удалось продать практически все площади стрит-ритейла во втором и третьем корпусах Ostankino Business Park, ныне введенных в эксплуатацию: покупателям доступен последний блок в третьем корпусе. Это говорит о том, что ритейлеры, операторы общепита и услуг рассчитывают на высокий трафик. Кроме того, бизнес-парк располагает и пространством для отдыха: почти 37 тыс. кв. м девелопер отдал под благоустройство с арт-объектами, летними террасами на территории, площадкой для мероприятий, велопарковкой и всем тем, без чего сегодня не обходится ни один современный офисный проект.

«Пионер» сейчас активно продает и офисные пространства — как для компаний, приобретающих площади для себя, так и для инвесторов, вкладывающих средства в коммерческую недвижимость. Учитывая такой широкий спектр интересантов, девелопер запланировал «нарезку» от небольших площадей — от 70 кв. м — до целого этажа и даже здания. Еще до ввода корпусов первой очереди в объекте было продано около 50% офисного объема. Как рассказывали в компании «Пионер», от старта продаж и стройки до выхода на практически полную готовность корпусов инвесторам, рассматривающим для себя выход из проекта, удается получить доходность до 40% при перепродаже. У тех же, кто планирует дальнейшую сдачу в аренду, получается найти арендатора в кратчайший срок: новое предложение офисов не только в районе, но и в округе практически дефицитно мало.

Планировочные решения в Ostankino Business Park позволяют создать офис под нужды каждой конкретной компании. Гибкость пространства важна еще и потому, что у каждого арендатора или владельца площадей своя культура труда: где-то принято работать в опен-спейсах, где-то важно наличие большого количества отдельных кабинетов, иные предпочтут коворкинг-спейс с большим количеством зон для командной работы и переговорных. Ostankino Business Park спроектирован таким образом, что позволяет моделировать на свой вкус и лад. Дополнительной возможностью для клиентов стала опция заказа готовой отделки от застройщика: она позволит сократить затраты и сроки на переезд компаний и быстро подготовить офис к заезду.

Еще один немаловажный момент — это инженерия. Вся она — от датчиков учета до систем сберегающего энергопотребления и безопасности здания — спроектирована и оснащена на высоком уровне, соответствующем объекту класса А.

Очевидно, что для каждого офисного и торгового резидента бизнес-парка важен комфорт, который обеспечивают управляющие компании. Управлять объектом «Пионер» решил совместно с Sawatzky Property Management, с которым сотрудничают владельцы многих знаковых бизнес-центров Москвы. Стороны подписали соответствующее соглашение. Компании уже приступили к оказанию услуг по предэксплуатации и сопровождению приемки бизнес-парка, а это разработка концепции эксплуатации, участие в комплексных испытаниях систем здания, интеграция IT-решений по управлению операционной деятельностью на объекте.

Как рассчитывает девелопер, совместная эксплуатация объекта позволит обеспечить качественное обслуживание всех систем здания и прилегающей территории, сформировав все условия для продуктивной работы и отдыха как резидентов, так и жителей района, для которых бизнес-парк станет новой точкой притяжения за счет сочетания торговой недвижимости и ландшафтного парка на территории.

После ввода первой очереди в эксплуатацию «Пионер» продолжает строительство второй и третьей — а это корпуса с четвертого по шестой со сроком сдачи в 2023–2024 годах. Финансирование на эту часть проекта летом выделил Сбербанк в виде кредита суммарно на 5,7 млрд руб. Кстати, девелопер решил продать пятый корпус общей площадью 22 тыс. кв. м целиком, чтобы удовлетворить потребности крупной компании, которой необходим офис для размещения штаб-квартиры. Качество строительства компания гарантирует на примере уже построенных корпусов бизнес-парка.

Антон Боровой

OSTANKINO BUSINESS PARK

Месторасположение	Северо-Восточный административный округ Москвы, Бутырский район
Архитектура	UNK project
Общая площадь	133,5 тыс. кв. м
Размеры офисов	от 70 кв. м
Транспортная доступность	в минуте от станции метро «Бутырская» и МЦД «Останкино»

Review

ZEPPELIN
FACILITY & SERVICES MANAGEMENT

«Бизнес УК является наиболее устойчивым в кризисы»

Любой кризис дает управляющим компаниям возможности для развития и профессионального роста. О том, как УК помогают собственникам объектов недвижимости пережить турбулентные времена, рассказывает генеральный директор и совладелец управляющей компании Zeppelin **Андрей Кротков**.

— мнение —



Кризисный шторм

Пандемия 2020 года стала объединяющим в нашей отрасли: мы работали рука об руку с нашими заказчиками и пытались помогать друг другу. Эта ситуация показала всем хрупкость глобальных цепочек поставок, поэтому все поняли, что необходимо этот риск закрывать всеми возможными способами.

Конечно, COVID-19 стал триггером и к ускоренному развитию удаленной работы. Ряд компаний принял решение о разработке необходимых продуктов для дистанционной работы сотрудников. Так как часть помещений в этот период пустовала, управляющим компаниям необходимо было справляться с естественным образом сократившимся объемом услуг. Сегодня мы не наблюдаем снижения нагрузки по объектам, находящимся в управлении. Однако появилась другая проблема, связанная с персоналом.

В период пандемии управляющие компании столкнулись с выбытием сотрудников старше 60 лет, но они составляли лишь небольшой процент от общей штатной численности. В то же время сейчас компании теряют самых молодых и прогрессивных сотрудников с передовыми знаниями. Поэтому встала проблема необходимости экстренной замены специалистов зачастую при отсутствии свободных кадров на рынке.

Стоит сказать, что в целом многие планы и прогнозы отрасли на 2022 год быстро потеряли свою актуальность. Поэтому сегодня мы адаптируемся и выстраиваем работу в новых условиях. При этом кризис 2022 года для нашей отрасли еще не начался в полной мере. Недвижимость и ее эксплуатация — это очень инертные отрасли, и все проблемы нам еще предстоит испытать.

Негативные последствия

Мы все чаще сталкиваемся с ситуациями, когда заказчики просят об оптимизации услуг или принимают решение отказаться от части из них из-за ежедневно дорожающих расходных материалов. Некоторые заказчики из числа международных компаний и вовсе приостановили свою деятельность в стране. В связи с этим у управляющих компаний, конечно, сокращается выручка.

В то же время усложняется решение вопросов с заменой и ремонтом оборудования, растут стоимость клинингового оборудования и сроки его поставки. Кроме того, часть поставщиков прекратили поставки запчастей и расходных материалов, из-за чего невозможно отремонтировать некоторое оборудование и приходится искать ему замену.

Если говорить про наших клиентов — владельцев торговой, офисной, складской недвижимости, то они сегодня сталкиваются с оттоком арендаторов. В случае с торговыми центрами и офисами проблема осложняется пустующими площадями из-за ухода ряда иностранных компаний. А новые арендаторы зачастую не хотят вкладываться в отделку: им нужны уже готовые и красивые помещения.

Надежный партнер

Однако, несмотря на негативные факторы, бизнес УК является наиболее устойчивым в кризисные моменты. Недвижимость — это один из самых надежных и консервативных активов, который в любом случае требует обслуживания и содержания, чтобы оставаться в цене. Даже законсервированное здание требует ухода и контроля со стороны управляющей компании.

Конечно, объем предоставляемых услуг в кризис может сокращаться, однако в целом работа УК никогда не останавливается. Мы понимаем все трудности наших заказчиков, и нам важно сохранить партнерские отношения, при которых каждая сторона окажется в выигрыше. Гибкость и надежность — важные факторы в работе управляющих компаний в кризисные моменты.

В то же время передовые управляющие компании могут успешно развиваться и сегодня за счет обостряющейся конкуренции и умения предложить заказчикам наиболее прогрессивные решения. Так, нашей компании Zeppelin уже более десяти лет удается расти, несмотря на неоднократно наступавшие в этот период кризисы. Мы постоянно совершенствуем бизнес-процессы и компетенции группы компаний, расширяем штат и повышаем квалификацию персонала. Для Zeppelin важно сокращать производственные издержки, сохраняя при этом премиальное качество обслуживания для заказчика.

Мы часто говорим нашим клиентам и партнерам, что кризис — это не повод отказываться от услуг управляющей компании. Несмотря на экономическую нестабильность, рост цен и санкционное давление, например, наша УК изыскивает запасные части и аналоги на то, что уже не поставляется в Россию.

Качественная управляющая компания пытается выполнить условия, подписанные в договоре с ценами годичной давности даже в изменяющихся экономических условиях. В итоге после завершения кризиса собственники объектов недвижимости максимально ценят и возобновляют взаимодействие с теми УК, которые не стали наживаться на их беде.

Факторы доверия

При выборе управляющей компании в сегодняшних условиях я бы рекомендовал обращать внимание на тех игроков, которые уже пережили кризисы, умеют оперативно сжиматься и масштабироваться. Например, Zeppelin работает в России с 2003 года, а накопленный опыт обслуживания объектов в портфолио превышает 7 млн кв. м.

Для специализированных управляющих компаний решение эксплуатационных вопросов является основным направлением своего развития и деятельности. При этом в ситуации кризиса профессиональные УК ищут возможности для оптимизации затрат без снижения стоимости и без влияния на безопасность и жизнеобеспечение здания. Решая сложные задачи на одних проектах, УК перенимают этот опыт на других объектах, за счет чего повышается качество услуг и снижается стоимость.

В то же время грамотное формирование регламентов обслуживания оборудования профессиональными УК, организация и контроль его своевременного проведения обеспечивают бесперебойность работы и срок службы. Можно много говорить о том, как управляющая компания помогает собственнику объекта недвижимости вести бизнес. Самое важное, что заказчикам не требуется заниматься непрофильными вопросами по их эксплуатации.

Стабильность работы УК достигается за счет четко сформулированных и отработанных на практике бизнес-процессов и регламентов, которые гарантируют получение стабильного результата. Кризис — это не повод для управляющей компании отказываться от внедрения новых технологий. В итоге выигрывают те игроки рынка, которые непрерывно занимаются поиском современных и передовых решений для оптимизации своей работы.

Собственники коммерческой недвижимости также должны понимать, с какими трудностями сталкиваются заказчики, и пытаться вместе искать наиболее оптимальные решения для всех сторон. Разорвать отношения очень легко. Однако нужно понимать, что за короткое время практически невозможно найти УК, которая за небольшой бюджет возьмет на себя чрезмерные обязательства.

В свою очередь, управляющие компании тоже должны осознавать, что, отказываясь сегодня от не очень выгодного контракта, не смогут найти высокомаржинальный проект. Кризис коснулся практически всех отраслей экономики. Мы все плывем в одной лодке, поэтому нужно держаться вместе.

коммерческая недвижимость

Тарифы заночевали в отелях

— гостеприимство —

Снижение количества деловых мероприятий и потеря иностранных туристов негативно повлияли на гостиничный рынок. Серьезнее всего пострадали московские отельеры, которые из-за снижения загрузки не могут поднять цены даже на уровень инфляции. Эксперты ожидают, что гостиничный бизнес в столице сможет оправиться от череды кризисов не раньше 2024 года. Но некоторым сегментам вспышки коронавируса и закрытые границы, наоборот, оказались на руку: загородным средствам размещения удалось привлечь дополнительный поток гостей.



АЛЕКСАНДР ПЕТРОСЯН

Перспективы гостиничного рынка Москвы из-за кризиса выглядят пока не так ясно

Иностранные туристы пролетели мимо Москвы

В январе—июне текущего года средний тариф на размещение в московских гостиницах вырос на 7% год к году, до 7,9 тыс. руб., подсчитали в CORE.XP. По данным Commonwealth Partnership (CMWP), цены выросли еще меньше: всего на 3% год к году, до 6 тыс. руб. Это гораздо ниже уровня годовой инфляции, которая с июня 2021 года по июнь 2022-го, по данным Росстата, составила 15,9%.

Московский гостиничный рынок можно назвать самым пострадавшим субрынком российской недвижимости в нынешнем году, так как здесь располагается самое большое количество гостиниц класса люкс и верхнего предела высокого ценового сегмента, ориентированных на западных бизнес-туристов, поток которых существенно снизился, отмечает руководитель подразделения индустрии гостеприимства CORE.XP Михаил Багдасаров. По подсчетам аналитиков, в январе—июне текущего года загрузка московских отелей оказалась на уровне 56%, снизившись на 2 и 17 процентных пунктов (п. п.) по сравнению с 2021-м и докризисным 2019-м соответственно.

Среди сетевых и экс-сетевых отелей (ушедших из РФ операторов) больше всего гостей потеряли пятизвездные гостиницы, чья загрузка снизилась в первом полугодии на 8 п. п. год к году, подтверждает управляющий партнер Hotel Advisor Сергей Данильченко. По его данным, в то же время загрузка в четырехзвездных отелях снизилась всего на 1 п. п., а в объектах с тремя звездами, наоборот, выросла на 2 п. п.

Цены на размещение в московских гостиницах в январе—июне не только не росли, но и, напротив, сокращались с пиковых значений в зимние месяцы, отмечает партнер CMWP Марина Усенко. По данным Hotel Advisors, в сетевых и экссетевых отелях столицы средние тарифы с марта по июнь текущего года выросли только на 4%, а отели высокого ценового сегмента в то же время показали отрицательную динамику и оказались ниже значений 2021-го.

Гостиничные операторы значительно не повышают цены из-за того, что туристы не могут заплатить больше: при попытках поднять стоимость размещения в отеле сразу падает загрузка, подтверждает основатель Ivashkevich Hospitality Станислав Ивашкевич. Хотя расходы отельеров на обслуживание номеров выросли, добавляет директор по гостиничному консалтингу Knight Frank Russia Наталия Розенблюм. Но управляющие все равно не идут на риски, поэтому в некоторых случаях даже снижают цены, уточняет господин Ивашкевич.

Деловая неактивность

По словам Марины Усенко, такая динамика рынка продиктована заметным сокращением деловой активности после начала военной спецоперации РФ на Украине, а также отсутствием иностранного турпотока в летние месяцы, что очень помогло Москве в 2021 году, пока европейские города оставались закрытыми из-за вспышек коронавируса. Большинство компаний перешли на удаленный формат работы и не нуждаются в очных встречах в столице, напоминает Наталия Розенблюм.

Количество деловых мероприятий, которые к тому же проходят без иностранных гостей, заметно снизилось, говорит госпожа Розенблюм. В нынешнем году деловой туризм как основное намерение для визита в столицу сместился на второй план, и теперь все больше туристов посещают Москву с целью отдыха, подтверждает господин Багдасаров. Рост внутреннего туризма и господдержка отельеров способствовали тому, что удалось избежать критического падения спроса, и уже в июне уровень загрузки гостиниц Москвы сравнялся со значением июня 2021 года, добавляет эксперт.

За счет российских туристов загрузка выросла только в категории отелей со стоимостью до 7 тыс. руб. в сутки за размещение, добавляет Станислав Ивашкевич. По данным Hotel Advisors, в несетевых отелях столицы средний тариф по сравнению с 2021 годом вырос почти на 16%. На этом фоне им удалось держать уровень заполняемости объектов. Сергей Данильченко говорит, что уровень их загрузки в январе—июне составил 61,2% против 61,4% годом ранее.

Повышение уровня загрузки отелей может начаться осенью, когда растет деловая активность и люди начинают чаще ездить в командировки и развивать свой бизнес, считает Станислав Ивашкевич. Гендиректор «Аэроклуб Тура» Андрей Зиновецкий ожидает, что в 2022 году MICE-рынок повторит динамику прошлого года с поправкой в рамках 15%, но относительно 2019-го объемы рынка составят 65–70%.

Ситуация сформирована кризисом и давлением санкций, что вынуждает искать новые рынки, поясняет руководитель MICE-комитета Национальной ассоциации организаторов мероприятий Татьяна Конакова. Но управляющий директор корпоративного бизнеса «Випсервиса» Галина Полищук сомневается, что рынок MICE-мероприятий в текущем году выйдет на докризисные показатели. «Выездные мероприятия традиционно формировали значительную долю, сейчас их количество ограниченно»,— напоминает она. Кроме того, отмечает госпожа Полищук, многие MICE-активности внутри страны организовывали российские представительства зарубежных компаний, и заместить их оперативно не получится.

Уже в августе загрузка московских средств размещения в некоторых сегментах достигла показателей 2021 года, но все равно останется ниже значений докризисного 2019-го, отмечает Сергей Данильченко. Полного восстановления гостиничного рынка Москвы не стоит ожидать раньше 2024 года, прогнозирует замдиректора департамента консалтинга Nikoliers Евгения Тучкова.

Наибольшие надежды возлагаются на туристов из Китая, которые смогут компенсировать загрузку не только московских, но и гостиниц в других крупных городах России, отмечает Михаил Багдасаров. Он напоминает, что в 2019 году 21% от общего числа зарубежных туристов приходилось на граждан КНР.

Отдых за городом

В противовес сегменту городских отелей загородные туристические комплексы, напротив, нарастили поток гостей. После начала пандемии выезд в другие страны стал сильно ограничен, и россиянам пришлось отдыхать за городом. Такой тренд сохраняется и сегодня на фоне нового геополитического кризиса.

По данным CMWP, за последний год загрузка загородных отелей выросла на 10–15 п. п. Станислав Ивашкевич говорит, что сейчас загрузка подмосковных отелей составляет 60–90%. По словам президента Российского союза предприятий туриндустрии Сергея Шпилько, уже второй год подряд загрузка таких объектов в межсезонье бьет рекорды из-за программы кэшбэка и дефицита предложения.

На этом фоне главным трендом российского туристического рынка в 2022 году стал рост загородного и регионального предложения, отмечает Михаил Багдасаров. «Сейчас наблюдается высокая девелоперская активность в Подмосковье, где мы видим спрос на разработку проектов отелей высоких ценовых сегментов»,— напоминает эксперт.

В сегмент стали выходить и непрофильные инвесторы. В августе бывший член совета директоров ПАО «Россети Ленэнерго» и МРСК Урала Дмитрий Федоров выкупил 8 га и имущество санатория «Незабудка» в деревне Трусово недалеко от подмосковного Солнечногорска.

Чуть раньше, в апреле, структуры президента ЦСКА Евгения Гинера выкупили отель «Яхонты» в подмосковном Ногинске, которым ранее только управляли. Это связано с тем, что многие зарубежные направления закрыты и отдыхающие стали переориентироваться на внутренние направления. Многие южные курорты сейчас труднодоступны из-за прекращения авиасообщения, поэтому население активно ищет альтернативные места для отдыха. Это позволило операторам загородных средств размещения поднять цены: по данным CMWP, средние тарифы таких отелей выросли на 30–40%.

Дарья Андрианова, Александра Мерцалова

Review

Alfa-Service
КЛИНИНГ ПО-УМНОМУ

«Мы заинтересованы в развитии коммерческой, индустриальной и жилой недвижимости»

Несмотря на высокий уровень конкуренции на рынке facility management (FM), в России только несколько десятков крупных компаний имеют достаточный опыт, квалификацию и наработанные технологии оказания клининговых услуг. Коммерческий директор клининговой компании «Альфа-Сервис» и руководитель контрольного комитета СРО «Ассоциация клининговых и фасилити-операторов» **Наталья Карасева** рассказала «Ъ-Коммерческая недвижимость» о том, с какими трудностями сталкиваются крупные игроки рынка FM-услуг и какие законодательные изменения позволят их преодолеть.



ПРЕДОСТАВЛЕНО ПРЕСС-СЛУЖБОЙ «АЛЬФА-СЕРВИС»

— интервью —

— С какими основными сложностями в настоящее время сталкиваются игроки рынка facility management?

— В первую очередь стоит сказать, что рынок FM-услуг в России является высококонкурентным. По нашим подсчетам, в отрасли оперирует более 6 тыс. юридических лиц. Высокий уровень конкуренции связан в том числе с достаточно низким порогом входа: ежегодно появляется большое число новых игроков, которые работают, например, в секторе государственных закупок. Требования к квалификации и опыту работы при госзакупках не играют большой роли, а победитель определяется исключительно по минимальной стоимости.

Кроме того, параллельно с процессом появления новых клининговых компаний часть игроков FM-услуг вымывается с рынка из-за жесточайшей ценовой конкуренции, обусловленной рентабельностью на уровне буквально нескольких процентов. Соответственно, любая форс-мажорная ситуация, например просроченная дебиторская задолженность, крупные затраты на ремонт техники, приводит к тому, что у компании возникает кассовый разрыв и она не имеет возможности исполнять свои обязательства.

В то же время я бы хотела отметить существующее расслоение отрасли FM-услуг с точки зрения квалификации компаний и возможности обслуживания сложных объектов. По моей оценке, только несколько десятков крупных компаний с опытом, квалификацией и наработанными технологиями имеют достаточно ресурсов для обслуживания крупных объектов коммерческой и индустриальной недвижимости, мойки технологического оборудования и т. д. К сожалению, основная масса клининговых компаний в отрасли занимается в основном ручным трудом низкой квалификации.

— Участники рынка FM-услуг сегодня все чаще говорят о необходимости обеления отрасли. Какие глобальные проблемы накопились в этой сфере?

— Отрасль facility management можно назвать человекоемкой, так как она имеет очень высокую долю ручного труда. Превалирующая доля в общих издержках складывается из затрат на трудовой ресурс. Не менее важными являются расходы на амортизацию, обслуживание техники и закупку расходных материалов. Из-за такой структуры себестоимости услуги налоговая нагрузка, включая НДС и страховые взносы на ФОТ, находится на очень высоком уровне и составляет около 30% от выручки.

При этом в последние годы ценовая конкуренция в отрасли сводилась к налоговому демпингу. Поэтому, к сожалению, ни о какой конкуренции по качеству услуг, эффективности говорить не приходилось.

В то же время подобная ситуация не устраивает компании, которые хотят развиваться не за счет демпинга, а за счет роста своих компетенций, вложений в обучение и технологии, а также заинтересованы именно в профессиональной конкуренции.

— Среди участников рынка FM-услуг активно обсуждается проект обеления отрасли. Расскажите о нем подробнее. По вашей оценке, требует ли он доработки?

— Проект обеления отрасли FM-услуг начал создаваться более трех лет назад после объединения ряда активных игроков рынка в Ассоциацию клининговых и фасилити операторов. Совместными усилиями были выработаны нормативы налоговой нагрузки и стандарты расчета стоимости услуг, чтобы исключить налоговый демпинг.

Данные стандарты и нормативы легли в основу Инфоресурса ФМ — раздела сайта Ассоциации добросовестных налогоплательщиков при участии ФНС России. Уже сегодня в Инфоресурсе ФМ зарегистрировано около 1 тыс. компаний-подрядчиков, которые подписали согласия на раскрытие налоговой информации, а также около 200 заказчиков профессионального клининга. Инфоресурс имеет цветовую индикацию по принципу светофора и показывает уровень риска для заказчика при заключении договора с выбранной компанией.

— Насколько Инфоресурс ФМ удобный и полезный инструмент для бизнеса?

— Это основной инструмент в проекте обеления отрасли, позволяющий обосновать стоимость услуги, подтвердить расходы на трудовой ресурс и начисление налогов.

Несомненной положительной стороной проекта является возможность конкуренции игроков рынка именно в профессиональном плане. Для заказчиков, которые работают через Инфоресурс ФМ, все статьи затрат подрядчиков являются прозрачными, а также отсутствует возможность налогового демпинга.

Сейчас через Инфоресурс ФМ работают в основном заказчики из сектора ритейла — это крупные сетевые компании, потребляющие большое количество профессионального клининга. Однако нам бы хотелось, чтобы и заказчики из других секторов, например коммерческой и индустриальной недвижимости, государственных закупок, начали активно работать через этот портал.

— Как выстроена работа с Инфоресурсом ФМ у подрядчиков и заказчиков?

— Портал позволяет уточнить сведения по уровню нагрузки по страховым взносам и удельному вычету по НДС в разрезе каждого налогоплательщика. Все данные автоматически сверяются с базами данных ФНС по расчетам страховых взносов в ежеквартальном режиме. Таким образом, налоговая служба стимулирует заказчиков услуг проявлять должную осмотрительность и выбирать подрядчиков с минимальными налоговыми рисками.

Подписание актов выполненных работ происходит через личные кабинеты заказчика и подрядчика с подтверждением трудового ресурса и вычета по НДС со стороны ФНС, таким образом заказчик минимизирует риски доначисления налогов, связанные с подрядчиком.

Конечно, работа через личные кабинеты требует дополнительного администрирования как со стороны заказчика, так и со стороны подрядчика. Но при этом этот портал снимает все возможные налоговые риски и делает взаимодействие прозрачным и эффективным.

— Какие факторы, по вашему мнению, сегодня в наибольшей степени тормозят процесс обеления отрасли FM-услуг?

— Основным фактором я бы назвала высокую налоговую нагрузку и сложность ее исчисления. Соответственно, возникают сложности в контроле выполнения налоговых обязательств, которые усугубляются большим количеством мелких игроков.

— Можете ли вы оценить, в какой срок и при каких условиях возможно полное обеления рынка фасилити-услуг?

— Я думаю, что в течение 2023 года основная масса крупных заказчиков начнет работать через личные кабинеты в Инфоресурсе ФМ. Эта тенденция уже активно набирает обороты за последние месяцы. Все большее число заказчиков включает в свои договоры конструкцию налоговой оговорки и обращает внимание на цветовую индикацию подрядчика в Инфоресурсе, то есть динамика однозначно положительная.

Самый сложный сегмент — это государственные закупки. По моему мнению, здесь требуются решения только на законодательном уровне. Проблемами теневой занятости сейчас серьезно озадачен Минтруд. Ведомство совместно с уполномоченными федеральными органами исполнительной власти обсуждает вопросы корректировки подхода к госзакупкам услуг. В этом плане проект обеления отрасли клининга выступает пилотом, на котором обкатываются решения и инструментарий.

— По вашей оценке, над какими еще изменениями в отрасли нужно работать бизнесу и представителям власти для более динамичного развития рынка FM-услуг?

— Рынок FM-услуг — это обслуживающий рынок, который не растет сам по себе, а только вслед за ростом площадей для обслуживания. Поэтому мы крайне заинтересованы в развитии наших заказчиков: коммерческой, индустриальной и жилой недвижимости. Если компании чувствуют себя хорошо, то и мы развиваемся вместе с ними.

В то же время в нашей отрасли остро чувствуется недостаток профессиональной техники для уборки отечественного производства, начиная с пылесосов и поломоечных машин и заканчивая вакуумными подметальщиками и фронтальными погрузчиками. Это точка роста на будущее.

— Вы также представляете саморегулируемую организацию «Ассоциация клининговых и фасилити-операторов». Какую работу сегодня ведет СРО и какие основные задачи вы решаете сейчас?

— СРО впервые за более чем 20 лет существования отрасли начала вырабатывать стандарты работы на рынке FM-услуг. Речь идет о стандарте расчета стоимости услуг, стандарте реальной минимальной оплаты труда по регионам, стандарте максимальной производительности труда. Эти документы были разработаны и приняты членами ассоциации, чтобы перейти от ценовой конкуренции за счет оптимизации налогов к честной конкуренции на основе менеджмента, опыта и технологий.

Члены ассоциации принимают на себя обязательства по соблюдению стандартов. Поэтому они имеют право подать жалобу на любого его участника при подозрении в налоговом демпинге или нарушении стандартов при участии в тендере. В этом случае контрольный комитет ассоциации рассмотрит данную жалобу. Таким образом, члены ассоциации поддерживают между собой здоровую конкуренцию и фактически являются локомотивом всего рынка, задавая правильную планку.

Ассоциация фактически формирует отрасль FM-услуг через консолидацию участков, выработку стандартов работы, обучение и продвижение своих идей на рынок заказчиков. Например, 23 ноября 2022 года в рамках международной выставки оборудования и средств для профессиональной уборки CleanExpo Moscow СРО «Ассоциация клининговых и фасилити-операторов» проведет конференцию «Формирование цивилизованного рынка фасилити-услуг». На мероприятии будут рассмотрены вопросы обеления нашей отрасли: инструменты и результаты, применение налоговой оговорки в качестве защиты добросовестного заказчика, использование лучших профессиональных практик и содействие государству в реализации проекта обеления отрасли FM-услуг.

Интервью взяла Анастасия Мишина

коммерческая недвижимость

Уличная перестройка

— конъюнктура —

Массовое закрытие в нынешнем году магазинов международных брендов заметно поменяло облик пешеходных улиц центральной части Москвы: привычные бутики сменились темными витринами. Хотя многие из этих помещений вакантными консультанты до сих пор формально не признают. Процесс замещения арендаторов начался: открываются магазины российских дизайнеров, рестораны и заведения стрит-фуда. Спальным районам дополнительный импульс придает активное развитие дискаунтеров.

Рынок стрит-ритейла Москвы в течение всего 2022 года характеризуется увеличением доли пустующих площадей. Так, по оценкам NF Group, вакантность на пешеходных улицах в центре города в первом полугодии составила 17,2%, увеличившись на 5,3 процентного пункта. В CMWP показатель оценивали в 15%. Однако вопрос определения уровня вакантности на фоне не всегда четких планов западных брендов по уходу из России в текущем году стал для рынка торговой недвижимости дискуссионным.

Коммерческий директор R4S Group Ирина Буренко поясняет, что владельцы объектов под определением «вакантное» понимают помещения, свободные от арендных обязательств физически и юридически, не приносящие арендного дохода. Но много торговых объектов, которые занимают бренды, формально только приостановившие деятельность. Зачастую ритейлеры продолжают платить за аренду, хотя и не афишируют это, подтверждает директор по продажам Point Estate Роман Амелин. Поэтому, говорит госпожа Буренко, называть их вакантными корректно. Старший директор CORE.XP Марина Малахатько тоже относит к вакантным помещения не с временно приостановившими работу магазинами, а с официально съехавшими арендаторами.



КОНСТАНТИН КОКОШКИН

На торговых улицах в центре Москвы появляется все больше пустующих объектов стрит-ритейла

Пустеющий центр

Основной рост доли вакантных помещений пришелся на центральную часть города, так как здесь была сосредоточена большая часть магазинов зарубежных брендов. В спальных районах их практически не было, констатирует руководитель отдела коммерческой недвижимости Est-a-Tet Светлана Дергунова. Наиболее пострадавшими от закрытия магазинов директор по продажам Роман Амелин считает Столешников переулок и Петровку. Марина Малахатько соглашается, что именно на этих торговых улицах сейчас больше всего временно закрытых магазинов международных брендов, а следовательно — существенный потенциал роста вакантности. К пострадавшим эксперт также относит Кузнецкий мост и Большую Дмитровку.

Сохраниться в привычном виде среди традиционных «бутиковых» улиц Москвы пока удалось лишь Третьяковскому проезду — это, по словам госпожи Малахатько, связано с тем, что здесь располагаются магазины под управлением группы Mercury.

Участок Тверской улицы от Манежной до Пушкинской площади, по словам Романа Амелина, испытывает сложности последние несколько лет. Ирина Буренко предполагает, что у помещений на Тверской на отрезке от Манежной площади до Бульварного кольца есть серьезные минусы для бизнеса: «Это большие многоуровневые помещения с подвалами и антресолями». Марина Малахатько обращает внимание и на то, что многие потенциальные арендаторы скептично относятся к Тверской из-за отсутствия единой концепции улицы и частых перекрытий на время проведения городских мероприятий.

Смена деятельности

По мнению Ирины Буренко, карта спроса на рынке стрит-ритейла не поменяется: отрезки улиц с высоким пешеходным трафиком, как и прежде, будут востребованы бизнесом. «Например, многим арендаторам интересна Пятницкая улица, но только на отрезке от Климентовского переулка до набережной»,— замечает она. Но торговые улицы, которые сегодня по-прежнему не испытывают проблем с арендаторами, заполнены совсем не бутиками.

На Покровке ушедших западных брендов не так много — в этой локации традиционно размещались магазины демократичного сегмента. На Мясницкой состав арендаторов поменялся естественным образом: на смену банкам пришли заведения общепита. А ресторанные районы, по словам госпожи Малахатько, в целом оказались достаточно устойчивы к текущему кризису.

Эксперт отмечает, что многие владельцы объектов стрит-ритейла сейчас не ждут окончательного принятия решения о прекращении оператором договора аренды. По мнению Ирины Буренко, собственникам не важен профиль арендатора.

Дискаунтер у дома

В спальных районах, по словам Светланы Дергуновой, сложностей с поиском арендаторов сейчас нет, в то время как в центре дела все еще обстоят непросто. Устойчивый спрос на помещения стрит-ритейла на окраинах во многом обеспечивают в своих планах развития делающие ставку на отдельные форматы магазинов продуктовые ритейлеры. Сейчас фокус крупных игроков сосредоточен на развитии жестких дискаунтеров, констатирует гендиректор «Infoline-аналитики» Михаил Бурмистров. Ключевыми драйверами этого направления эксперт называет X5 Group с сетью «Чижик», «Магнит», который развивает «Мою цену» и «Доброцен» и т. д.

Господин Бурмистров обращает внимание и на сохраняющиеся на 2022–2023 годы планы по развитию «мягкого» дискаунтера «Пятерочки». Сеть расширяет портфель собственных торговых марок и усиливает предложение в низком ценовом сегменте. Активно открывать магазины основного формата планирует и «Магнит». Также Михаил Бурмистров выделяет резкий рост в первой половине 2022 года магазинов сверхмалого формата, который в основном представлен сетями «Красное & Белое» и «Бристоль», хотя во втором квартале темпы открытий здесь могут и замедлиться.

Примечательно, что все эти сети делают ставку на городской формат: новых открытий гипермаркетов, по словам господина Бурмистрова, сейчас практически нет. Напротив, некоторые существующие операторы сейчас активно трансформируют часть своих площадей под dark store. Сети супермаркетов в условиях снижения доходов населения также в основном придерживаются консервативных планов развития.

В X5 Group подтверждают, что в текущем году продолжат открывать магазины «у дома» «Пятерочка» и жесткие дискаунтеры «Чижик». В нынешнем году группа планирует открыть 400 магазинов этой сети вместо запланированных ранее 300. В «Ленте» указывают на положительную динамику малых форматов: сеть продолжит открывать магазины «у дома», совершенствовать операционную модель гипермаркетов и супермаркетов. «Магнит» рассчитывает увеличить с 400 до 500–600 до конца года количество дискаунтеров «Моя цена», продолжится развитие основного формата и непродовольственной сети «Магнит Косметик». Во «Вкусвилле» указали, что в рамках развития сети ориентируются на подбор помещений площадью 200–250 кв. м.

Гибкая политика

Снижение активности арендаторов пока не заставило собственников массово пересматривать ставки: переговоры о предоставлении дисконта ведутся в индивидуальном порядке, замечает госпожа Дергунова. Одним из проявлений кризисной стратегии владельцев помещений стрит-ритейла эксперт пока считает тот факт, что 20–30% из них выставляют лоты одновременно в аренду и на продажу. Хотя в NF Group ранее обращали внимание на снижение минимальной запрашиваемой ставки на 10–45% на половине торговых улиц столицы. Наиболее заметной эта динамика оказалась в Камергерском переулке.

Марина Малахатько отмечает, что многие собственники торговых помещений все еще живут надеждой, что смогут найти релевантную замену уходящим зарубежным игрокам: турецкие премиальные бренды или что-то вроде того. «Я бы рекомендовала смотреть на рынок без лишних иллюзий и в первую очередь пересмотреть политику арендных ставок»,— рассуждает она.

Одним их позитивных примеров в этом смысле можно считать помещения на одной из главных туристических улиц Москвы — Старом Арбате, пустовавшие на фоне закрытия сувенирных магазинов из-за COVID-19, а сейчас активно заполняющиеся арендаторами. Ирина Буренко не исключает, что это происходит благодаря смягчившейся за период простоя площадей позиции собственников: «Мы знаем, например, что большое помещение с огромными витринами на Старом Арбате, пустовавшее несколько лет, сейчас сдано для ювелирного магазина по очень компромиссной ставке».

Александра Мерцалова

Review

«Спрос на проекты light industrial превышает предложение в десятки раз»

Есть все предпосылки, что уже в ближайшее время рынок коммерческой недвижимости Петербургской агломерации ждет серьезная эволюция — растет спрос на объекты light industrial. Чем обусловлены перемены и почему пока немногочисленные проекты этого сегмента способны изменить рынок, рассказала коммерческий директор ГК «А101» в Санкт-Петербурге **Алиса Шишнина**.



ПРЕДОСТАВЛЕНО ГК «А101»

— интервью —

— В 2022 году мы наблюдали исход зарубежных компаний, приостановку работы предприятий и т. п. Уже весной всем сегментам рынка коммерческой недвижимости предрекали избыток предложения, снижение арендных ставок и в лучшем случае стагнацию. Как ситуация, на ваш взгляд, обстоит сейчас? Сбылись ли негативные прогнозы экспертов?

— На рынке офисной и торговой недвижимости ситуация более или менее стабильная. Существенного роста вакансий или падения ставок не наблюдается. Вместе с тем нельзя сказать, что и потребность в новых проектах существенно выросла. Скорее речь идет о переориентации, ротации арендаторов.

А вот потребность в промышленной инфраструктуре в разы превышает предложение. Это случилось не сегодня, но именно сейчас приобрело особую важность в связи с импортозамещением и сопутствующим ему трендом на промышленный подъем. Однако существующие площади сданы «до последнего сантиметра», новым производствам просто негде размещаться. А пустующие метры не отвечают задачам потребителя.

— Действительно ли переориентация на производство станет основным трендом на рынке?

— Идея строительства новых районов с рабочими местами только на первых этажах себя исчерпала. Сейчас, как правило, в новых районах до 45% рабочих мест приходится на магазины, 12–13% — на общепит, примерно по 8% — на аптеки и салоны красоты. Это важная инфраструктура, но люди с высшим образованием вряд ли пойдут туда работать — только если это не их бизнес, и маятниковая миграция продолжится.

Советский, да и, пожалуй, мировой, подход предполагал создание городов вокруг индустриальных или университетских центров. Затем мы стали свидетелями процесса редевелопмента стагнирующих промышленных территорий для создания комфортной городской среды. Сегодня эти подходы необходимо гармонизировать. Просто жилой район не сможет давать достаточные поступления в бюджет, развивать экономику. Если мы строим жилье, то должны продумывать способы создания множества рабочих мест. Самый простой путь решения этой проблемы — создать множество мест приложения труда и при этом устранить дефицит площадей для развития собственных производств, это объекты light industrial, но их нужно много: десятки тысяч метров.



— Расскажите подробнее об этих проектах. Что там можно делать, каков уровень ставок в сравнении с объектами схожего функционала в городе? Насколько это маржинальный бизнес для владельцев таких объектов?

— Обычно это небольшие здания в два-три этажа или в один «высокий» этаж с возможностью создания дополнительных антресолей, формат помещений в которых позволяет развивать бизнес почти в любом направлении. Например, организовать производство, не требующее наличия санитарно-защитных зон, склад, шоурум и магазин в рамках одного комплекса, что сократит расходы на аренду помещения разных типов и логистику. В подобном объекте легче создавать уникальное по набору функций предложение: объединить типографию с художественной мастерской, ателье с шоурумом и торговой зоной, небольшой офис или коворкинг. В таком формате все действительно зависит от идеи.

Что касается перспектив таких объектов, то достаточно сказать, что спрос на них превышает предложение в десятки раз по всей России. В Петербурге подобные объекты заполняются буквально за месяц. В такие сроки нельзя «заселить» ни офисный, ни торговый центр. При этом ставки аренды ниже, чем в помещениях старых заводов в городской черте, почти на 40%.

Мы же будем создавать объекты light industrial рядом с новыми районами, расширяя функционал территории. Формат позволяет организовать там образовательную функцию: воркшопы, практику для студентов, которые видят себя в производственной сфере. Жилье, бытовые сервисы, развлечения и в дополнение к ним работа или место для развития своего бизнеса — это формат ближайшего будущего.

— Насколько доступны такие помещения для целевой аудитории? По ощущениям малый бизнес сейчас не готов приобретать большие площади.

— Как я уже говорила, помещения в объектах light industrial минимум на 40% дешевле тех помещений, где небольшие производства размещаются сейчас. Кроме того, с июня 2022 года в России действует программа промышленной ипотеки со ставкой 5% в год. И, наконец, вполне рабочим вариантом для подобных объектов остается продажа профильному инвестору, который будет сдавать помещения в аренду.

— Почему все то же самое нельзя реализовать внутри города, в самом Петербурге?

— Создать недвижимость такого формата сейчас затруднительно из-за дефицита подходящих площадок. Кроме того, в Ленинградской области мы предлагаем полноценную городскую среду по стоимости на 30–35% меньше, чем в Петербурге, при этом ее качество в целом выше. Это касается и образования, и медицинских сервисов, и рекреационной инфраструктуры. А бизнес всегда идет за людьми, и это касается не только клиентов — квалифицированный персонал сейчас тоже очень ценится.

Единственное потенциальное препятствие, которое необходимо преодолеть,— это время в пути до Невского проспекта. Из Лаголово и Всеволожска, где мы начинаем свои первые проекты, его сейчас требуется на 15–20 минут больше. Но, во-первых, в этих локациях уже проектируется новая транспортная инфраструктура, а во-вторых, качество жизни, стоимость недвижимости и возможности для работы рядом с домом — существенное преимущество, которое к тому же снижает необходимость подобных ежедневных поездок.

— Сколько рабочих мест вы планируете создать в Ленинградской области?

— В рамках анонсированных проектов — около 33 тыс. В Лаголово и Всеволожске суммарно будет создано почти 10 тыс. рабочих мест с учетом объектов на первых этажах. В Корпикюля — примерно 23 тыс. Там будут созданы: технологический авиапарк с производственно-конструкторским центром, объектами НИОКР, центром авиатуризма, образовательный и медицинский кластеры, объекты спорта и туризма, а также жилье городского и загородного формата с сопутствующей инфраструктурой. Поэтому из указанного объема рабочих мест примерно треть будет относиться к местам с «высокой добавленной стоимостью» — это ученые, конструкторы, производственники, медики, то есть люди не просто с высшим образованием, а зачастую и с учеными степенями. С точки зрения экономического эффекта Корпикюля точно будет одним из лидеров в Ленинградской области. Объем только налоговых поступлений в течение 15 лет оценивается более чем в 122 млрд руб.

— При таком подходе не существует ли риска превращения новых жилых районов в подобие моногородов?

— Чтобы этого не произошло, нужно развивать несколько востребованных направлений. Например, медицина: в Корпикюля мы хотим создать медицинский кластер для внешних потребителей. А в других проектах на стадии проработки находятся различные типы медицинских услуг не только для жителей района, но и региона в целом.

Санкт-Петербург — один из центров медицинских компетенций в России. Здесь три профильных университета, медицинские школы с вековыми традициями. Поэтому до пандемии сюда приезжали за лечением со всего мира: от Китая до США, потому что по целому ряду направлений мы не уступаем другим странам с традиционно сильной медициной, а цены на услуги многократно ниже, чем в США или Израиле. В том числе по направлениям высокотехнологичной помощи, хирургии.

Еще одно направление — санаторно-курортное лечение. В Ленинградской области традиционно существовало очень много объектов в оптимальных природных условиях, куда приезжали со всей страны. Но многие из них находятся в неудовлетворительном состоянии, а мы наблюдаем дефицит таких объектов для «среднего кошелька», то есть с комфортными условиями по разумным ценам. Они могли бы стать в ряд ключевых точек притяжения локации. Такие проекты мы тоже рассматриваем, но нам нужны партнеры. Мы девелоперская компания — мы создаем условия для приживления.

Интервью взяла Арина Дмитриева

коммерческая недвижимость

Парки в стиле техно

— формат —

В ближайшее десятилетие технопарки станут основой промышленности нового поколения и одним из ключевых звеньев системы импортозамещения. Сегодня этот сегмент активно развивается городскими властями, но все больше инвесторов понимают, что именно технопарки станут одним из ключевых сегментов развития рынка недвижимости, объединяя в себе не только офисный и производственный сегменты, но и научную, общественную и жилую функции, считает руководитель архитектурного бюро T+T Architects Сергей Труханов.



СТАНИСЛАВ ЗАЛЕСОВ

Современные технопарки становятся одним из перспективных сегментов недвижимости

Промышленность советского периода базировалась на широкой сети индустриальных кластеров с акцентом на тяжелых производствах, которые находились в приоритете внимания городского планирования. В постсоветский период такая система подверглась стремительному и хаотичному демонтажу, а сервисная экономика начала доминировать в структуре частного бизнеса. Обе стратегии со временем продемонстрировали как свои преимущества, так и явные недостатки. Метод исторических проб и ошибок подсказал, что будущее за симбиозом промышленности, бизнеса, науки и сферы услуг.

Новая парадигма

Концепция технопарка отличается высокой гибкостью, позволяя миксовать практически любые функциональные блоки. Основное правило при реализации таких проектов — акцент на современных технологиях, научно-образовательном аспекте, широком привлечении инженеров, ученых и рабочих с высокой квалификацией. Сервисы и общественные зоны должны функционировать не только для резидентов, но и для всех желающих. Кроме того, в таких кластерах важно заниматься организацией зон демонстрации научных и производственных достижений, шоу-румов, открытых лабораторий.

Достижение такого результата — вопрос не столько проектирования и девелопмента, сколько грамотного подбора резидентов, создания локальных центров притяжения и подходящих условий для работы.

Долгое время любое крупное индустриальное предприятие являлось ключевой точкой сосредоточения работы, коммуникации, торговли. Фабрики обрастали типовой инфраструктурой, формируя определенные поведенческие сценарии жителей. В последние десятилетия третья и четвертая научно-технические революции сформировали новую парадигму работы промышленного кластера.

Эталонным примером успешной реализации данной концепции является технопарк RDM, находящийся в Роттердаме. Ставка была сделана на научно-образовательный аспект, который органично дополняет и развивает производство. Благодаря этому появились новые бизнесы, товары и услуги.

Этот технопарк создан на базе бывших судостроительных верфей, где раньше спускались на воду корабли, курсирующие из Европы в Америку. Сегодня в локации успешно развивается многофункциональный кластер, где инженеры, ученые и студенты изобретают и на практике внедряют в производство инновационные решения для целого ряда отраслей. Различные части технопарка концептуально объединены сетью общественных пространств и сервисов, эстетичным благоустройством, развитой пешеходной инфраструктурой.

Если говорить о современных индустриальных парках, то они, как правило, располагаются на территории площадью от 30 га. В мировой практике есть примеры гигантских проектов, которые занимают до 100 га и даже 200 га. Конструктивно это объекты, состоящие из простых сборных металлоконструкций и железобетона. Стоимость строительства в данном случае будет на порядок ниже, чем при сооружении современных деловых или жилых комплексов.

Объекты технопарка часто формируют минималистичный архитектурный ансамбль, созданный из большепролетных конструкций сборного железобетона. Существуют две модели развития таких проектов: спекулятивное строительство стандартизированного производственного комплекса или застройка build-to-suit под определенного арендатора. В России чаще встречается смешение этих вариаций, что повышает инвестиционную устойчивость проекта.

В этом вся и разница

Основное отличие технопарков от классических промзон — фокус на человеческом капитале, а не количестве выпускаемой продукции. Каждый технопарк выступает в качестве ядра, которое создает устойчивую зону притяжения для специалистов. Общественные пространства упрощают коммуникации, а единая экосистема внутри территории объединяет различные компании. Все это формирует правильный бизнес-климат и способствует повышению эффективности на всех направлениях.

В начале прошлого десятилетия в Москве был запущен процесс ревитализации старых промзон, и на их месте начали возводиться жилые и коммерческими объекты, окруженные современной инфраструктурой. Именно так появились кластеры на месте ЗИЛа и других предприятий-гигантов. Впрочем, довольно скоро стало понятно, что одностороннее сокращение рабочих мест и строительство исключительно жилья — прямой путь к коллапсу,.

Если взглянуть на столицу с позиции градостроительных перспектив, то внедрение современных промзон в городскую ткань сегодня уже не кажется чем-то невозможным. Строительство технопарков позволит избежать негативных эффектов, характерных для работы старых промзон, улучшить привлекательность жилья в районах рядом с современными научно-производственными площадками.

В России кейсы, близкие к каноничным технопаркам, можно пересчитать буквально по пальцам. В качестве авангарда в данном контексте выступили проекты столичной программы развития технополисов. Сейчас в городе такие площадки развивают в Зеленограде и Алабушево, а вскоре планируется дать старт проекту в Руднево.

Наше бюро также подключилось к этой работе, а своеобразной пробой пера стало создание концепции для научно-производственного комплекса в московском районе Чертаново. В рамках передовых мировых стандартов соединения бизнеса и городской жизни мы предложили сформировать кластер с современными экологичными предприятиями и сильной общественной составляющей. Такие комплексы нет необходимости выводить за черту города, так как они не вредят природе и улучшают среду в целом.

Еще один проект нашего бюро — технопарк в Иннополисе в Казани. Этот кейс стал отличным примером того, как можно организовать комфортное и взаимовыгодное соседство производства и жилья. Здесь на практике реализована концепция максимального функционального разнообразия и синергии в рамках одной территории, что является ключевым фактором поддержки концепции work life balance.

Создавая архитектурный облик проекта, мы стремились сформировать новый образ производственных зданий, далекий от укоренившихся стереотипов, а при разработке фасадных решений придерживались идеи комплексного восприятия. Благоустройство же является важной частью навигации и зонирования, а не просто способом озеленения территории.

Во многих регионах сегодня наблюдается отток квалифицированных кадров, которые переезжают в города-миллионники, столицу и Санкт-Петербург. Это препятствует как развитию предпринимательства на местах, так и повышению качества жизни. Именно технопарки способны стать фундаментом новой системы современной промышленности, импортозамещения, подготовки и трудоустройства квалифицированных профессионалов в различных сферах. Популяризируя формат, создавая адресные инвестиционные программы, мы можем не только внести неоценимый вклад в модернизацию экономики, но и улучшить качество городской среды на местах.

Тематические страницы газеты «Коммерсантъ» («Коммерческая недвижимость»). | **Владимир Желонкин** — генеральный директор АО «Коммерсантъ», главный редактор | **Сергей Вишневский** — руководитель фотослужбы | **Рекламная служба:** Тел. (495) 797-6996, (495) 926-5262 | **Владимир Лавицкий** — директор «Издательского синдиката» | **Халиль Аминов** — выпускающий редактор | **Ольга Еременко** — редактор | **Сергей Цомык** — главный художник | **Галина Кожеурова, Екатерина Репях** — фоторедакторы | **Екатерина Бородулина** — корректор | Ограничение: 16+