

КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

С оглядкой на зарубежный опыт

Архитектура — один из основных элементов, который влияет на качество объекта недвижимости. Дело не только в «красивом фасаде», но и в эргономике здания, и в эффективности планировочных решений. За последние пять лет девелоперы стали гораздо чаще привлекать иностранных архитекторов. Но из амбициозных проектов, к участию в которых приглашались мэтры архитектуры, ни один не состоялся.

— архитектура —

В частности, привлекались архитекторы Курокава, Мосс, Перро, Уилкинсон, архитектурные бюро WORKac, MVRDV. Но сотрудничество не задалось.

Пролететь через дебри

Игорь Оноков, генеральный директор девелоперской компании «Леонтьевский мыс», поясняет: «От Европы мы отличаемся тем, что нам нужны не просто архитекторы, способные реализовать тот или иной проект, а архитекторы, которые могут пролететь через дебри наших законов и норм. Как ни печально, очень многие специалисты становятся просто проводниками по этим дебрям и теряют свою творческую составляющую в процессе длительных согласований. Это приводит к тому, что в выигрыше остается не творческая личность, а тот человек, который может разобраться в череде меняющихся законов и норм. Поэтому современных объектов с концепцией, разработанной совместно российскими и международными специалистами, в Петербурге очень мало. Не все идеи иностранных архитекторов можно адаптировать под российские реалии».

Отчасти это обусловлено сложными согласовательными барьерами и действующими строительными нормами и правилами. На согласования (в случае если они вообще возможны) уходит до 70% времени реализации проекта. В пересчете на время это могут быть годы, что автоматически делает проект невыгодным для девелопера.

Евгений Богданов, генеральный директор финского проектного бюро Rumpu, поясняет причины

неудач зарубежных архитекторов: «На российском рынке архитекторы все чаще сталкиваются с рыночными ограничениями. Частные компании, как правило, заранее выставляют бюджетный ориентир. Таким образом, архитекторы не могут проектировать дорогостоящие объекты, а постараются сделать все необходимое, чтобы цена проекта не выходила за рамки плановой себестоимости».

Евгений Богданов считает, что самая эффективная конфигурация — это партнерство российских и западных архитекторов. «Представитель российского рынка знает наш менталитет, который, безусловно, отличается от западного, знаком с особенностями российского потребителя, законодательными ограничениями и доступностью строительных материалов на российский рынок. При этом зарубежный опыт для архитектора также необходим. Переяв западные технологии, адаптировав их под российскую действительность, можно создавать новый и очень качественный продукт», — рассуждает господин Богданов.

У российских архитекторов пока недостаточно опыта реализации современных объектов, они не обладают знаниями технологий, которые используются в мире, считают эксперты. «Например, до сих пор сложно найти отечественных специалистов, которые умели бы строить без колонн. Затраты на современную архитектуру однозначно окупаются, западные архитекторы также могут показать заказчику, как сэкономить на различных архитектурных и инженерных решениях, увеличить количество полезной и эксплуатируемой площади», — рассуждает Ольга Пономарева, вице-президент

ГК Leorsa, инвестор бизнес-центра Eightedges.

Вера Сецкая, президент компании GVA Sawyer, заключает, что в последние годы сформировалась положительная практика сотрудничества иностранных и российских архитекторов: «Иногда это творческий союз двух компаний; часто это иностранные компании, создавшие в России офисы, в которых работают российские специалисты. Например, компания Aedas (теперь AHR)».

Выбрать на конкурсе

Архитектурная составляющая все чаще является залогом успеха при реализации проектов в области как жилой, так и коммерческой недвижимости. Однако девелоперы сетуют на то, что по-настоящему интересных проектов рынок предлагает очень мало. Поэтому нередко именно конкурсные процедуры способны дать возможность заказчику выбрать оптимальный проект.

Илья Токин, директор ГК «Арт-Фасад», отмечает, что существуют значительные различия в подходе к проведению конкурсов в России и на Западе. «У нас это в большинстве случаев конкурс инвестиций, где архитектура рассматривается в качестве одной из составляющих. То есть победителем является тот, кто способен дать возможность заказчику выбрать оптимальный проект. Илья Токин, директор ГК «Арт-Фасад», отмечает, что существуют значительные различия в подходе к проведению конкурсов в России и на Западе. «У нас это в большинстве случаев конкурс инвестиций, где архитектура рассматривается в качестве одной из составляющих. То есть победителем является тот, кто способен дать возможность заказчику выбрать оптимальный проект. Илья Токин, директор ГК «Арт-Фасад», отмечает, что существуют значительные различия в подходе к проведению конкурсов в России и на Западе. «У нас это в большинстве случаев конкурс инвестиций, где архитектура рассматривается в качестве одной из составляющих. То есть победителем является тот, кто способен дать возможность заказчику выбрать оптимальный проект.»

На Западе есть и конкурс инвестиций, но при этом существует широкая практика конкурсов, основанных на качественных параметрах. Выигрывает тот, кто создает более привлекательные условия для города. Например, победители могут определять исходя из параметра финальной цены объекта недвижимости для потребителя, то есть в этом случае заказчик ориентирован на создание доступного жилья или офисов. «При выборе функций и градостроительно-архитектурных

решений проектов мы также практически не пользуемся „мультипликаторами“ — показателями косвенного влияния проектов на город с точки зрения создания рабочих мест, эффективности использования участка, социального климата, безопасности», — добавляет господин Токин.

Он вспоминает, что в Барселоне были удачные примеры конкурсов на основе оценки архитектурной концепции приспособления памятников под современные функции. Качество адаптации и вновь создаваемой архитектуры являлось определяющим фактором.

Илиас Штокман, архитектор O2 Development, продолжает: «В плане выбора победителя и распределения призовых мест действуют два основных принципа, которые одинаково применяются как в западной практике, так и в российской. В первую очередь оценивается соответствие проекта поставленному заданию, во вторую — визуальнo-эстетическая составляющая. Часто решающим является мнение заказчика».

Одним из самых ярких отличий в работе западных и отечественных архитекторов является отношение к контексту, историко-культурному наследию существующей застройки, что особенно остро чувствуется на примере нашего города, Санкт-Петербурга. Местные архитекторы демонстрируют в своих работах преемственность и глубокое уважение к архитектурным традициям города, с одной стороны, сохраняя таким образом его облик практически неизменным, а с другой — превращая живой современный город в заповедник. Приглашенные же архитекторы не так зависят от традиций, а многие просто не считают необходимым вписывать новые здания в окружающую среду, «буквально» копируя стиль старых мастеров. В результате работы последних нередко оказываются очень необычными и интересными, часто опережающими свое время. Такие проекты либо производят положительный эффект, либо вызывают непонимание и общественное неодобрение.

Дмитрий Котровский, вице-президент, управляющий партнер девелоперской компании «Химки Групп», подсчитал, что в настоящий



Одним из самых главных отличий в работе западных и отечественных архитекторов является отношение к контексту, историко-культурному наследию существующей застройки

Стоимость проведения архитектурного конкурса может быть разной в зависимости от статуса судей и уровня СМИ, которые его освещают. Она может варьироваться от нескольких сотен тысяч до нескольких миллионов рублей. Проведение грамотно спланированного, хорошо освещенного конкурса высокого уровня может стоить 2 млн рублей и более.

Вера Сецкая отмечает: «Следует понимать разницу между архитектурным конкурсом и архитектурным тендером. В первом случае организаторы хотят получить видение архитектора проекта, являющегося предметом конкурса, поэтому участникам оплачивается некоторая сумма за эскизные разработки по проекту, во втором случае оцениваются прошлый опыт и компетенции компаний-участников, рассматривается существующее портфолио».

Роман Русаков

ИНВЕТОРОМ МОЖЕТ СТАТЬ КАЖДЫЙ

ВСЕ БОЛЬШЕ ПЕТЕРБУРЖЦЕВ ВКЛАДЫВАЮТ ДЕНЬГИ В НЕДВИЖИМОСТЬ

В условиях напряженной геополитической обстановки и стремительного обесценивания рубля все, кто имеет свободные оборотные средства, задумываются о том, куда наиболее эффективно их инвестировать. Одним из самых надежных способов вложения денег, приносящим доход при любых экономических условиях, даже во время кризиса и обесценивания активов, является инвестиция в недвижимость. Поскольку за последнее десятилетие цена на нее в Санкт-Петербурге не падала ни разу, ее ликвидность не вызывает сомнений. Это касается и жилой, и коммерческой недвижимости, а также варианта «два в одном» — коммерческих помещений, встроенных в жилые дома. Именно они сейчас интересны для частных инвесторов, потому что не требуют крупных финансовых вложений, а также обеспечивают довольно быструю окупаемость. По словам директора по продажам группы компаний «Эталон» Ирины Онищенко, к моменту сдачи жилых комплексов в них, как правило, уже не остается свободных коммерческих помещений.

— Ирина Вадимовна, а с какими целями петербуржцы обычно приобретают встроенные коммерческие помещения? Хотят открыть свое дело или сдавать в аренду?

— Если это помещение до 100 кв. м, то в большинстве случаев люди покупают коммерческую недвижимость с целью инвестиций, чтобы потом сдавать ее в аренду.

— Тогда почему они не покупают жилье? Ведь его точно так же можно сдавать в аренду.

— Любая недвижимость — беспроигрышный вариант, но именно коммерческая недвижимость сегодня приносит больший доход.

— Для каких нужд клиенты приобретают помещения помимо инвестирования?

— Чаще всего планируют открыть салон красоты или медицинский центр. Также встречаются варианты зоомагазинов и салонов цветов. Ну и, конечно, магазины повседневного спроса.

ЦЕНТР ИЛИ СПАЛЬНЫЙ РАЙОН?

— Наверное, в расчете на большую доходность все стремятся купить помещение в центре города?

— Нет, в спальных кварталах коммерческая недвижимость на данный



момент так же востребована, как в центральных районах. И если раньше ориентир был на развитые районы, то в последнее время люди стали понимать, что строящиеся жилые кварталы даже более перспективны и вкладываться в недвижимость там не менее выгодно. К тому же нельзя забывать, что локация — это лишь один из факторов, который влияет на доходность, и желательно, выбирая коммерческое помещение, учитывать и остальные тоже.

— Не всем это под силу!

— Среди наших клиентов есть грамотные инвесторы, которые просчитывают ставку капитализации, срок окупаемости объекта. Но таких не много, большинство просто хотят вложить деньги, чтобы их не потерять, а также хотят получать впоследствии какой-то доход. Им мы всегда готовы помочь, проконсультировать, мы хорошо изучили окружающую среду вокруг своих объектов и понимаем, какой бизнес там будет успешен.

К примеру, человек хочет не самый центр и не спальный район. Мы можем предложить ему на выбор жилой комплекс «Московские ворота» в Московском районе или «Самоцветы» на Васильевском острове. У каждого свои особенности. «Самоцветы» находятся в 10 минутах ходьбы от станции метро «Василеостровская», но в то же время немного в стороне от основных транспортных потоков. Поэтому там будет востребован частный детский садик, какая-нибудь клиника, магазины импульсного спроса. Все то, что ориентировано на самих жителей комплекса. Кроме того, на ближайшей улице Уральской расположено много магазинчиков и салонов, по ремонту, если поддержать эту тему, можно открыть бизнес, связанный с декором помещений. Рядом так

же есть бизнес-центр, поэтому хорошо впишется кафе.

А в комплексе «Московские ворота» другая ситуация — там большой поток пешеходов. Рядом находится институт и большая бизнес-зона, учитывая это, здесь будет хорошо востребован общепит. Там также можно разместить точки выдачи интернет-магазинов, потому что до метро два шага.

— Что представляет собой коммерческие помещения в этих комплексах?

— В жилом комплексе на Уральской, 4, предусмотрен большой выбор помещений разного формата от 80 «квадратов» до 450. А в комплексе на Московском проспекте, 115, площади от 50 до 200 метров. В обоих случаях это помещения на первых этажах. У каждого есть отдельная входная группа, витринные окна. Планировки там простые, высота потолка три метра. Мы строим коммерческие помещения без назначения вида деятельности, и владелец может сделать в них все, что пожелает. По этой же причине помещения сдаются без отделки и перегородок.

МОЖНО ЭКОНОМИТЬ!

— Можно ли получить какие-то скидки при покупке коммерческого помещения?

— В «Эталоне» есть скидки при 100% оплате, скидки постоянным покупателям. Обязательно проводятся акции к Новому году.

— А если нет денег для оплаты 100%?

— Можно воспользоваться рассрочкой от застройщика. Внести первый взнос, обычно это 30%, а остаток равными платежами. Причем до госкомиссии рассрочка беспроцентная. Все объекты «ЛенСпецСМУ» можно приобрести в ипотеку от ведущих российских банков.

ЛенСпецСМУ
Богатырский пр., 2
(812) 380 0525
www.lenspecsmu.ru

РЫНОК ТОПЧЕТСЯ НА МЕСТЕ

— связь —

Если в начале года компании активно говорили о собственном развитии и конкурентных методах борьбы за клиентов, то под конец 2014 года ситуация кардинально изменилась и речь пошла об ухудшении рыночной конъюнктуры.

Торговые центры нанесли удар

Впрочем, ряд экспертов стараются держать достаточно позитивные оценки. В частности, по словам генерального директора компании «Обит» Андрея Лука, ситуация на рынке телефонии в 2014 году осталась практически такой же, как и в 2013 году. «Единственное, что я могу отметить, так это то, что сократился на несколько процентов оборот рынка в сегменте торговых центров в связи с определенной суетой среди арендаторов. Конечно, это не массовый исход арендаторов, как это было в 2008–2009 годах. Однако если в прошлом году торговые центры были почти на сто процентов заполнены и стояла очередь из желающих, то сейчас немало помещений пустует. Дело в том, что из торговых центров уходят небольшие туристические агентства, ритейлеры оптимизируют свои сети, закрывая убыточные или недостаточно прибыльные точки, а пустые помещения, как понимаете, не генерируют нам деньги. В остальном же можно сказать, что рынок в стагнации, услуги не дешевеют, так как снижать цены дальше некуда, а повышать их операторы в данный момент боятся, так как конкуренция в Петербурге на рынке телефонии очень высокая», — говорит господин Лук.

По словам генерального директора аналитического агентства «Рустелеком» Юрия Брюквина, сокращение рынка в b2b-сегменте было ожидаемым, так как нынешняя ситуация очень напоминает кризисные события 2008 года. «В Петербурге это проявляется особенно ярко, так как b2b-клиенты очень рьяно принялись за сокращение расходов на услуги связи, начали экономить на всем, и полетели головы и бюджеты. По нашим прогнозам, в лучшем случае по итогам года рынок выйдет „в ноль“ по сравнению с 2013 годом, поскольку в первом полугодии 2014 года он все же довольно активно рос. Однако

экономическая ситуация и действия клиентов загоняют рынок телекома в минус, поэтому вполне вероятно и то, что по итогам года объемы рынка сократятся», — говорит господин Брюквин.

В ответ на вопрос о том, как компании могут отказаться от услуг связи, Юрий Брюквин пояснил, что речь идет не о полном отказе, а о сокращении объемов потребления. «Например, у клиентов скорость интернета составляет 30 Мбит в секунду, а они просят урезать скорость до 10 Мбит. Если мы говорим про телефонию, то тут, условно говоря, вместо десяти номеров компания просит перерасчет на три номера. Даже по сотовой связи есть сокращения, однако если сотовые операторы еще могут выкрутиться и компенсировать падение за счет дополнительных услуг, то у операторов фиксированной связи маржинальность и так невысокая и какие-то дополнительные услуги подключить весьма проблематично», — констатирует он.

С оглядкой на госструктуры

По просьбе „Б“, эксперты и участники рынка дали прогноз по поведению операторов фиксированной связи, по тому, что будет с тарифами и с рынком в целом в ближайшей перспективе.

По словам господина Брюквина, стоит ожидать, что операторы, как и в 2008 году, рванут в сегмент b2g, то есть будут оказывать услуги связи для государственных органов. «Работа в b2g-сегменте отличается стабильностью. Там накатанные схемы сотрудничества с операторами, госорганы не сокращают объемы потребления, цены невозможно поменять, так как они зафиксированы на докритическом уровне. Кроме того, государственные структуры платят без задержек, тогда как корпоративные клиенты грешат и задержками, а бывает, и вообще отказом от оплаты, мотивируя это тем, что у них нет денег, и предлагают обращаться в суд, как это было в 2008 году. По моим прогнозам, никто из операторов связи с рынка уходить не будет, поскольку сети уже построены и какой-никакой поток денег по ним идет. Если же будут сокращаться объемы, то операторы, в свою очередь, займутся оптимизацией издержек, например, сокращая персонал. Однако вполне вероятно, что какие-то акционеры захотят продать свой бизнес. То есть стоит ожидать погло-

щений, укрупнения бизнеса, но не закрытия компаний», — поясняет господин Брюквин.

Что касается тарифов, то, по словам Юрия Брюквина, есть вероятность, что кто-то предпримет попытку повышения стоимости услуг связи, но закончится это печально. «Конкуренция на рынке чрезвычайно высока, и клиенты просто уйдут к другому поставщику услуг, на рынке очень много маленьких компаний, которые, экономя вообще на всем, могут позволить себе демпинговать. Если говорить про прогнозы на 2015 год, то я ожидаю, что уже во втором квартале следующего года начнут снова разворачиваться инвестиционные проекты, поэтому рынок может ждать оживление», — констатирует господин Брюквин.

По его оценке, по итогам 2014 года объем рынка фиксированной связи в Петербурге в коммерческом сегменте составит 8,7 млрд рублей.

По словам господина Лука, он очень надеется на то, что в следующем году положение не поменяется, но есть предпосылки к ухудшению рыночной ситуации. Если курс валют останется так же высоковолатилен, если будут проблемы с поставками оборудования в связи с санкциями, то цены на услуги могут вырасти. Уже сейчас есть проблемы с некоторыми вендорами из Америки, отечественные операторы рынка связи скупили все их оборудование, которое оставалось на складах.

«Если ситуация не исправится, то придется обращаться к оборудованию из Азии, хотя на пользу рынку и качеству обслуживания никогда не идет тот факт, что приходится выбирать из того, что есть, а не из того, что лучше работает. На данный момент компании изыскивают средства из внутренних ресурсов, сокращают развитие и не перекладывают расходы на плечи клиентов, но ресурсы ограничены, бесконечно черпать внутри себя компании не смогут. Посмотрите на то, как все пытаются запустить LTE и как это плохо получается. Это говорит только об одном: в техническую часть не было инвестировано достаточно средств. А если мы говорим о фиксированной связи, то тут тем более мы не имеем права проколоться с оборудованием, так как для клиентов разрыв соединения даже на две секунды — это ужасно», — констатирует господин Лук.

Юлия Чауэн

ЗАО ССМО «ЛенСпецСМУ». Работает по ДДУ (214 ФЗ). Проектная декларация на сайте www.lenspecsmu.ru. Ипотека с ведущими банками: ОАО «Банк «Санкт-Петербург», ВТБ 24 (ЗАО), Северо-Западный банк ОАО «Сбербанк России». Реклама