

«МЫ ИЗНАЧАЛЬНО ПРОЕКТИРУЕМ ТАКУЮ КОММЕРЧЕСКУЮ НЕДВИЖИМОСТЬ В СВОИХ ОБЪЕКТАХ, КОТОРАЯ БУДЕТ ВОСТРЕБОВАНА С УЧЕТОМ ПОСЛЕДУЮЩЕЙ ЗАСТРОЙКИ»

ХОРОШО СПРОЕКТИРОВАННАЯ И ПРОДУМАННАЯ КАЧЕСТВЕННАЯ КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ БУДЕТ ВОСТРЕБОВАНА В ЛЮБОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ — ДАЖЕ В КРИЗИС, УВЕРЕН ДИРЕКТОР ПО ПРОДАЖАМ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ КОМПАНИИ LEGENDA ЛЕОНИД ФАРИСЕЕВ. В ИНТЕРВЬЮ КОРРЕСПОНДЕНТУ BG ЛИДИИ ГОРБОРУКОВОЙ ОН РАССКАЗАЛ, КАКИМИ ПАРАМЕТРАМИ ДОЛЖНЫ ОБЛАДАТЬ СОВРЕМЕННЫЕ ВСТРОЕННЫЕ ПОМЕЩЕНИЯ, ЧТОБЫ ОНИ НИКОГДА НЕ ПОТЕРЯЛИ СВОЮ ИНВЕСТИЦИОННУЮ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ.

BUSINESS GUIDE: По вашим оценкам, в каком состоянии сегодня находится рынок встроенных коммерческих помещений Петербурга? Стабилен ли спрос на такие объекты особенно в новых районах застройки?

ЛЕОНИД ФАРИСЕЕВ: Если коммерческая недвижимость находится на проходном месте и вложения в нее могут окупиться за 10–12 лет, то такой коммерческий объект будет востребован всегда, везде и в любое экономическое время, кризис или нет — без разницы. Он всегда будет ликвидным. Более того, существует пул потенциальных покупателей, которые готовы к моментальной инвестиции в такую недвижимость при ее появлении на рынке. Сразу хочу сказать, что коммерческой недвижимости в Петербурге много, но купить хорошие объекты, учитывая те параметры, которые я назвал, крайне сложно. На вторичном рынке это практически невозможно по той простой причине, что курочку, которая несет золотые яйца, никто продавать не будет. А на первичном рынке данную коммерческую недвижимость можно приобрести, как правило, только на старте продаж, то есть когда объект еще на стадии котлована.

BG: Как изменилась стоимость встроенных коммерческих помещений в последнее время?

Л. Ф.: Последние пять лет рынок не сильно изменился. Рост цен составил в среднем 15–20%. Здесь важно отметить, что любой объект коммерческой недвижимости может как подорожать, так и подешеветь. В среднем колебания по стоимости в любую из сторон могут быть на уровне 10–15%. Это зависит от той прибыли, которую этот объект может принести в конкретный момент времени в данной локации, насколько эта локация насыщена коммерческими площадями. Если в районе появился новый объект, то арендные ставки тут же падают, срок окупаемости помещения растет, а стоимость коммерческой недвижимости становится меньше. И наоборот, если рядом закрывается какой-то крупный объект, то цена на оставшиеся тут же растет. Поэтому все относительно. Именно поэтому мы изначально проектируем такую коммерческую недвижимость в своих объектах, которая будет востребована с учетом последующих перспектив застройки.



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

BG: В итоге какой горизонт планирования при проектировании встроенных коммерческих помещений у компании Legenda?

Л. Ф.: Мы стараемся максимально глубоко, насколько это возможно в существующей градостроительной политике, заглянуть, а что же там будет дальше. Есть градостроительные документы, на которые мы опираемся. Но кроме этого, мы ориентируемся и на свой опыт, включаем логику и понимаем, что в окружении могут появиться какие-то еще объекты. Коммерческой недвижимости в определенной локации нужно ровно столько, сколько нужно, и никак не больше. Иначе на нее тут же падает цена. Возьмем, например, квартал «Балтийская жемчужина», который мы сейчас осваиваем и строим там «Legenda Героев». Мы рассматриваем в комплексе вообще весь микрорайон и рассчитываем, какой будет потребность в коммерческой недвижимости в дальнейшем. В данном конкретном случае мы приняли решение выделить только один этаж под «коммерцию». Это делается для того, чтобы люди, купившие у нас объекты коммерческой недвижимости, были уверены, что они будут расти в цене и ни в коем случае не подешевеют. Но, к сожалению, на рынке часто происходит так, что некачественную, неграмотно спроектированную коммерческую недвижимость собственники

не могут продать не просто по сниженной цене, а вообще ни по какой, потому что ее попросту не сдать в аренду и она не приносит дохода.

BG: Какой объем коммерческих встроенных площадей сегодня реализует компания Legenda?

Л. Ф.: Всего в наших строящихся объектах 27 тыс. кв. м встроенной коммерческой недвижимости: по 10 тыс. кв. м в жилых комплексах «Legenda Дальневосточного» и «Legenda Комендантского» и 7 тыс. «квадратов» — в «Legenda Героев». В этих комплексах встроенные коммерческие площади проданы на 60–80% в зависимости от комплекса. Из них в 2017 году мы реализовали около 10 тыс. кв. м.

BG: Компания Legenda строит жилье, ориентируясь на свой собственный формат Smart. Применим ли он к встроенным коммерческим помещениям?

Л. Ф.: Безусловно, хоть формат Smart по-разному воплощается в жилье и коммерческих площадях. Например, в квартире, построенной по smart-стандартам, предусмотрены все нюансы. Покупателю жилья остается только въехать. Не надо сносить стены, заново наносить штукатурку... Все уже готово. В объектах коммерческой недвижимости все в точности до наоборот. Мы делаем универсальную заготовку для любого типа арендатора. Любой бизнес требует мгновенного переформатирования площадки для приспособления под свои потребности. Для этого нужно помещение open space или открытая планировка с минимальным количеством несущих колонн внутри. Это одна из составляющих нашего smart-подхода к созданию объектов коммерческой недвижимости. Другими составляющими успеха будущего объекта являются окна-витрины и наличие высоких потолков. Таким образом, мы получаем универсальную заготовку, где дальше любой бизнесмен может воплотить любую концепцию. Например, сегодня это кафе, завтра — офис.

Более того, если мы посмотрим на весь комплекс коммерческих площадей в наших жилых объектах, то мы увидим, что все они с открытой планировкой. Перегородки внутри этажа коммерческой площади спроектированы так, что они не являются несущими. Поэтому можно объединить несколько помещений внутри одного крыла, убрав несколько стен.

Это своеобразный конструктор внутри дома. Когда есть возможность управлять «нарезкой», это очень удобно при сдаче разным арендаторам. Крупные инвесторы покупают несколько помещений по соседству. На весь объект мы можем получить три-четыре собственника коммерческой недвижимости, которые потом могут формировать пул арендаторов.

BG: Несмотря на это, учтены ли какие-то функциональные особенности будущих арендаторов коммерческих помещений, которые выводит на рынок Legenda?

Л. Ф.: Да, с одной стороны, помещения могут отличаться конфигурацией, с другой, все-таки у них есть специализация, которую мы учитываем при строительстве. Например, в медицинском центре должно быть больше естественного освещения, поэтому в площадях для таких объектов мы стараемся сделать максимальное количество окон по фасаду, выход окон на обе стороны дома. По большому счету, мы стараемся предусмотреть в наших проектах все: пекарни, сетевые магазины, рестораны, медицинские центры, аптеки, салоны красоты. То есть все те объекты, без которых дом не может жить. Поэтому мы изначально подводим инженерные сети под потребности наших потенциальных арендаторов коммерческой недвижимости. Делаем многофункциональные планировки.

BG: Помимо помещений на первом этаже, компания Legenda реализует «встройку» на втором этаже. Есть ли различие в функциональном назначении этих помещений?

Л. Ф.: Изначально мы рассчитывает надобность второго этажа коммерческой недвижимости по тем критериям, которые я уже назвал. Например, в жилом комплексе «Legenda Героев» у нас предусмотрен только один этаж коммерческой недвижимости. А в комплексе на Комендантском проспекте — уже два этажа, так же и на Дальневосточном проспекте. В среднем первые этажи занимает бизнес, ориентированный на клиентов, которые совершают импульсную покупку. Это кофейни, аптеки, пекарни. Площади на вторых этажах больше предназначены для клиентов, которые ориентированы на целевой заход, — салоны красоты, медицинские центры. Но это деление очень условно, потому что у нас организовано пространство входов на вторые этажи таким образом, что оно подходит под очень разные виды бизнеса. ■