ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ,
РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE
«ЭКОНОМИКА РЕГИОНА»

СТРЕМИТЕЛЬНЫЕ ПЕРЕМЕНЫ

Развитие интернета продолжает на глазах менять структуру отечественной и мировой экономики, а может быть, и закладывает основы для перемен в обществе. Сдвиги заметны даже не на примере последних лет — кардинальные изменения очевидны по итогам одного квартала. Например, резко возросший рынок доставки продуктов и товаров увеличил потребность в курьерах: по некоторым позициям только за последние месяцы спрос на вакансии специалистов по доставке вырос чуть ли не на сто процентов.

Увеличивается и доля посуточно сдающегося жилья, эксперты говорят о росте на 10–15% в год. Столь резкое развитие данного сегмента бизнеса опять же возможно благодаря росту популярности онлайн-сервисов. Многие сегменты, как это нередко случается, опережают нормативную базу. Например, рынок посуточной аренды жилья законодатели спешно пытаются отрегулировать. Насколько такие попытки будут успешными, никто из специалистов предсказать не берется. Да и та же курьерская работа, видимо, потребует дополнительной «обработки напильником» в части трудовых отношений. По крайней мере, недавний скандал со смертью курьера от переработки на такую мысль наталкивает. Впрочем, как и любой молодой и быстрорастущий сегмент, рынок доставки будет сопровождаться скандалами, даже если они лежат за рамками правового регулирования. Так, например, многие неоднозначно восприняли недавнюю рекламу Delivery Club о том, что заказ будет доставлен учителем, народным артистом, журналистом.

Поднятый шум, как бы ни оценивать этот скандал с морально-нравственной точки зрения, показывает, что развитие интернета меняет потребности в рабочей силе, повышает спрос на одни позиции и снижает — на другие. Очевидно, что есть какие-то профессии с коммерческой точки зрения неконкурентоспособные, но обществу, безусловно, нужные. Кстати, тот же интернет и информационная волна, поднимаемая в нем, может способствовать акцентированию внимания на болевых точках общества с тем, чтобы исправить сложившуюся ситуацию.

↑
КОЛОНКА РЕДАКТОРА

ПАРКОВКИ ПЕРЕХОДЯТ В НОВУЮ ПЛОСКОСТЬ

АВТОМОБИЛИЗАЦИЯ НАСЕЛЕНИЯ ОПЕРЕЖАЕТ СТРОИТЕЛЬСТВО ИНФРАСТРУКТУРЫ. В РЕЗУЛЬТАТЕ В ГОРОДЕ НАЧИНАЕТ ОЩУЩАТЬСЯ ОСТРЫЙ ДЕФИЦИТ ПАРКОВОЧНЫХ МЕСТ. РЕШЕНИЕМ ПРОБЛЕМЫ МОГЛО БЫ СТАТЬ СТРОИТЕЛЬСТВО МНОГОЭТАЖНЫХ ПАРКИНГОВ, НО ШИРОКОГО РАСПРОСТРАНЕНИЯ ТАКИЕ ПРОЕКТЫ ПОКА НЕ ПОЛУЧИЛИ. КОРРЕСПОНДЕНТ BG ОЛЕГ ПРИВАЛОВ РАЗБИРАЛСЯ В ПРИЧИНАХ НЕРЕНТАБЕЛЬНОСТИ ПРОЕКТОВ МНОГОУРОВНЕВЫХ ПАРКОВОК.

Затруднения из-за нехватки парковочных местных мест сегодня испытывают и центр Петербурга, и новые районы с плотной многоэтажной застройкой, такие как Кудрово и Мурино. Парковочные места также остро востребованы в Приморском, Выборгском и Московском районах с высокой плотностью населения, жители которых страдают от обилия машин, припаркованных на внутридворовых территориях, газонах и детских площадках. «Паркинги — не самая привлекательная функция для инвесторов с точки зрения доходности, вследствие чего проекты не получили широкого распространения в городе, а городская администрация вряд ли будет инвестировать в подобные проекты, по крайней мере — до урегулирования вопроса с оплатой на парковочных зонах»,— говорит Анна Сигалова, директор департамента финансовых рынков и инвестиций Colliers International.

ПУСТУЮЩАЯ ПОЛОВИНА Евгений Богданов, основатель проектного бюро Rumpu, подсчитал, что в жилых комплексах эконом- и комфорт-класса паркинги, как правило, заполнены наполовину, либо вообще пустуют. Притом, что людям уже некуда ставить автомобили рядом с домом. «К сожалению, у большинства просто нет свободных средств, чтобы купить, помимо квартиры, еще и паркинг»,— считает эксперт.

Господин Богданов полагает, что говорить про окупаемость паркингов не приходится в принципе. «Для застройщиков паркинги — скорее дополнительная статья расходов, а не возможность заработать. Они стремятся продать их хотя бы по себестоимости, и это удается с трудом. После ввода жилого комплекса на то, чтобы распродать парковочные места, уходят годы. Исключение составляют дома бизнес-класса и элитное жилье. Там машино-места нарасхват, и их всегда не хватает»,— рассказывает он.

Сергей Терентьев, директор департамента недвижимости ГК «ЦДС», слова коллеги подтверждает. Он говорит, что себестоимость строительства парковочного места в теплом подземном паркинге примерно одинакова как для объектов бизнес-класса, так и в масс-маркете. «Итоговая продажная стоимость определяется объемом спроса. В связи с повышенными нормами обеспеченности парковочными местами на имеющееся количество квартир сейчас в массовом сегменте, в котором работает наша компания, предложение превышает спрос. Поэтому в большинстве своих объектов мы вынуждены реализовывать парковочные места существенно ниже их себестоимости»,— говорит эксперт.

Елена Валуева, директор по маркетингу Mirland Development Corporation, рассказала: «Примерно половину мест мы продаем на этапе строительства, остальные — в первый и второй год эксплуатации дома. К сожалению, на приобретение паркинга невозможно взять ипотеку, отсюда следует еще одна проблема — покупатели не готовы платить за машино-место сразу всю сумму, поэтому у некоторых застройщиков места продаются медленно. Госпожа Валуева отмечает, что содержание подземного паркинга для владельца может стоить в среднем 2–2,5 тыс. рублей в месяц.

СЛОЖНОЕ ОКРУЖЕНИЕ Одним из самых сложных факторов строительства подземных сооружений является стесненность площадки строительства, наличие исторической застройки, памятников архитектуры. Так, при строительстве трехчетырехуровневого подземного паркинга возникает необходимость устройства котлована глубиной 15–20 м, при этом необходимо если не исключить, то привести к минимуму влияние на фундаменты зданий окружающей застройки за счет устройства массивных конструкций, удерживающих перемещения стенок котлована. Также приходится учитывать и подземную инфраструктуру города: тоннели и вестибюли метрополитена, инженерные коммуникации, воздействие на которые необходимо также практически исключить. Стоимость такого строительства с учетом мониторинга состояния зданий, а может быть, и усиления их конструкций, может оказаться настолько высокой, что лучше совсем отказаться от этих работ.

Ольга Ульянова, директор департамента рекламы и маркетинга ГК «Полис Групп», говорит, что при строительстве подземного паркинга могут потребоваться серьезные археологические изыскания и сложные подготовительные работы, что в разы удорожает затраты.

При строительстве подземных сооружений неизбежно приходится решать вопрос отведения вод из котлована, а при проектировании и эксплуатации — и защиты конструкций от воздействия вод и проникновения их в помещения паркинга. При наличии огромного ассортимента изоляционных материалов слабым местом является процесс их монтажа. При этом требования к качеству работ остаются очень высокими: в паркинге должен соблюдаться влажностный режим, не говоря уже о том, чтобы по стенам не сочилась вода.

Также можно столкнуться с проблемой пересечения транспортных потоков. Проще говоря, процесс въезда автомобилей в подземный паркинг может заблокировать движение автомобилей по основной магистрали. Это особенно актуально для офисных зданий, где прибытие и убытие сотрудников происходит одномоментно утром и вечером, указывает Ольга Любарцева, главный специалист конструкторского отдела компании «Метрополис».

За счет перечисленных выше факторов стоимость парковочного места (аренды или покупки) на сегодняшний день остается высокой для большинства городских жителей. «Стоимость паркинга также зависит от его характеристик: отопление, система пожаротушения, наличие мойки»,— добавляет Александра Овчинникова, младший аналитик ИК «Фридом Финанс».

Если в спальных районах строить парковки невыгодно, то в центре — просто негде. Ольга Любарцева полагает, что в центре решать проблему паркинга можно за счет освоения подземного пространства. «Однако стоит понимать, что с каждым метром заглубления подземного сооружения увеличиваются все технико-экономические показатели объекта: расход материалов и энергоресурсов, растут затраты на строительство. В связи с этим важнейшим вопросом проектирования подземных паркингов является выбор минимально возможной высоты этажа при обеспечении необходимой высоты проезда даже крупногабаритных автомобилей, с учетом прокладки инженерных коммуникаций и высоты несущих конструкций перекрытий»,— говорит она.

При проектировании современных жилых и общественных зданий площади для парковки автомобилей предусматриваются из расчета количества посетителей или жителей. Так, при проектировании многофункционального комплекса «Водный» в Москве, в состав которого входят 28-этажный офисный центр, торговый центр с помещениями гипермаркета и кинотеатров, при оценке количества необходимых парковочных мест архитекторами проекта было принято решение об устройстве площадей паркинга не только в подземной части, под помещениями торгового комплекса, но и в виде отдельно стоящего здания многоуровневой автостоянки. Размещать все эти площади под землей было просто нецелесообразно, рассказала госпожа Любарцева. → 16

ГРАФИКА НА ОБЛОЖКЕ: АРСЕНИЙ БЛИНОВ