

то пандемия еще больше ускорила этот тренд. Мы на своем опыте видим, что качественные объекты покупают быстро и сразу. Если площади под аренду созданы продуманно, а ожидания инвестора по окупаемости и доходности оправданы, то коммерция не задерживается на рынке. Кроме того, сейчас застройщики уже не продают творчество архитекторов, а уходят в клиентоориентированность. Это как раз и дает более качественный подход к реализации проектов жилых комплексов, коммерческих помещений и формирует устойчивый спрос», — говорит представитель застройщика.

ЛОКАЦИЯ ОПРЕДЕЛЯЕТ ЦЕНУ

По информации генерального директора консалтинговой компании Масоп Ильи Володько, если цены на жилую недвижимость в столице Кубани выросли очень существенно (на 53% с начала года), то ставки аренды и продажи коммерческой недвижимости практически не изменились. «Если очень усредненно, то стоимость квадратного метра коммерческой недвижимости в Краснодаре сегодня составляет в районе 100 тыс. руб. Однако разброс достаточно существенный — от 50 тыс. до 300 тыс. руб. за квадратный метр в зависимости от локации, от функционального назначения», — говорит эксперт.

Как ранее писала «Экономика региона», в марте 2020 года квадратный метр коммерческой недвижимости стоил в среднем порядка 80–85 тыс. руб. По словам риелторов, стоимость коммерческих площадей еще год назад формировалась по принципу «плюс 30–40 тыс. руб. от стоимости квартир».

Мониторинг цен компании «ИНСИТИ» показал среднюю стоимость квадрата коммерческой площади в краевом центре на уровне от 100 тыс. руб. в хороших локациях. «Расположение коммерции и трафик покупателей играют огромную роль в ценообразовании. Удаленность даже на 30 метров от основного потока людей может кардинальным образом отражаться на цене квадратного метра», — комментирует Олег Шишари.

Александр Спасов также считает, что разброс цен на коммерческие помещения велик и все зависит от района, локации конкретного жилого комплекса, потока потенциальных покупателей и конкуренции. По его словам, стоимость коммерческих помещений в проектах «Неометрии» начинается от 90 тыс. руб. за кв. м. При этом застройщик следит, чтобы площади под коммерцию не превышали долю 3–4% от всей застройки, учитывает контекст и адаптирует объекты под него.

В настоящее время в портфеле проектов компании «ЮгСтройИмпериял» находится более 1,5 млн кв. м недвижимости, при этом почти 100 тыс. кв. м приходится на коммерческие помещения разного назначения. Средняя стоимость коммерции у застройщика — 150 тыс. руб. за кв. м.

По словам Ольги Нарт, средняя стоимость квадратного метра торговых коммерческих площадей по Краснодару на сегодняшний день составляет 90–105 тыс. руб. за кв. м. Но эти цифры, отмечает эксперт, сродни средней температуре по больнице. «Диапазон цен очень широкий и зависит от множества факторов, в том числе от локации. В зависимости от них цена может варьироваться в два-три раза и более», — говорит представитель AVA GROUP.

Ольга Вожжова из «Этажей» резюмирует, что стоимость квадратного метра в коммерческой недвижимости всегда зависела от дислокации, перспективы застройки района (например, если это коммерция на первом этаже ЖК), инфраструктуры, а в связи с последними событиями — еще и от ограничительных мер региона. Если в 2020 году стоимость за 1 кв. м «коммерции», по данным агентства недвижимости, составляла 100–120 тыс. руб., то уже в 2021-м «квадрат» в тех же локациях стоит от 130 тыс. до 170 тыс. руб.

СЛЕД ОТ ПАНДЕМИИ Прошедший год не мог не повлиять на рынок коммерческой недвижимости, считают все опрошенные «ЭР» эксперты. По их словам, многие арендаторы ком-



ПОТРЕБИТЕЛИ, КОТОРЫЕ РАСПОЛАГАЮТ РУБЛЕВЫМИ СБЕРЕЖЕНИЯМИ, РАССМАТРИВАЮТ ПРИОБРЕТЕНИЕ БИЗНЕСА, КОТОРЫЙ ВПОСЛЕДСТВИИ СМОЖЕТ СТАТЬ ДЛЯ НИХ ТАК НАЗЫВАЕМОЙ «ПОДУШКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ»

мерческих площадей столкнулись с серьезными вызовами и сложностями и вынуждены были вести переговоры об изменении или смягчении условий аренды. В большинстве случаев, отмечает Ольга Нарт, они находили понимание у владельцев недвижимости.

«В КРАСНОДАРЕ И ДРУГИХ РОССИЙСКИХ ГОРОДАХ БЫЛО БОЛЬШЕ ОПАСЕНИЙ И НЕГАТИВНЫХ ОЖИДАНИЙ ОТ ЗАПРЕТА НА РАБОТУ РЯДА АРЕНДАТОРОВ В ТОРГОВО-РАЗВЛЕКАТЕЛЬНЫХ КОМПЛЕКСАХ, ЧЕМ ЭТО БЫЛО НА САМОМ ДЕЛЕ»

«Увеличилось число вакантных площадей, в первую очередь за счет устаревших помещений, не отвечающих современным требованиям. Увеличилась ротация арендаторов: кто-то вынужден был сократить арендуемые площади или количество арендуемых помещений, кто-то, наоборот, воспользовался ситуацией и переехал в более подходящие помещения либо помещения с более низкой ставкой. При этом качественные коммерческие площади всегда востребованы, быстро находят покупателей и арендаторов, и по ним сохраняется определенный дефицит», — говорит госпожа Нарт.

Илья Володько констатирует, что пандемия и все карантинные меры в целом тяжело отразились на рынке коммерческой недвижимости, однако глобально ситуацию не поменяли. «В Краснодаре и других российских городах было больше опасений и негативных ожиданий от запрета на работу ряда арендаторов в торгово-развлекательных комплексах, чем это было на самом деле. В действительности владельцы торговых центров пошли на уступки и где-то индивидуально договаривались с арендаторами, снижали арендную плату на период локдауна и даже после него — в связи с уменьшением потока покупателей. Мы не видим какого-то повального освобождения помещений в торговых центрах, сегодня они все востребованы, все заняты и можно сказать, что отрасль эти негативные моменты пережила. Покупательский поток еще не восстановился, но объекты функционируют, и торговые центры чувствуют себя уверенно», — говорит гендиректор Масоп.

Сложности в период ограничительных мер, по словам Олега Шишари, были у всех, кто не торговал продуктами первой необходимости. Спрос на офисные помещения резко упал. Однако уже осенью прошлого года, отмечает собеседник, по мере ослабления ограничений, спрос начал восстанавливаться.



Всерьез отразились на рынке коммерческой недвижимости снижение доходов россиян и тревога за завтрашний день, констатирует Ольга Вожжова. Так, сегодня на рынке недвижимости, по ее словам, увеличился процент вышедших на сделку потребителей, которые располагают рублевыми сбережениями и рассматривают приобретение бизнеса, который впоследствии сможет стать для них так называемой «подушкой безопасности», даже с учетом того, что некоторые собственники уже начали поднимать цены.

«Сейчас ситуация более стабилизировалась, так как бизнес уже адаптирован под текущую ситуацию. Многие владельцы бизнеса уже перешли в онлайн либо развивают арендный бизнес (фиксированный долгосрочный арендатор с ежегодной индексированной ставкой за квадратный метр), который был приобретен в период с начала пандемии до сентября. За те месяцы, пока компании из-за неблагоприятной эпидемиологической обстановки трудились дистанционно, многие работодатели оценили удобства и преимущества работы из дома, поэтому количество освобождаемых арендных (офисных, торговых) площадей стремительно сокращается», — говорит представитель «Этажей».

БУДУЩЕЕ ЗА ОНЛАЙНОМ Спрос на рынке коммерческой аренды, по словам Ольги Вожжовой, упал, так как сейчас бизнес переживает новый виток оптимизации и адаптации. Это, например, дистанционное управление. Работа на дому заменила офисы; пункты выдачи товара и курьерская доставка — магазины; фудтраки — аренду в торговых центрах или других местах точек общественного питания.

«СРЕДИ ПОКУПАТЕЛЕЙ КОММЕРЦИИ СЕГОДНЯ АКТУАЛЬНА СВОБОДНАЯ ПЛАНИРОВКА ПЛОЩАДЬЮ ОТ 30 ДО 80 КВ. М, С ВОЗМОЖНОСТЬЮ ПЕРЕПЛАНИРОВКИ ПОД ЛЮБОЙ БИЗНЕС»

По словам Олега Шишари, сегодня потребители меняют многие привычки и тем самым переформируют рынок коммерческой недвижимости. Ужесточение требований к соблюдению социальной дистанции, переход в онлайн приводят, по его мнению, к тому, что арендаторам требуются большие площади складов и меньшие площади магазинов, выставочных площадок. «При этом надо понимать, что аренда склада обходится в несколько раз дешевле коммерческих площадей», — отмечает собеседник «ЭР».

Заместитель председателя совета директоров СК «ЮгСтройИмпериял» Станислав Николенко отмечает, что среди покупателей коммерции сегодня актуальна свободная планировка площадью от 30 до 80 кв. м, с возможностью перепланировки под любой бизнес. В своем большинстве на первых этажах жилых домов остаются востребованы помещения с назначением под малый бизнес: кофейни, продуктовые магазины, косметические кабинеты, аптеки, детские секции. «Еще один фактор востребованности — популярность онлайн-сервисов, которые значительно выросли во время пандемии. Их аудитория увеличивается с каждым днем, а значит, требуются новые точки размещения для выдачи товаров — новые помещения», — говорит господин Николенко.

Ольга Нарт отмечает рост популярности онлайн-сервисов по продаже и доставке продовольственных и непродовольственных товаров, что сильно повлияло на активное развитие складской недвижимости различного формата. «Кроме этого, с развитием таких сервисов появляется новый слой арендаторов и новые форматы — помещения для онлайн-ритейла, пункты выдачи заказов, dark store и dark kitchen», — рассказывает эксперт.

По словам Ольги Вожжовой, за те месяцы, пока компании из-за неблагоприятной эпидемиологической обстановки трудились дистанционно, многие работодатели оценили удобства и преимущества работы из дома, поэтому количество освобождаемых офисных площадей стремительно сокращается. Смешанная схема работы некоторых организаций (большинство сотрудников приезжают в офис один-два раза в неделю, ежедневное нахождение в офисе предусмотрено для ограниченного количества людей, или же развитие online-продаж, увеличение числа пунктов выдачи товаров) привело к тому, что владельцы бизнеса оптимизируют количество квадратных метров занимаемых торгово-офисных площадей и обсуждают снижение стоимости за квадратный метр на 15–20%.

«Заполняемость торговых площадей, наоборот, практически вернулась к докарантинному периоду, немного изменив формат. Если ранее был формат только торговой точки, которая зависела от трафика людей, заселенности ЖК, инфраструктуры, то теперь же это может быть пункт выдачи товаров, точка реализации, которая интересна сети стратегически и с точки зрения будущего развития района, вне зависимости от вышеперечисленных факторов. В итоге 2021 год стал для рынка коммерческой недвижимости своеобразной, нелегкой, но очень мощной и интересной площадкой для выхода бизнеса на новую ступень развития», — резюмирует руководитель отдела коммерческой недвижимости АН «Этажи-Кубань». ■