ПЕРВЫЕ ЭТАЖИ НЕ ВСТРОИЛИСЬ В КРИЗИС

РЫНОК ВСТРОЕННЫХ КОММЕРЧЕСКИХ ПОМЕЩЕНИЙ НА ПЕРВЫХ ЭТАЖАХ НОВОСТРОЕК С НАСТУПЛЕНИЕМ КРИЗИСА ПОВЕЛ СЕБЯ ИНАЧЕ, ЧЕМ ЖИЛЬЕ В СТРОЯЩИХСЯ ДОМАХ. ОТТОК АРЕНДАТОРОВ СОКРАТИЛ ИНТЕРЕС ИНВЕСТОРОВ К ЭТОМУ СЕГМЕНТУ, ПОЭТОМУ ЦЕНЫ НА ТАКИЕ ПЛОЩАДИ ЗА ПЕРВЫЙ КВАРТАЛ НЕ ИЗМЕНИЛИСЬ. А ПО ИТОГАМ ГОДА, ПО ОЦЕНКАМ НЕКОТОРЫХ ЭКСПЕРТОВ, СНИЖЕНИЕ СТАВОК МОЖЕТ СОСТАВИТЬ 5–15%. ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Лада Брагина, заместитель директора департамента «Коммерческая недвижимость» АН «Итака», говорит, что цены на встроенные коммерческие помещения в новостройках пока держатся на прежнем уровне. «Их роста ожидать и не приходилось: за 2021 год некоторые девелоперы подняли стоимость до 400 тыс. рублей за квадратный метр, в результате чего инвестиционная привлекательность этого сегмента значительно снизилась»,— отмечает она.

Ольга Аткачис, генеральный директор A2 Retail, добавляет: «Текущая ситуация внесла изменения в активность на рынке встроенных коммерческих помещений. Крупные арендаторы сокращают свои планы развития на текущий год, заключение части договоров аренды поставлено на паузу. Многие ждут апреля, чтобы принять решение о корректировке или сохранении планов по расширению бизнеса на текущий год».

Павел Евсюков, руководитель направления стратегического маркетинга AAG, замечает, что «ковидный» рост стоимости коммерческих помещений пока не привел к соответствующему повышению арендных ставок. «В результате мы наблюдаем снижение окупаемости инвестиций во встроенные помещения с привычных 8–12 лет до 15 и более. Логичным ответом стало снижение площади продаваемых помещений: сегодня на рынке попадаются варианты от 14 кв. м»,— говорит эксперт.

ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

ЭКСПЕРТЫ ОТМЕЧАЮТ УВЕЛИЧЕНИЕ СРОКОВ ОКУПАЕМОСТИ ИНВЕСТИЦИЙ ВО ВСТРОЕННЫЕ ПОМЕЩЕНИЯ С ПРИВЫЧНЫХ 8–12 ЛЕТ ДО 15 И БОЛЕЕ

ВСЕ ВЫЖИДАЮТ Ольга Аткачис обращает внимание, что сегодня на рынке купли-продажи встроенных помещений режим ожидания проявляется еще сильнее, чем в жилой недвижимости. «Если говорить о ценах конца февраля — начала марта, то они находились в диапазоне от 175 до 350 тыс. рублей за квадратный метр. Традиционно наиболее востребованы компактные метражи площадью от 50 до 100 кв. м, хотя все форматы находят своего покупателя. Так, крупными помещениями площадью более 350 кв. м традиционно интересуются продуктовые ритейлеры»,— делится госпожа Аткачис.

Ян Фельдман, директор по маркетингу ГК «Ленстройтрест», подсчитал, что цена помещений на первых этажах и стоимость аренды меняются вместе со степенью развитию жилого комплекса. «По мере увеличения строительной готовности объектов цены на встройку за год в среднем увеличиваются примерно на 15%. Сегодня цена коммерческих помещений в наших кварталах варьируется от 121 до 231 тыс. рублей в зависимости от проекта»,— приводит он данные.

Мария Дуганова, директор по продажам и управлению недвижимостью компании «Бронка Девелопмент», говорит: «Рост ставок пока не наблюдается, сохраняется уровень 2021 года. В среднем стоимость коммерческих помещений с охватом внутренней и внешней целевой аудитории в жилых комплексах бизнес-класса составляет 200–220 тыс. рублей за квадратный метр».

Сергей Степанов, директор по продажам компании «Строительный трест», считает, что в последние годы наблюдается тенденция к интересу приобретения коммерческих помещений от 30 до 80 кв. м, что связано с большим разделением бизнеса на сегменты. «Так, например, если раньше в коммерческом помещении открывался универсальный салон красоты с отдельным маникюрным кабинетом, косметологическим кабинетом, то сегодня это отдельные коммерческие помещения, где располагается бизнес узкого сегмента, например, только массажный кабинет или только студия окрашивания волос»,— указывает эксперт.

СОКРАЩЕНИЕ ПЛОЩАДЕЙ Всеволод Глазунов, директор по маркетингу Legenda, считает, что на рынке коммерческих помещений происходят те же процессы, что и на рынке жилой недвижимости,— постепенное сокращение и оптимизация площадей. «Инвесторы выбирают малогабаритные, но эргономичные объекты с максимальным коэффициентом полезного пространства и техническими характеристиками, соответствующими современным требованиям стрит-ритейла. Важно, чтобы помещения имели открытые планировки, высокие потолки, независимый вход, ну и, конечно же, удобную локацию с высокой пропускной способностью»,— говорит он.

«Этот тренд продиктован развитием онлайн-торговли, в рамках которой формат „у дома“ становится исключительно клиентской зоной, не требующей больших площадей. Активным арендатором стрит-ритейла в последнее время стали пункты выдачи онлайн-заказов от популярных маркетплейсов, а также медицинские центры. Можно отметить рост количества заведений общественного питания, причем в самых разных форматах: пекарни и кофейни, кафе, гастробары, винотеки. Самую большую долю стрит-ритейла по-прежнему занимают продуктовые магазины, аптеки, алкогольные маркеты»,— замечает господин Глазунов.

Господин Фельдман полагает, что процесс трансформации в наполнении коммерческих помещений запустила пандемия. «Сейчас увеличился запрос на развитие общественных пространств и открытие бизнеса, ориентированного на человека. На первых этажах появляются коворкинги, комьюнити-центры, библиотеки, творческие мастерские»,— перечисляет он.

Алексей Лазутин, руководитель отдела инвестиционных продаж и корпоративных услуг IPG.Estate, также отмечает, что наиболее востребованным метражом остаются 50–100 кв. м. «За прошедший год цены на качественные объекты стрит-ритейла значительно увеличились с 15 до 25–30 млн рублей»,— говорит он.

СДЕЛАЙ САМ Госпожа Брагина при этом отмечает, что девелоперы все чаще оставляют в своей собственности интересные с точки зрения локации помещения и управляют ими самостоятельно. Господин