



Московский Бизнес Клуб
Присоединяйтесь к лидерам!

тел: +7 (495) 507-46-60
факс: +7 (495) 625-83-94

107 078 Россия, г. Москва,
Ул. Новая Басманная, д.10,
6 подъезд, 2 этаж, офис 403.

secretary@mosbizclub.ru
www.mosbizclub.ru

Новое качество: к чему приведет оптимизация девелоперских проектов?

Очередной выпуск Дискуссионного Клуба Московского Бизнес Клуба посвящен проблемам строительной отрасли. Затрудненный доступ к источникам финансирования, снижение покупательской способности населения и многие другие причины заставили девелоперов снижать затратные части проектов и повышать ликвидность конечных продуктов. Результатом стало изменение структуры первичного рынка недвижимости.



«В последнее время многие научились строить, не особенно экономя на технологиях и материалах. Поэтому процесс создания продукта по востребованной цене требует оптимизации по всем направлениям: концептуальные решения, проектирование, строительство, продажа, управление проектом», - замечает **Юрий Хлестаков**, Генеральный директор «Русского Дома Недвижимости».

«Кризис на рынке недвижимости заставляет девелоперов реагировать и вносить изменения в уже готовые проекты. Тенденция очевидна, но насколько она велика, на сегодняшний день мы сказать не можем», - **Татьяна Бриккер**, БЕСТ-Недвижимость, отделение на Щепкина.

Каким образом рынок реагирует на сложившиеся условия? И каковы могут быть последствия сегодняшней «оптимизации» бюджета новостроек в будущем?

Самый очевидный путь снижения затрат – удешевление материалов и технологий, используемых при строительстве.

Первыми забили тревогу страховые компании. «Оптимизация бюджета на строительство означает, что будут выбраны наиболее дешевые и, в большинстве случаев, - наименее безопасные способы ведения работ и материалы. Уменьшится количество рабочих на строительной площадке. Все это приведет к повышению вероятности наступления страхового случая, что повысит актуальность качественной и надежной защиты. При этом сокращение поступлений по данному виду страхования в краткосрочном или среднесрочном периоде может привести к росту тарифов», - считает **Наталья Карпова**, исполнительный вице-президент Группы Ренессанс страхование. Кстати, по ее словам, увеличение сроков строительных работ уже сегодня приводит к увеличению страховых рисков и, как следствие – стоимости защиты. «В перспективе возможно также появление специального продукта для строительных компаний на период консервации».



Московский Бизнес Клуб
Присоединяйтесь к лидерам!

тел: +7 (495) 507-46-60
факс: +7 (495) 625-83-94

107 078 Россия, г. Москва,
Ул. Новая Басманная, д.10,
6 подъезд, 2 этаж, офис 403.

secretary@mosbizclub.ru
www.mosbizclub.ru

«В целях экономии многие строительные компании перешли на отечественные материалы, - сообщает **Алексей Смоленцев**, Генеральный директор Группы компаний «Домостроитель».

По его мнению, «в погоне за сокращением издержек важно придерживаться разумного подхода. Экономия за счет качества строительных материалов чревата дополнительными расходами в гарантийный период. Для удержания качества на должном уровне, использование отечественных строительных материалов не рекомендуется в объеме большем, чем 75%».

«К сожалению, сегодняшней спрос настолько сильно ориентирован на цену, что многие покупатели не обращают внимание на качество строительства, состояние документации, потребительские качества объекта, а, как известно «спрос рождает предложение», и застройщики естественно стремятся его удовлетворить», - говорит Юрий Хлестаков. Хотя **Михаил Кудрявцев**, Председатель Совета директоров УК «ИТКОЛ» считает, что все материалы и технологии прописаны в стандартах и разрешительной документации. А значит, изменить их будет не просто. «Различные дизайнерские «штучки» отойдут на второй план, однако они не играют большой роли в стоимости проекта».

Другой способ повысить рентабельность проекта – это изменить функцию строящегося здания («Строящегося» потому, что «бумажные» проекты, в основном, заморожены, а функционально перепрофилировать построенное здание крайне сложно).

«В последнее время наблюдаются излишки офисных площадей, и при гибком подходе девелоперских компаний эти площади переводятся в иные области - жилую, МФК. - поясняет **Петр Машаров**, Генеральный директор компании CENTURY 21 Еврогрупп Недвижимость. - В будущем баланс должен уравновеситься, снизив процент невостребованных офисных площадей. Это позитивно, поскольку такое гибкое отношение может решить проблемы на других рынках: если рассматривать жилую недвижимость, то здесь наблюдается даже не нехватка, а недостаточно широкий спектр предложений. Поэтому перепрофилирование офисных помещений может восполнить дефицит на рынке жилой недвижимости».

Перепрофилирование коммерческих зданий в жилые проекты действительно было бы перспективно с точки зрения рентабельности, но «этот процесс проблематичен с точки зрения получения разрешительной документации». Так считает **Руслан Юрков**, Управляющий директор CENTURY 21 Kras Realty (Краснодар). Как вариант можно превращать офисные площади в апартаменты, но никто из девелоперов не заявил о подобном сценарии развития событий.

Кстати, по мнению гоол, девелоперы крайне редко переделывают проекты на стадии строительства. «Подобное перепрофилирование требует дополнительных затрат. Необходимо переделать весь проект, согласовать в ряде инстанций. Это еще и длительные временные затраты. Если здание на стадии строительства, то расходы на его консервацию на данный период тоже необходимо учитывать. С учетом вышесказанного рентабельность подобного проекта носит весьма условный характер».

Аналогичного мнения придерживается и Михаил Кудрявцев. Кроме того, он указывает на имеющуюся «профильность» девелоперов. «Если компания хорошо зарекомендовала себя в строительстве жилых объектов, это еще не значит, что она так же хорошо справится со строительством гостиничного комплекса или офиса». По мнению г-на Кудрявцева «рынок в целом не заполнен не по одному из видов объектов (офисы, гостиницы, жилье и т.п.), а отсутствие уже более года нового строительства в перспективе еще больше увеличит потенциальный дефицит». То есть потенциал роста не зависит от сегмента недвижимости, а значит, перепрофилировать объект не имеет смысла.



Московский Бизнес Клуб
Присоединяйтесь к лидерам!

тел: +7 (495) 507-46-60
факс: +7 (495) 625-83-94

107 078 Россия, г. Москва,
Ул. Новая Басманная, д.10,
6 подъезд, 2 этаж, офис 403.

secretary@mosbizclub.ru
www.mosbizclub.ru

Некоторые девелоперы изменили концепцию объекта, просто прибегнув к «мелкой нарезке». В сегменте офисной недвижимости, по заявлениям экспертов, этот прием особой отдачи не дает, а в жилой работает неплохо.

Вот что рассказал Руслан Юрков: «Формат типа «смарт» - это аналог советских «гостинок» (малогабаритных квартир) площадью 15-25 кв.м. В Краснодаре такие квартиры занимают ценовую нишу между комнатой в общежитии стоимостью от 700 тыс. руб. и хрущевкой стоимостью от 1,4 млн. до 1,6 млн. руб. В домах малоэтажной застройки цена доходит до 1 млн. руб., цена в высотных комплексах – немного выше – 1150 – 1400 тыс. руб.

Основная идея, лежащая в основе появления формата «смарт» – это уменьшение цены на выходе, поскольку цена квадратного метра в таких квартирах не отличается от цены квадратного метра в полноценных объектах.

Если подобное уменьшение площади происходит в домах малоэтажной застройки, негативных последствий не возникает. С аналогичными квартирами в высотных комплексах не все просто. Такие ЖК изначально запланированы как дома бизнес-класс. И разбавление квартирами типа «смарт» разрушает концепцию и статусность всего ЖК в целом. Что, безусловно, сказывается на снижении покупательского интереса к соседним квартирам «бизнес-класса». Так что любое изменение концепции должно быть разумным и осмысленным.

Обсуждая влияние на будущее рынка недвижимости последних девелоперских тенденций, все эксперты были единодушны: рынок сам себя отрегулирует. «Кризисное» строительство поможет убрать появившиеся перекосы в структуре рынка недвижимости и даже сделает привлекательными неинтересные ранее девелоперам форматы, например, гостиницы. «Как только начнут возвращаться времена «всеобщего благоденствия» - доступных кредитов, высоких зарплат, низкого уровня безработицы, - начнет меняться спрос в сторону улучшения качества продукта», - подводит итог Юрий Хлестаков.