

# ЧТО-ТО НОВЕНЬКОЕ

Наталья Кушнир

МЕДЛЕННО И ПОКА НЕУВЕРЕННО УКРАИНСКИЕ ДЕВЕЛОПЕРЫ НАЧИНАЮТ ОСВАИВАТЬ НОВЫЕ ДЛЯ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ ФОРМАТЫ. ТАКИЕ ПРОЕКТЫ, КАК БУТИК-ОТЕЛЬ И АУТЛЕТ-ЦЕНТР, ПЕРЕСТАЛИ БЫТЬ ДИКОВИНКАМИ, И ПЕРЕШЛИ В РАЗРЯД РЕАЛИЗОВАННЫХ ОБЪЕКТОВ. КОНКУРЕНЦИЯ НА РЫНКЕ УСИЛИВАЕТСЯ И СПРОС КАЧЕСТВЕННО ИЗМЕНЯЕТСЯ, ПОЭТОМУ НЕСТАНДАРТНЫЕ РЕШЕНИЯ, НОВЫЕ НИШИ И ОРИГИНАЛЬНЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ — ЭТО НЕ ТОЛЬКО ШАГ К ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ РЫНКА, НО И ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ БОРЬБЫ ЗА КЛИЕНТА

## ОТЕЛЬНЫЕ ПРАВИЛА

**Р**ынок коммерческой недвижимости Украины начинает пополняться нетрадиционными для него форматами. Наибольшие возможности и самый широкий потенциал предоставляет гостиничный сегмент, который пока остается особенно стандартизированным.

Более-менее заняты только ниши традиционных 4-5-звездочных отелей, не хватает даже профессионально реализованных 2-3-звездочных объектов. Именно из-за незаполненности рынка качественными объектами в классических гостиничных форматах, по мнению **управляющего партнера компании ArtBuild Hotel Group Дарона Роуза**, локальные инвесторы не

готовы экспериментировать и строить нестандартные отели, ставя перед собой задачу минимизировать риски и вложить меньше денег в проект.

Однако, как отмечают эксперты, при тщательном изучении конъюнктуры, грамотном рекламном и маркетинговом подходе успех нестандартного проекта вполне реален. Например, по словам **маркетинг-менеджера управляющей компа-**

**нии сети Senator Apartments Валентины Бердинских**, в Киеве и регионах рынок бизнес-отелей уже насыщен, но возможности для инвестирования не ограничиваются только ими. «Ориентируясь на опыт западных стран, видим нарастающую популярность эко-отелей, высокий спрос на дизайн-отели, привлечение дополнительного потока гостей с помощью уникальной идеи, концепции – так называемые тематические или арт-отели», – говорит специалист.

О тонкостях реализации и управления неформатными проектами Валентина Бердинских знает по собственному опыту: Senator Apartments – сеть апарт-отелей (или Extended Stay), формата, находящегося на стыке жилой и гостиничной недвижимости. По ее словам, сезонность у таких отелей менее заметна, чем у обычных гостиниц, поскольку немного сглаживается за счет долгосрочных клиентов. Постоянная средняя загрузка на объектах Senator Apartments – 70% (при этом, по данным компании STR Global, по результатам 9 месяцев 2013 года заполняемость гостиничных номеров Киева составила 49,8% – ред.). «Средняя окупаемость таких проектов 8-9 лет. За счет оборудования кухни и установки дополнительного оснащения, а также увеличенной площади номеров, инвестиции апартаментов немного выше, чем в стандартных гостиничных номерах», – рассказывает Валентина Бердинских.

«В Украине сейчас вообще отсутствует формат Extended Stay под международным брендом, несмотря на то, что он близок к тому, к чему привыкли люди: снимать квартиры со всеми удобствами и экономить на стоимости проживания по сравнению с классическими отелями. К тому же, они будут получать круглосуточный сервис и безопасность, чего не хватает в аренде квартир или апартаментов», – отмечает Дарон Роуз. По его словам, сейчас ArtBuild Hotel Group как раз работает над подобным проектом. Согласно исследованиям рынка, такой формат будет востребован в крупных городах, куда едут работать или отдыхать: Киеве, Донецке, Днепрепет-

ровске, Харькове, Одессе и Львове.

Крайне плохо развиты в Украине сегменты эко- и этно-отелей (отличными примерами таких гостиниц являются ледяные отели в Скандинавии и Канаде, а также tree-house hotels по всему миру). Хотя во Львове, например, уместными и даже очень популярными являются арт-отели, что доказывает, что при небольших инвестициях и креативном подходе можно привлечь достаточное количество гостей и в нетрадиционные форматы.

## Украина еще не создает инновационные для мирового рынка проекты сама, но активно следует мировым трендам

Впрочем, никакой креатив не сможет помочь там, где высокой стеной встает традиционная украинская проблема в виде бюрократии и морально устаревших, а оттого негибких строительных норм. Если проект будет выходить за рамки «дозволенного», на его согласование уйдет столько времени и денег, что и без того невысокая окупаемость станет еще менее привлекательной. «Именно из-за сложности проведения по государственным строительным нормам новых проектов, – делится опытом Дарон Роуз, – неудачу потерпела попытка создания первых в Украине поп-ап отелей под Евро-2012». Хотя те же капсульные отели все активнее появляются не

только в странах дальнего зарубежья, но и в соседней России.

### ВСЛЕД ЗА GOOGLE

**Н**а фоне достаточно консервативного отельного сегмента офисный выглядит вполне продвинутым. Во многом благодаря бурному развитию сектора IT, что требует принципиально иного подхода к рабочему месту. Таким арендаторам не нужны статусные офисы в центре города, за которые нужно еще и платить по высшему разряду. Для них важны такие факторы, как информационная инфраструктура объекта (магистраль, центры обработки данных, телекоммуникации), удобные парковки, хорошая транспортная доступность и даже необычность. С тех пор, как мир увидел офис Google, рынок начал меняться.

«Отечественные девелоперы уже столкнулись со всеми вызовами мирового рынка, в том числе и с необходимостью создавать на территории нашей страны коммерческую недвижимость будущего. Это нормально, что Украина еще не создает инновационные для мирового рынка проекты сама, но активно следует мировым трендам», – отмечает **Дарья Кухаренко, директор по маркетингу, направление коммерческой недвижимости компании UDP**. Сама компания реализует под Киевом первый в Украине инновационный технопарк Bionic Hill. (На данном этапе на площадке проведен весь цикл подготовительных работ, включая обустройство пробных свай. Строительство первой очереди планируется начать этой весной). И хотя проект не позиционируется как объект коммерческой недвижимости, в его состав войдут, в частности, и офисные площади. Уже в 2015 г. планируется открытие трех бизнес-центров малоэтажной застройки общей площадью более 45 тыс. кв. м. Основными арендаторами инновационных офисов ожидаемо станут, прежде всего, компании, работающие в сфере информационных

технологий. Как сообщил **первый вице-президент инновационного парка Bionic Hill Виктор Галасюк**, запланированный объем инвестиций в весь проект — около \$ 1 млрд. Окупаемость проекта — свыше 15 лет. Все эти инвестиции и усилия, как ожидается, должны обеспечить проекту получение международного сертификата LEED (американская рейтинговая система, разработанная в 1993 г.). Со временем предполагается расширить проект за пределы Киева. «Bionic Hill является частью Национального проекта «Технополис», который предусматривает создание инновационной инфраструктуры по всей Украине. При подготовке технико-экономического обоснования проекта (которое было утверждено впоследствии правительством Украины), международная аудиторская компания Ernst&Young определила пять городов, где подобные проекты будут востребованы. Помимо Киева, технопарки могут быть созданы в Харькове, Львове, Донецке и Днепрепетровске», — рассказывает Виктор Галасюк. Пока такой перспективой заинтересовалась только компания UDP: возможно, в других городах также найдутся инвесторы, но браться за реализацию таких долгосрочных и масштабных проектов готовы не так много компаний.

## В Украине сейчас вообще отсутствует формат Extended Stay

Самым же успешным и набирающим популярность становится формат коворкинг-центров, таких как «Часопис» или Bibliotech. Лидером в освоении этого формата в Украи-

не стал Киев, где открыто несколько подобных объектов, но крупные города, такие как Одесса, Львов, Харьков или Днепрепетровск, тоже не отстают от тренда. Поясняя актуальность формата коворкинга, **арт-директор BiblioTech smart cafe Михаил Рыбачук** замечает, что «есть масса профессий, которым тесно и скучно сидеть в офисе, в кафе они не хотят каждые 10 минут отвечать официанту, что кофе больше не желают, а дома их уже очень достали коты и дети. Коворкинг — возможность поработать в месте, где ты сам распоряжаешься своим временем, где вокруг тебя сидят такие же люди, где стены и атмосфера помогают тебе не просто работать, а творить».

Вполне логично предположить, что подобный формат в скором времени может стать масштабнее, распространить «творческое пространство» до размеров целых бизнес-центров, и тогда пускай самым инновационным, но все же не таким креативным офисным зданиям придется считаться с еще одним конкурентом. «Думаю, что в Киеве такая возможность есть. В регионах — не знаю. Все зависит от спроса, который продолжает оставаться стабильным. Думаю, что в городах-миллионниках такая идея вполне осуществима», — считает Михаил Рыбачук.

### ТОРГОВЫЙ РЯД

**И**зменения претерпевает и торговый сегмент. Во-первых, ТРЦ становятся все качественней, профессиональней и больше по размеру. Во-вторых, на рынок постепенно выходят новые форматы. В западных странах давно поняли, что большие крытые ТЦ не так привлекательны психологически, как формат lifestyle, представляющий собой некую стилизацию деревни с отдельно стоящими небольшими домиками. В Москве с августа 2012 и по сей день открыты 3 аутлет центра — «Белая дача», Fashion house и Vnukovo outlet village. В Украине пока есть только один объект такого формата — ТЦ Аутлет «Мануфактура» под Киевом. Несколько

### СПРАВКА

## Словарь девелопера

**Автодеревня** — площадка, на которой размещено несколько крупных монобрендовых автосалонов, обычно принадлежащих одному владельцу.

**Апарт-отели** или **Extended Stay отели** — профессиональные отельные объекты, объединяющие в себе черты классического отеля и съемной квартиры: к гостиничному сервису прилагаются апартаменты увеличенной площади, оснащенные кухонным оборудованием и предназначенные для длительного, в т.ч. семейного проживания.

**Pop-up отель** — мобильный формат отеля, имеющий простую конструкцию, что позволяет за неделю переоборудовать под него практически любое подходящее помещение и за соизмеримые сроки демонтировать оборудование.

**Коворкинг** (coworking, в переводе с английского — «совместная работа») — оборудованное всем необходимым для работы пространство, сдаваемое в аренду любому желающему на необходимый срок. В коворкинг-центре свободные и независимые люди, в основном фрилансеры (программисты, переводчики, дизайнеры), используют общее пространство для своей деятельности.

Источники: [www.constructorus.ru](http://www.constructorus.ru),  
[www.copdoc.ru](http://www.copdoc.ru), [www.tranio.ru](http://www.tranio.ru),  
D. Real Estate Development

других подобных проектов, таких как Kiev E95 Outlet Centre, были отложены или заморожены на разных стадиях реализации.

Тем не менее, как считает **Ольга Троян, управляющий директор ТЦ Аутлет «Мануфактура»**, если такие форматы отлично работают в Европе, то их адаптация и развитие в Украине — это только вопрос времени. По ее словам, аутлет-городки выгодны и для покупателей, и для ритейлеров. Для первых — это возможность купить брендовую одежду и обувь со значительными скидками и заодно интересно провести время с семьей и друзьями вдали от городской суеты. Для вторых — это потенциальный источник увеличения товарооборота и оборачиваемости коллекций даже во времена экономической нестабильности, а также шанс повысить конкурентоспособность бренда. «Для многих брендов этот канал дистрибуции сегодня является достаточно перспективным и прибыльным за счет высоких продаж из расчета на 1 кв.м торговой площади и низких затрат на аренду по сравнению с качественными городскими торговыми центрами», — говорит Ольга Троян. Однако реализация аутлет-проектов в Украине также сопряжена с некоторыми трудностями.

Во-первых, в стране мало материнских компаний известных брендов, большинство ритейлеров работают по франшизе, поэтому количество и ассортимент товара несколько ограничены. Во-вторых, ритейлеры еще только учатся использовать новый для себя формат аутлета и приспосабливать под него управление остатками и ассортиментом, пересматривать маркетинговую и ценовую политику. В-третьих, в формате аутлета только начинают разбираться сами украинские потребители, которые пока не всегда понимают, какой бренд и с какой скидкой может быть тут представлен. И в-четвертых, при ввозе любого импортного товара ритейлер несет затраты на таможенные пошлины, НДС и логистику, поэтому цены в Украине отличаются от европейских на 20%. «С другой стороны, не надо ехать в Европу, ведь это также затраты, в том

числе временные», — говорит Ольга Троян. В качестве подтверждения перспективности этого формата она рассказывает о планах по расширению «Мануфактуры» за счет строительства второй очереди из 48 магазинов.

В целом интерес к торговой недвижимости велик, но работать девелоперы и инвесторы предпочитают с классическими форматами ТЦ, поскольку во многих регионах Украины по-прежнему не хватает качественных торговых площадей. «Прежде чем экспериментировать с «неформатом», необходимо как минимум обеспечить жителей городов комфортными ТРЦ для шоппинга и для отдыха, созданными с учетом международных стандартов», — подчеркивает Дарья Кухаренко.

## Интерес к торговой недвижимости ВЕЛИК, но работать девелоперы и инвесторы предпочитают с классическими форматами

Нужно отметить, что и консультанты не часто сталкиваются с необычными проектами. «Если под неформатными подразумевать «проекты с нестандартным типом недвижимости» (например, «цивилизованный рынок», «автодеревня», концерт-арена), то их доля в бизнес-портфеле Jones Lang LaSalle в Украине незначительна», — рассказывает **начальник отдела стратегического консалтинга компании Jones Lang LaSalle в Украине Мария**

**Червоноградская**. В 2011 г. компания проводила анализ целесообразности строительства концерт-холла на Столичном шоссе, а также работала над концепцией реконструкции ЦУМа в г. Киеве. Последний позиционируется как новый для Украины формат универмага, хотя новым его можно назвать лишь условно.

### СДЕРЖИВАЮЩИЕ ФАКТОРЫ

Среди причин невысокой активности застройщиков в деле освоения новых форматов эксперты выделяют недостаточную насыщенность рынка традиционными объектами, сложности в согласовании проектов с органами власти и низкий спрос клиентов на «неформат». «Девелоперы мыслят прагматично, исходя из оптимального соотношения рисков к доходности от реализации проектов, где рынок коммерческой недвижимости Украины пока остается фундаментально ненасыщенным, и стандартные концепции будут и далее пользоваться популярностью. Отсутствие опыта, риски, сопряженные с поиском будущих арендаторов и с управлением, низкая ликвидность (отсутствие примеров инвестиционных продаж) — вот основные причины неразвитости «нестандартных проектов», — поясняет Мария Червоноградская.

Понять инвесторов можно — в стране, где ставки по кредитам очень высоки, а доходность коммерческих объектов снизилась в среднем до 7% в год, риск выглядит малооправданным. И все же, изменения на рынке неизбежны: ужесточение конкуренции и повышение требовательности арендаторов и покупателей означают необходимость искать новые, еще не проторенные другими девелоперами пути. Любой неопробованный украинским рынком формат недвижимости — это не только возможные риски, но и потенциальный прорыв, который может обернуться сокращением сроков окупаемости, увеличением числа арендаторов и привлечением иностранных инвестиций.