

# БИЗНЕС НА ПЕРВОМ

АВТОР:  
*Оксана Самборская*

КОГДА РЕЧЬ ЗАХОДИТ О КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ, РАСПОЛОЖЕННОЙ НА ПЕРВЫХ ЭТАЖАХ ЖИЛЫХ КОМПЛЕКСОВ, ОДНИ ЭКСПЕРТЫ ССЫЛАЮТСЯ НА ЕВРОПЕЙСКИЙ И ДОРЕВОЛЮЦИОННЫЙ РОССИЙСКИЙ ОПЫТ: НА ЦЕНТРАЛЬНЫХ УЛИЦАХ ПЕРВЫЕ ЭТАЖИ ОТВОДИЛИСЬ ПОД НЕБОЛЬШУЮ ЛАВКУ ИЛИ КАФЕ, А НА ВТОРЫХ ЖИЛИ СЕМЬИ ХОЗЯЕВ. ДРУГИЕ ПРЕДПОЧИТАЮТ ОБРАЩАТЬСЯ К СОВЕТСКОЙ ПРАКТИКЕ, ПРИ КОТОРОЙ НА ПЕРВЫХ ЭТАЖАХ ДОМОВ РАЗМЕЩАЛИСЬ БИБЛИОТЕКИ, ГОРОДСКИЕ СЛУЖБЫ И Т. Д.

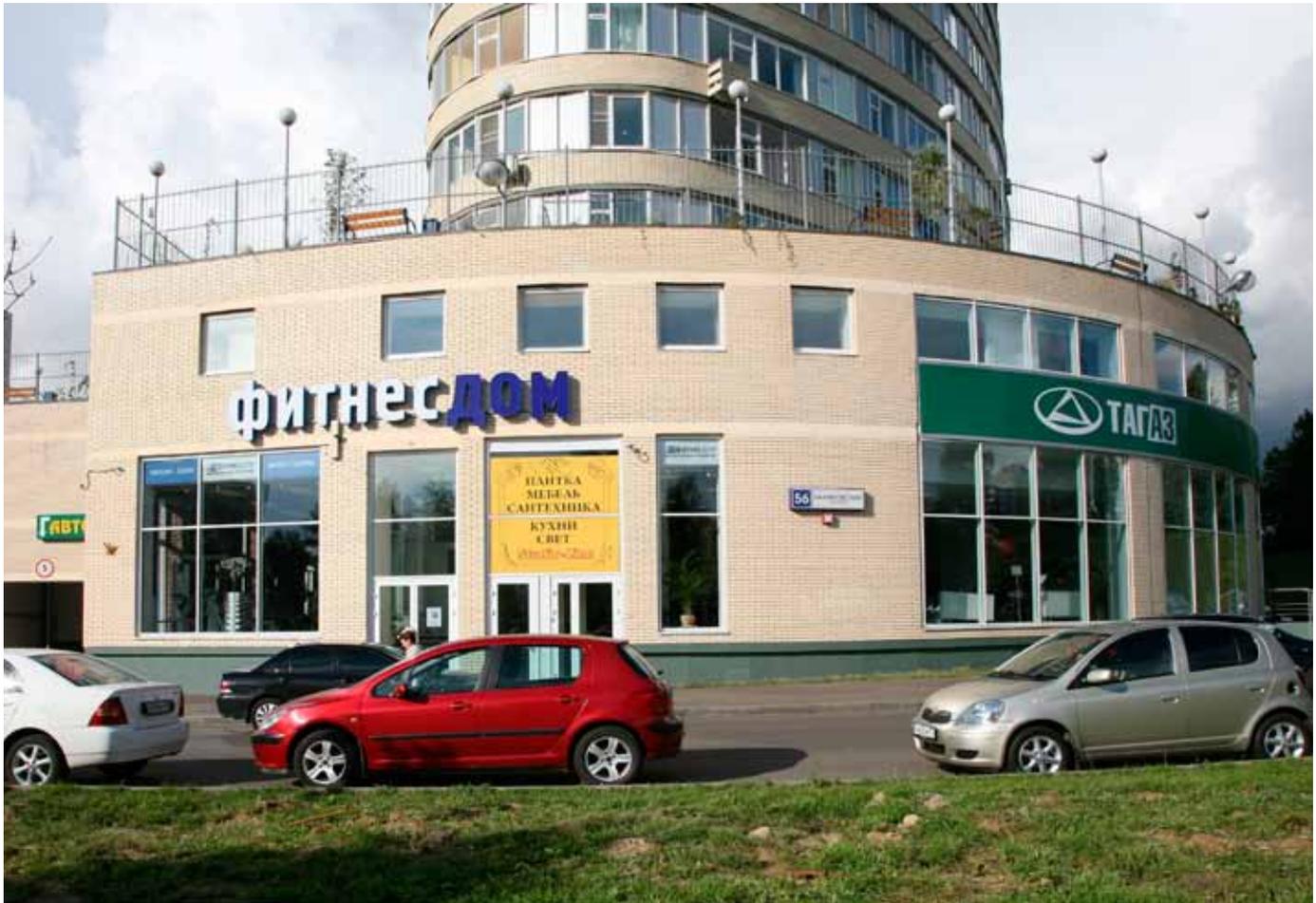




**М**асштабная, а главное, продуманная стратегия делать первые этажи коммерческими появилась в 1990-х годах. Затем, как рассказывает директор департамента аналитики и консалтинга «Метриум Групп» Анна Соколова, в 2002 году в Москве вышло постановление правительства Москвы «О размещении на первых этажах строящихся жилых домов объектов социального и общественного назначения». В 2003 году было утверждено соответствующее дополнение к Московским городским строительным нормам 3.01-01 «Жилые здания». Словом, с начала 2000-х годов в столице начала формироваться законодательная база: в строящихся домах на первых этажах стали предусматривать, за исключением квартир для инвалидов-колясочников, только объекты нежилого назначения.

Сегодня первые этажи жилых зданий вроде бы априори коммерческие. Но именно вроде бы: скажем, по данным исследования, проведенного группой компаний RRG, в городах Московской области (где сейчас и ведется основное строительство жилья) в большинстве случаев используется только 30-50% нежилых помещений на первых этажах (в столице этот показатель несколько выше — около 60%). Поэтому, как отмечает председатель совета директоров группы компаний RRG Денис Колокольников, в последнее время девелоперы разрабатывают концепцию первых этажей в ЖК так же, как и концепцию всего проекта.

«Я не исключаю, что в тех или иных проектах первые этажи снова станут отчасти жилыми. Так, недавно мы проводили исследования и создавали концепцию использования общественной зоны для крупного ЖК. По итогам исследования выяснилось, что эффективным



будет использование примерно 40% всех площадей на первом этаже: там предлагается организовать магазины шаговой доступности. В то же время большую часть — 60% — мы рекомендовали перевести в жилой фонд и продавать как квартиры, разумеется, с некоторым дисконтом», — уточняет аналитик.

*В элитных проектах салон красоты или винный бутик на первом этаже не более чем «декор», не определяющий интерес к нему потребителей*

Тем не менее пока вопрос в том, какие именно объекты имеет смысл «сажать» на первые этажи: ведь продуманная и развитая инфраструктура — один из первоочередных факторов при выборе жилья. В элитных проектах расположенные на первом этаже салон

красоты, винный бутик или даже отделение банка — это не более чем «декор», не определяющий ни ценность проекта, ни интерес к нему со стороны потребителей, которым есть где привести себя в порядок или положить денег на счет. А вот для проектов комфорт- и эконом-класса этот момент действительно важен.

Какая инфраструктура интересует потенциальных покупателей больше всего? Как свидетельствуют итоги исследования, проведенного компанией «НДВ-Недвижимость», чаще всего речь идет об отдельно стоящих объектах инфраструктуры: школах, детских садах, ФОКах, детских и спортивных площадках, торговых комплексах, паркингах. Однако, как говорит Анна Соколова, сейчас активно обсуждается идея организовывать детские сады как раз на первых этажах. «Проект «Билдинг-сад» (устройство частных учреждений дошкольного образования на первых этажах новостроек) уже рассматривался на правительственном уровне. В нескольких городах Подмосковья (Щелково, Люберцах, Балашихе, Долгопрудном

«Если комплекс характеризуется крайне привлекательным расположением, весь объем нежилых помещений или их часть остается в управлении девелопера, а впоследствии сдается в аренду»

и др.) власти планируют начать воплощать эту идею в ближайшем будущем», — рассказывает эксперт.

Компания «Сити-XXI век» тоже проводила опрос жителей, в частности, в «Мини-полисе Строгинский»: по словам пресс-секретаря компании Сергея Лядова, на первые места вышла инфраструктура для детей — в том числе та, что предоставляет дополнительные возможности. Поэтому в «Мини-полисе Строгинский» имеют прописку центр семьи и детства и центр изучения иностранных языков, велнесс-центр и бюро путешествий. А от размещения ночных клубов, увеселительных заведений и прочих бизнес-проектов «Сити-XXI век» сознательно отказывается, отмечая, что больше всего заявок на первые этажи поступает от салонов красоты, продовольственных магазинов, туроператоров и владельцев кафе.

Стоит подчеркнуть, что, согласно МГСН 3.01-01 «Жилые здания», на первых этажах запрещено организовывать магазины и помещения с загрязняющими воздух жилой территории товарами, с пожаро- и взрывоопасными веществами, а также предприятия



Согласно МГСН 3.01-01 «Жилые здания», на первых этажах запрещено организовывать магазины и помещения с пожаро- и взрывоопасными веществами, а также предприятия с режимом работы после 23 часов



**ЖИЛОЙ КВАРТАЛ  
МЫТИЩИ**

[WWW.KVARTAL918.RU](http://WWW.KVARTAL918.RU)

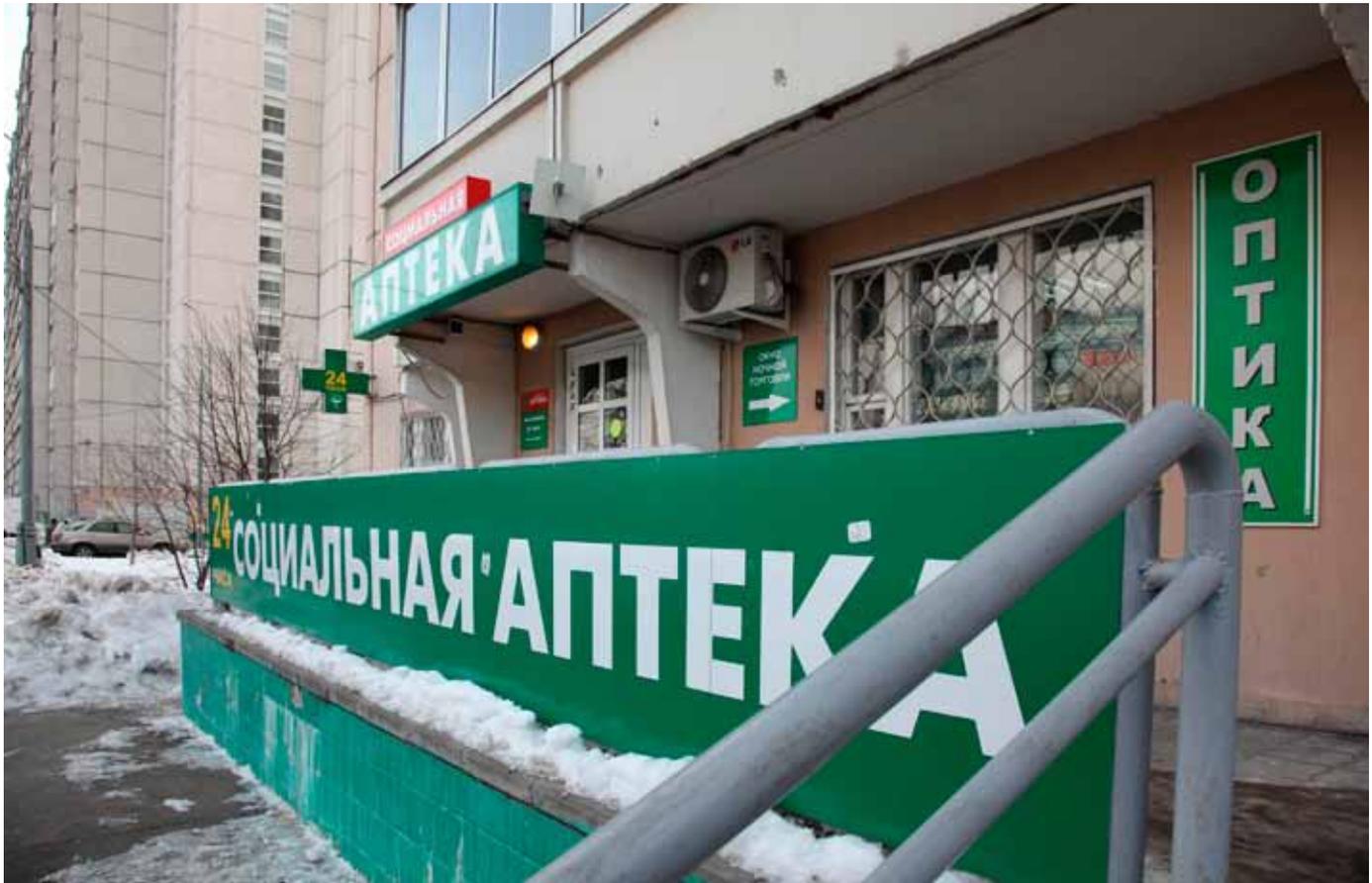
 <b>ЕВРОПЕЙСКИЕ СТАНДАРТЫ КАЧЕСТВА</b> ГАРМОНИЯ ФОРМЫ И СОДЕРЖАНИЯ	 <b>СЧАСТЛИВОЕ ДЕТСТВО В НОВОМ ПРИГОРОДЕ</b> ХОРЕОГРАФИЧЕСКИЕ, МУЗЫКАЛЬНЫЕ, ТЕАТРАЛЬНЫЕ СТУДИИ, РОБОТОТЕХНИКА И МЕДИАЦЕНТР
 <b>РАЗВИТАЯ ИНФРАСТРУКТУРА</b> ВСЕ НЕОБХОДИМЫЕ УСЛУГИ В ПЕШЕЙ ДОСТУПНОСТИ	 <b>ВСЕ ДЛЯ СПОРТА</b> СОБСТВЕННЫЙ ФИТНЕС-КЛУБ С БАССЕЙНОМ И ДЕТСКАЯ ХОККЕЙНАЯ ШКОЛА ШАЛИМОВА
 <b>ВСЕ В ОДНОМ КВАРТАЛЕ</b> ФИТНЕС-КЛУБ, ДЕТСКИЙ САД, ЦЕНТР ИСКУССТВ И ЛЕДОВАЯ АРЕНА	 <b>СОЗДАЙТЕ СВОЮ ПЛАНИРОВКУ</b> ШИРОКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОСТРАНСТВА

**ЗАСТРОЙЩИК** **БЕСТ-НОВОСТРОЙ**  
**(495) 664-48-84** **(495) 995-15-25**

 **СБЕРБАНК**  
Всегда рядом

Застройщик: ЗАО «Региондевелопмент». Проектная декларация на сайте kvartal918.ru

ОАО «Сбербанк России». Генеральная лицензия Банка России №1481 от 08.08.2012.



«Столичная мэрия запускает проект «Доктор рядом», в рамках которого на первых этажах зданий создаются медицинские офисы с врачами общей практики»

с режимом работы после 23 часов, в том числе дискотеки, клубы и т. п.

По объединенной девелоперской статистике, наиболее востребованным для потенциальных покупателей является размещение в жилом комплексе: банкоматов/платежных терминалов/отделения банка, салонов красоты, прачечной/химчистки, аптеки, ремонта обуви/металлоремонта, мест для досуга детей. Кроме того, по наблюдениям директора по маркетингу компании Tekta Group Олеси Кошкиной, в тренде тематические магазины с узкой специализацией: все для вязания, настольные игры, садовая техника и т. д. Кроме того, долгосрочным спросом, по мнению Tekta Group, будут пользоваться помещения формата «мини» (мини-пекарни, мини-отделения банков и т. д.).

Наконец, не лишне упомянуть, что в Москве несколько раз предпринимались попытки еще на этапе проектирования жилых зданий решать, объект какого типа посадить на первом этаже. Это позволяет сразу строить помещения с учетом соответствующих санитарных, планировочных и прочих норм. Но эти попытки не получили распространения. Отчасти потому,

что девелоперы считали: рынок сам отрегулирует, кто и где нужен, отчасти потому, что для подавляющего большинства девелоперов «первоэтажная» инфраструктура не является первоочередной задачей.

*«Чаще всего застройщик продает нежилые помещения — в этом случае он в меньшей степени способен контролировать состав инфраструктуры ЖК»*

Но от попыток контролировать процесс девелоперское сообщество не отказалось. К примеру, как комментирует директор по маркетингу компании Urban Group Леонард Блинов, сохранение комплекса услуг для населения ЖК или целого микрорайона достигается «развитием долгосрочных арендных отношений как с сетевыми компаниями, так и с его жителями, планирующими открыть свой бизнес рядом с домом. Это позволяет достичь



«Какие-то преференции логичнее давать как раз не собственникам помещений, а потребителям услуг. Такая модель оправдывает себя на примере фитнес-центров, расположенных в жилых домах»

синергетического эффекта между различными видами бизнеса».

Конечно, держать все в своих руках означает минимизировать риск инфраструктурных перекосов. Но какая бизнес-модель, с точки зрения девелопера, наиболее экономически эффективна: отдавать помещения на первых этажах в аренду, контролируя общение с арендаторами посредством собственной управляющей компании или приглашенных управленцев, или все-таки продавать их в чужие руки? До недавних пор девелоперы этим вопросом не задавались — продавали, не задумываясь.

Сегодня ситуация не столь однозначна, и, как поясняет руководитель отдела маркетинга и аналитики ГК «Пионер» — направление «Москва» Александра Кржевова, концепция реализации коммерческих помещений в жилых комплексах определяется политикой девелопера: «Чаще всего застройщик продает нежилые

помещения — в этом случае он в меньшей степени способен контролировать состав инфраструктуры ЖК. Если комплекс характеризуется крайне привлекательным расположением, весь объем нежилых помещений или их часть остается в управлении девелопера, а впоследствии сдается в аренду. Обе бизнес-модели имеют преимущества и недостатки».

Аналитики концерна «Крост» утверждают, что девелоперу, заинтересованному в обороте средств и получении быстрой прибыли, не всегда целесообразно сдавать в аренду нежилые помещения, особенно при реализации объектов точечной застройки. А вот компании, которые занимаются освоением крупных территорий, как правило, оставляют коммерческие помещения в собственности и сдают их в аренду. Это позволяет контролировать процесс заполнения коммерческих площадей

Рассрочка, ипотека

Площадь квартир  
от 43 до 104 м

Цена от 56 тыс. руб./м

Киевское шоссе  
32 км от МКАД



+7 (495) 669 30 20  
[www.novo-sel.ru](http://www.novo-sel.ru)



и составить полную линейку услуг. К тому же сдача в аренду — бизнес, который может принести дивиденды в будущем.

Что же касается клиентов, то в некоторых случаях они предпочитают не арендовать, а покупать нежилые квадратные метры, так как право собственности является эффективным инвестиционным вложением. Инвесторам, которые выкупают коммерческие площади для получения арендной прибыли, удастся окупить затраты уже через 7-10 лет.

Цена продажи или аренды, по словам Леонарда Блинова, зависит от месторасположения, окружения, класса жилого комплекса, типа и размера помещений. В настоящее время продажи ведутся как в подмосковных проектах экономкласса, так и в проектах бизнес-класса, а стоимость квадратного метра в новостройках первого и второго пояса Западного и Северо-Западного направления Московской области в среднем составляет от 30 до 140 тыс. руб. за м<sup>2</sup>.

При этом стандартное предложение аренды в новостройках включает снижение коммерческих рисков: в частности, используются такие

схемы, как фиксированная ставка (в среднем от 4-19 тыс. руб. за м<sup>2</sup> в год с отсрочкой по открытию); процент от товарооборота на договорной период, а впоследствии — фиксированная ставка аренды, и другие.

Рассуждения об аренде или продаже первых этажей заставляют вспомнить, что некоторое время назад считалось, что главными потребителями коммерческих помещений должны стать сами жители комплекса, вдохновленные перспективой жить без отрыва от производства. Но, как подчеркивает начальник отдела стрит-ритейла компании Jones Lang LaSalle Светлана Ярова, это благое пожелание столкнулось с суровой реальностью: «Частные инвесторы, в нашем случае — жители домов, которые решили вложиться в свой маленький бизнес, часто переоценивают свои шансы. В результате в одном жилом комплексе такие «бизнесмены» разорились. Помимо прочего проблема была и в том, что они торговали товарами с огромной наценкой, полагая, что дело пойдет».

Управляющий директор «Первого строительного треста» Алексей Демьянчук оценивает схему «работай там, где живешь» еще

Инвесторам, которые выкупают коммерческие площади для получения арендной прибыли, удастся окупить затраты уже через 7-10 лет



В некоторых случаях покупка нежилых квадратных метров является эффективным инвестиционным вложением

жестче: «Думаю, это лишь фантазии. Главное, чтобы это были успешные собственники, оказывающие хорошие услуги населению. Рынок все равно всех выведет на чистую воду. И если, например, салон красоты работает плохо, то на его место придет другой салон красоты. И нет разницы в том, кто будет собственником: житель комплекса или житель другого региона, ключевой момент — востребованные и качественные услуги торгового предприятия. Какие-то предпочтения логичнее давать как раз не собственникам помещений, а потребителям услуг. Такая модель оправдывает себя на примере фитнес-центров, расположенных в жилых домах».

Конечно, революций в «первоэтажном» сегменте в ближайшее время никто не ждет. Хотя, как подчеркивают эксперты концерна «Крост», «развитие технических характеристик и желание удовлетворить различные

потребности арендаторов приведут к образованию новых форматов. Это понимают и девелоперы, и правительство Москвы. Так, например, столичная мэрия запускает проект «Доктор рядом», в рамках которого на первых этажах зданий создаются медицинские офисы с врачами общей практики, их услуги должны быть бесплатными. Ремонт и оснащение кабинетов будут проводиться за счет инвесторов».

Что до сугубо рыночных изменений, то, вероятно, набор «первоэтажных» арендаторов будет становиться все более разнообразным, а качество предоставляемых ими услуг — повышаться. К тому же, полагает Алексей Демьянчук, «сейчас покупателям коммерческих площадей необходимы большие витрины, требуются дополнительные парковочные места и многое другое. Поэтому девелоперу нужно держать нос по ветру, чтобы быть конкурентоспособным». (ФН)

# ForPeople Group



ЖК «Град Московский»

квартиры | гаражи  
торговые площади

НЕДВИЖИМОСТЬ  
ДЛЯ ЛЮДЕЙ



[www.fp-g.ru](http://www.fp-g.ru)  
495 782 99 99