

СТРОИТЕЛЬСТВО/НЕДВИЖИМОСТЬ

ТРЕНДЫ

Светлана Полушкина: Кризис дал импульс для поиска новых смыслов

Управляющий партнёр Gold Realty Group рассказала о новых тенденциях на рынке коммерческой недвижимости и о неизбежности технологической эволюции во всех сферах бизнеса

Татьяна Власенко

ФОТО КОНСТАНТИН ДОЛГАНОВСКИЙ

Рынок недвижимости — индикатор состояния экономики в целом. «Бермудский треугольник» личных интересов Пермского края, в котором чудесным образом исчезает региональный потенциал, пока держит этот рынок под давлением. Но эксперты видят свет в конце тоннеля в том, чтобы создавать и запускать стартапы и ориентироваться на новые технологии. Это время пришло и для специалистов по недвижимости.

— Светлана Викторовна, как чувствует себя сегодня рынок коммерческой недвижимости?

— Рынок коммерческой недвижимости чувствует себя ровно так же, как чувствуют себя российские предприниматели в целом, независимо от масштабов их бизнеса. Наша деятельность по коммерческой недвижимости неразрывно связана с ведением различного рода бизнесов, производством, продажами и их взаимодействием с потребителями на различных площадях.

Если рассматривать рынок аренды нежилых помещений, то, к примеру, у нас в компании количество арендных сделок по коммерции увеличилось. По правде, это больше внутренняя ситуация проявления стабильной активности Gold Realty Group на рынке коммерческой недвижимости и нашего стремления к увеличению доли GRG на рынке недвижимости для бизнеса. В целом же в Перми количество сделок по аренде различного рода нежилых помещений сократилось, ставки на аренду тоже чудес не демонстрируют, всё закономерно, всё циклично.

Стабилизация какая-то, возможно, происходит, но вы видите, что улицы нашего города и районов пестрят вывесками «аренда», и все понимают, что если наружная реклама на недвижимость массово обращает на себя внимание, это означает, что помещения пока не востребованы и предложение превышает спрос. Если провести эксперимент и на всех свободных площадях и зданиях города разместить наружные вывески «сдам в аренду», то картина будет почти пугающей.

Конечно, все собственники помещений одновременно этого не делают, и более того, тот, кто собирается получить положительный результат от сдачи в аренду, хорошо понимает, что наружная реклама — это давно не самый эффективный инструмент поиска арендаторов. Он не поможет сдать помещения на ожидаемых условиях.

На сегодня можно выделить две категории арендодателей по позиции собственников. Первая демонстрирует гибкий подход к работе с арендаторами. Вторая имеет достаточно твердую позицию: пусть помещения пустуют, но «будем держать оборону, чтобы не идти на поводу у спроса».

Тем не менее есть экономика, теория и практика функционирования рынка недвижимости, и конъюнктуру рынка никто не отменял. Если цена предложения превышает ожидание спроса, то спрос уходит в другое предложение.

Исключения есть — уникальные объекты, не имеющие аналогов или представляющие собой дефицит. Такая категория объектов недвижимости в Перми реже встречается. Уникальность объекту можно также придать самостоятельно, трансформировав свои помещения под спрос или выбрав правильный сегмент, создать коммерческие помещения с характеристиками, которые привлекут арендаторов своей индивидуальностью.

— Несгибаемая позиция хороша тогда, когда виден свет в конце тоннеля, а если все перспективы под вопросом? Сколько может длиться такое ожидание?

— Мы не видим никакой безысходности. Есть индикаторы, которые говорят о том, что происходит движение.

Понятно, что так называемый «экономический кризис» ещё в стадии роста, есть показатели, и положение на сегодня не самое приятное, это факт. Надо понимать, что оздоровление не произойдёт само по себе и мгновенно, как всё это приходило, так и уходить будет. Более того, мы прогнозируем возможные события, при которых рынок ещё будет опускаться в цене, но сделки были и будут.

Например, на рынке аренды офисной недвижимости положительное движение и посадка арендаторов связаны с тем, что происходит ротация бизнеса, кто-то оптимизируется, сокращая площади, другие уходят, а есть и те,



кто, наоборот, расширяется и запускает новые проекты.

Большинство инвесторов считают, что кризис — это время возможностей, так и есть. Сейчас выгодно создавать и запускать «стартап-темы», всё дешевле: арендные ставки площадей, персонал, реклама. Опять же конкуренты менее активны, и при этом государство хоть как-то старается мотивировать активность предпринимателей.

Задача управляющих коммерческой недвижимостью сегодня — заботиться не только о помещениях, но и об арендаторах, взаимодействовать с ними, вести диалог, лучше понимать специфику их дела. Риски, потери при поиске и «посадке» нового арендатора могут оказаться существенными.

Необходимо внимательно наблюдать за рынком, за его тенденциями, в

том числе за тенденцией оздоровления рынка и увеличения арендных ставок. Если станет заметно, что конкуренты поднимают цены, а количество предложений по аренде уменьшилось, значит, это тренд, спрос пошёл. Такие процессы необходимо анализировать.

— Вы можете назвать категории бизнеса, которые наиболее активно рассматривают предложения по аренде помещений под офисы, к примеру?

— Они очень различны, порой мы удивляемся, какую деятельность только ни ведут люди. Правда, есть несколько категорий, которые стали проявляться в GRG чаще, чем прежде, в части спроса на офисную недвижимость. Это IT-компании, учебные центры и консалтинговые фирмы, разработчики различных технологий, дизайнеры, студии бровей и макияжа, пункты выдачи