Published by Ukrainian Real Estate Club

Real Estate Development

№ 1 (07) Март 2015

УЧАСТОК ДЛЯ ПАРТНЕРА

Как и где найти интересные участки под застройку в Киеве?

с.8

БУДЕМ ОПТИМИСТАМИ

Максима Барбаша, директора строительной компании Geos

с. 14

ПО ПРИНЦИПУ WIN-WIN

Интервью Олега Мистюка, Генерального директора КИА, и Виталия Бойко, первого заместителя директора КИА

с. 18

УСКОРИТЬ ТЕМП

Интервью Евгения Иваницы, исполнительного директора JYSK в Украине

с. 22

REAL ESTATE CEO CONFERENCE 2015

March, 31
Fairmont Grand Hotel Kyiv

NEW CHALLENGES AND NEW OPPORTUNITIES.
RIGHT TIME TO ACT.

URE club CREATING THE OPPORTUNITIES
КБУ Конфедерація Будівельників України
mk ILLUMINATION
DLA PIPER
interfax-UKRAINE UKRAINE NEWS AGENCY
delo.ua
EuropaProperty.com
ПЕРВЫЙ ДЕЛОВОЙ ТЕЛЕКАНАЛ
ACC THE CHAMBER OF COMMERCE
BusinessLife.Today

www.ureclub.com info@ureclub.com +38 044 227-67-53

DLA PIPER – МЕЖДУНАРОДНАЯ ЮРИДИЧЕСКАЯ ФИРМА В СФЕРЕ НЕДВИЖИМОСТИ

В DLA Piper работают более 4200 юристов в 78 офисах в 32 странах Азии, Европы, Ближнего Востока и в США, таким образом, DLA Piper идеально подходит для того, чтобы предоставлять своим клиентам полную юридическую поддержку независимо от географии их бизнеса.

Наталья Кочергина
Партнер и руководитель практики недвижимости
DLA Piper Украина
T +380 44 490 9563
natalia.kochergina@dlapiper.com

Наши юридические услуги в сфере недвижимости включают:

- Сопровождение сделок с землей и недвижимостью
- Проекты в ритейле и отельном секторе
- Юридическая проверка (due diligence) касательно недвижимости и инвестиций
- Составление договоров и ведение переговоров
- Сопровождение строительства

Среди наших клиентов: Leroy Merlin, Inditex S.A. (ZARA), Dragon Ukrainian Properties & Development PLC, Regus Business Centres, InterContinental, Starwood Hotels, Auchan, Billa, ISTIL, Metro, Pfizer, Slavutich Carlsberg Group, DCH и другие.

www.dlapiper.com

DLA PIPER

ООО "Ди Эл Эй Пайпер Украина" входит в состав международной юридической фирмы DLA Piper.
Полный перечень офисов смотрите на www.dlapiper.com. Телефон офиса в Киеве: +380 44 490 9575

НИЧЕГО НЕ ТРОГАЙ!

Уважаемые читатели!

На днях с одной моей хорошей знакомой заговорили о ее профессиональной деятельности, о психоаналитике. Она упомянула, что лишь 10% от общего количества посещающих консультанта на самом деле нуждаются в её помощи. Следующая цифра еще показательней — и лишь 2% от посетивших аналитика применяют потом его советы на практике.

Со своей стороны я привел пример, бывший на слуху у меня, — обращение за советом к профессиональным консультантам в маркетинге и продажах (об этом подробно рассказывают авторы этого номера).

Сопоставимой статистикой я не владел, но вопрос напрашивался сам собой — собственно, скольким компаниям, из числа тех, кому кто-то вдруг посоветовал провести маркетинговые исследования (либо воспользоваться любыми другими услугами консультантов), или даже кто успел таковые провести, они действительно были нужны и главное, скольким они пошли впрок?

Ведь живут же как-то оставшиеся 90% без помощи психоаналитиков? Вернее, без применения их советов? «Живут, но могли бы жить лучше», — могут мне возразить. Но вот это как раз большой вопрос!

Есть такой старый анекдот — сын спрашивает у отца-программиста, почему восходит солнце? Тогда тот уточняет, действительно ли оно восходит и каждый ли день? И когда сын уверяет его, что да, каждый день восходит и заходит, отец умоляет его в таком случае... ничего не трогать!

В ходе маркетинговых исследований приходит понимание, что большинство компаний движется в этом плане по накатанной колее. Солнце у них восходит регулярно, по графику, и приводить, например, коммерческие месседжи в соответствие с правилами их составления или настраивать свой сайт по всем канонам SEO (тут можно экстраполировать) никто не будет. Так нам удобнее.

А может, так оно и правильнее? Ну действительно, не всем же нужна помощь психоаналитиков...

Отчего же тогда у некоторых «солнце» светит ярче, да и греет не в пример сильнее? И сколько таких lovemarks по отношению ко всем компаниям в их сегменте? Соотношение будет подозрительно напоминать количество применяющих советы психоаналитиков на практике.

Потому как да, затратно, да, сложно, да, долго. А еще, и это, пожалуй, самое сложное, на время забыть, что ты знаешь все лучше других.

Конечно, не стоит резать на хирургическом столе здорового на вид человека. Но проходить регулярное обследование — надо взять за правило. И да... стоит приготовиться к тому, что на осмотрах врачу все-таки придется вас немного потрогать.

Сергей Власов,
Главный редактор
D. Real Estate Development

РЕДАКЦИЯ

Главный редактор
Сергей Власов
S_Vlasov@ureclub.com

Журналисты
Наталья Кушнир
Ирина Настыч
Ольга Павлова
Марина Рогальская
Анна Нестуля
Сергей Плагин

Дизайнер
Оксана Скворчинская

Художник-иллюстратор
Оксана Скворчинская

ОТДЕЛ РЕКЛАМЫ

Татьяна Карайчева
(044) 227 67 53
(063) 214 17 61
T_Karaycheva@ureclub.com

МЕНЕДЖМЕНТ

Директор проекта
Ольга Соловей

Финансовый директор
Анастасия Кисель

Менеджер по реализации
Анна Нестуля

ИЗДАТЕЛЬСТВО

Учредитель и издатель ООО «УКН»
Адрес издателя:
04655, г. Киев, ул. Старокиевская, 10 Г
Адрес редакции:
04655, г. Киев, ул. Старокиевская, 10 Г
Тел. (044) 227-67-53, (044) 360 51 58

ПЕЧАТЬ

ООО «Глянец»
Адрес: Украина, г. Киев,
ул. Бориспольская, 9
Тел.: (044) 451 77 41
Тираж: 2 000 экземпляров
Номер сдан в печать 12.02.2015

Свидетельство о государственной регистрации печатного СМИ
Серии КВ № 19814-9614Р
выдано Государственной регистрационной службой Украины 29 марта 2013 г.

Редакция не несет ответственности за содержание рекламных материалов. Ответственность за достоверность и точность фактов, цитат, имен собственных и прочих данных, приведенных в материалах издания, несут авторы публикаций. Перепечатка материалов и использование их в любой форме, в том числе и в электронных СМИ, возможны только с письменного разрешения редакции.

Распространяется бесплатно по адресной базе издательства и на партнерских площадках

СОДЕРЖАНИЕ

№7
ФЕВРАЛЬ, 2015

КОЛОНКА

6 **ЗАЧЕМ УКРАИНЕ ТУРИЗМ?**
Алексей Евченко, ArtBuild Hotel Group

7 **ФАКТОР ФРАНЧАЙЗИНГА**
Ирина Седлецкая, «Премьер Интернешнл»

АКТУАЛЬНО

8 **УЧАСТОК ДЛЯ ПАРТНЕРА**
Перспективы земельных аукционов. Где найти нужный участок под застройку в Киеве?

ДЕВЕЛОПЕР

14 **БУДЕМ ОПТИМИСТАМИ**
Максим Барбаш, Geos

ИНВЕСТОР

18 **ПО ПРИНЦИПУ WIN-WIN**
Олег Мистюк, Виталий Бойко, КИА

РИТЕЙЛ

22 **УСКОРИТЬ ТЕМП**
Евгений Иваница, JYSK

ЭКСПЕРТИЗА

26 **КОЭФФИЦИЕНТ СОПРОТИВЛЕНИЯ**
Что станет стимулом для развития энергоэффективности в недвижимости?

46 **ДУЭЛЬ НА ПАЯХ**
О паевом участии в развитии инфраструктуры города

МАРКЕТИНГ

32 **СИЛЬНОЕ ЗВЕНО**
Новые тренды в контент-стратегии сайтов ЖК

38 **РУЧКА ДЛЯ ЧЕМОДАНА**
9 советов по премаркетингу ТРЦ. В чем кроется секрет успеха современного торгового центра?

ПРАВО

42 **ЗОНА СВОБОДНОГО ДОСТУПА**
Что принесет рынку открытие реестра вещных прав на недвижимое имущество

ИНФОГРАФИКА

48 **ДУЭЛЬ НА ПАЯХ**
Схема движения денежных средств на развитие города и бюджетный процесс

МЕНЕДЖМЕНТ

50 **В ШКОЛЕ НЕ НАУЧАТ**
При новых вызовах рынка ключевую роль получает качественное профильное образование. Как и где готовят в Украине будущих девелоперов и повышают уровень знаний уже практикующих специалистов.

СОБЫТИЕ

56 **ПОДНЯТЬ ЯКОРЯ!**
Встреча участников URE Club с якорными арендаторами

58 **СДЕРЖАННЫЙ ОПТИМИЗМ**
Фотоотчет о ходе The Ukrainian Annual Real Estate Summit 2014

60 **ПОБЕДИТЕЛЯМИ СТАЛИ**
Награждение финалистов STEEL FREEDOM 2014

62 **СТИМУЛ БЫТЬ ЭФФЕКТИВНЫМ**
Круглый стол URE Club по вопросам энергоэффективности

ЧТЕНИЕ

64 **БОЛЬШИЕ ГОРОДА**
Обзор книжных новинок по урбанистике и финансированию строительства

ИНДЕКС

А — Г

Андрианов, Антон — 26
Артюхов, Михаил — 58
«Архиматика» — 58
«Архпассаж Украина» — 26
Бандура, Владимир — 8
Барбаш, Максим — 14
Бертере, Филипп — 56
Бойко, Виталий — 18
Бойко, Максим — 26
Бойковски, Деян — 60
Бойчук, Олег — 56
Борута, Марина — 56
Браво, Константин — 8
Ваврыш, Андрей — 46
Ваврыщук, Виталий — 58
Варварюк, Ника — 26
Гайдайчук, Сергей — 58
«Герц», ГК — 8
Гливинский, Антон — 60
Горащенко, Владимир — 58
Грибан, Александр — 58
Даниленко, Владимир — 38
Дмитрий Кухаренко — 62
Добровольская, Виктория — 50

Е — Л

Европейский Банк Реконструкции и Развития — 14
Евченко, Алексей — 6
«Егоров, Пугинский, Афанасьев и партнеры» — 56
Забулонский, Игорь — 56
Иваница, Евгений — 22
Исмаила, Марина — 58
Каладжиев, Дмитрий — 60
«Караван», ТРЦ — 46
Киевское Инвестиционное Агентство, КП — 18
Кисиль, Владислав — 26
КНУБА— 50
Коваленко, Жанна — 62
«Ковальская», ПСГ — 32
Колодницкий, Вадим — 32
«Континиум», ГК — 8
Корягина, Анна — 62
Коттон, Ник — 58
Кочергина, Наталия — 58
«КПД Консалтинг» — 26
Кулагин, Алексей — 46
Курашев, Роман — 60
Лашко, Александр — 50
Лебедев, Виталий — 32
Литвинчук, Яна — 50
«ЛУН.ua» — 32

М — Р

«Международный институт бизнеса» — 50
Мельниченко, Олеся — 26
«МЕТИНВЕСТ» — 60
Микитась, Максим — 8
Минкс, Гавайн — 46
Минрегионстрой — 8
Мистюк, Олег — 18
Мысак, Владимир — 58
Негода, Александра — 56
НЕСТ — 8
Носов, Владимир — 60
Олейник, Елена — 60
«ОМОКС» — 46
«Оптима Технологии» — 62
Паламарчук, Александр — 46
Пархоменко, Вадим — 60
Перчак, Олеся — 32
Перчак, Сергей — 8
Полищук, Алексей — 8
Попов, Александр — 58
«Премьер Интернешнл» — 7
Прокопив, Владимир — 8
«Прушиньски» — 60
Равинский, Владимир — 60
«Райффайзен Банк Аваль» — 56
Ротов, Александр — 8

С — Я

Самойленко, Юрий — 8
Севастюк, Алина — 60
Седлецкая, Ирина — 7
Серегин, Юрий — 60
Сокол, Ольга — 26
Сокольский, Дмитрий — 56
Соловей, Ольга — 56
Спасибко, Александр — 58
Степанов, Александр — 56
Стефурак, Виталий — 56
Суменко, Янина — 46
Терновский, Денис — 62
Тимофеев, Виталий — 26
Тимочко, Владимир — 8
Украинский Центр Стального Строительства — 60
«Укрбуд» — 8
«УКРСТАЛЬКОНСТРУКЦИЯ» — 60
Фелив, Алексей — 42
Фролов, Виктор — 56
«Хан-Шатыр», ТРЦ — 38
Цуркан, Радомир — 50
Чапко, Ярослава — 58
Чемериская, Юлия — 56
Червоноградская, Мария — 62
Чуботина, Анна — 58
Шелемех, Тарас — 56
«ЭСТА Холдинг» — 60
Юрлов, Игорь — 62
Ярлыков, Владислав — 62
Ясинский, Георгий — 58

A — D

Amstar Europe — 58
APRA Real Estate — 58
Armstrong в Украине — 60
Arricano Real Estate — 56
ArtBuild Hotel Group — 6
BILLA Ukraine — 56
B-Planet, Ритейл парк — 38
CBRE— 50
CDA Real Estate — 46
CEO Club Ukraine — 58
City Development Solutions — 58
Colombo, ТЦ — 38
DLA Piper Украина — 58
Dolce Vita Tejo, ТЦ — 38
Double W — 58
Dragon Capital — 8
DTZ Ukraine — 58

E — J

EASTGATE Development — 62
Ektornet Management Ukraine — 56
Engeeniring Development — 26
ESTA Holding — 62
Geos —14
Gide Loyrette Nouel — 26
ifc Mall, ТРЦ — 38
Immochan Ukraine — 56
Intercontinental Hotels Group — 7
ISTIL Real Estate — 26
JLL в Украине — 58
JYSK в Украине — 22

R — V

KPMG в Украине — 60
Marriott International — 7
McDonalds Украина — 56
MEP Engineering — 26
Multi Development Ukraine
Reynaers Aluminium — 60
Rustler Property Services — 56
SP Advisor — 58
Sportlife Development — 56
UDP — 8
URE Club — 56
Vasco da Gama, ТЦ — 38

*указаны начальные страницы статей, где упоминаются компании, организации и люди

EuropaProperty.com

Publications · Conferences · Events

Covering: Central Eastern Europe, Russia-CIS and the SEE Region

SEE REAL ESTATE AWARDS

www.SeeRealEstateAwards.com

CEE INVESTMENT AWARDS

www.CeeInvestmentAwards.eu

CEE RETAIL AWARDS

www.RetailAwards.eu

For more information please contact:
Anna Kaliszewska: anna@europaproperty.com, +48 601 382 667
Craig Smith: craig@europaproperty.com, +48 604 144 769

ЗАЧЕМ УКРАИНЕ ТУРИЗМ?

ОДНО ИЗ МОИХ ЛЮБИМЫХ ВЫРАЖЕНИЙ: «МУДРЫЙ УЧИТСЯ НА ЧУЖИХ ОШИБКАХ, УМНЫЙ – НА СВОИХ, А ДУРАК – НИЧЕМУ НЕ УЧИТСЯ И ПОЭТОМУ ОСТАЕТСЯ ДУРАКОМ». К СОЖАЛЕНИЮ, МЫ УЖЕ УПУСТИЛИ СВОЙ ШАНС СТАТЬ «ТУРИСТИЧЕСКИ МУДРЫМИ». НО НУЖНО ХОТЯ БЫ ПОПРОБОВАТЬ БЫТЬ УМНЫМИ, А НЕ ОСТАВАТЬСЯ ВСЕ ВРЕМЯ В ДУРАКАХ.

Обладая огромным туристическим потенциалом, богатейшей природой, гостеприимным народом и т.д., наша страна из года в год остается на задворках гигантской мировой туристической индустрии, которая приносит миллиарды долларов и процветание тем регионам, которые обращают на нее внимание.

Кто-то может сказать, что невозможно развивать туризм в стране, в которой идет война. Но давайте посмотрим на Израиль. Он находится в непрекращающемся военном конфликте с Палестиной. Теракты, военные действия, постоянная боевая готовность существуют в Израиле бок о бок с прекрасно развитым туристическим бизнесом, который приносит стране огромные прибыли и нивелирует реалии войны. Кроме того, именно с помощью современного туризма в мире создается образ того или иного государства. Грузия, еще вчера сражавшаяся с разрухой и последствиями военного конфликта с Россией, семимильными шагами развивает индустрию туризма. Благодаря этому и проведенным структурным реформам, страна стала интересна для международных инвесторов.

Для того, чтобы получить реальный экономический эффект в обозримом будущем, необходимо создать базовые условия для развития туризма в нашей стране. Не на словах, а на деле выделить данное направление в стратегически важное, и так его и развивать. Должно быть создано Министерство туризма или другой самостоятельный орган (например, Госагентство) с четкой постановкой задач и сроков для их решения. Должны быть осуществлены реальные реформы. Аргумент о том, что сейчас нужно сокращать государственный аппарат, и у страны нет средств на содержание новых чиновников, в данном случае не состоятелен. Речь идет не о создании чего-то нового, а о реорганизации неправильно функционирующей системы. Ведь проходит же сейчас реорганизация налоговой и таможенной служб? Создается служба финансовой разведки и т.д.? Правительство идет по пути создания более эффективной структуры государственного управления, и сейчас самое время сделать то же с туризмом. У этой отрасли есть все шансы быть не просто доходной и экономически привлекательной,— она может стать настоящим «якорем» для украинской экономики, за которым пойдут инвестиции в смежные направления и проекты.

Источник фото: URE Club

Алексей Евченко,
управляющий партнер
ArtBuild Hotel Group

Самое интересное заключается в том, что правильное развитие туризма не требует столь глобальных инвестиций государства, как поднятие промышленности или социально-экономическое восстановление регионов. Наоборот, эта отрасль сама дает стране дополнительный мощный поток инвестиций. Нужно всего лишь поменять отношение к туризму и заниматься им профессионально и ответственно. Разве во Львове за последние 10 лет были построены какие-то новые памятники архитектуры или места для привлечения туристов? Нет! Просто город научился пользоваться тем, что у него уже есть, и выделил туризм, наряду с IT-технологиями, в приоритетные направления развития. За достаточно короткий промежуток времени, несмотря на те же сложные условия хозяйствования, что и во всей стране, город превратился в туристическую мекку для украинцев и очень привлекательное место для туристов со всей Европы и не только. Сегодня во Львове, чуть ли не единственном городе в Украине, строятся новые отели, открываются рестораны, кафе, закусочные. Сейчас это самый интересный регион в Украине для инвестиций и бизнеса. А добиться этого удалось именно за счет развития туристической привлекательности города.

Туризм в нашей стране необходимо выделить в стратегически важное направление не на словах, а на деле, и так его и развивать.

Я искренне надеюсь, что многие другие города Украины последуют примеру Львова и станут развивать свой туристический потенциал, в первую очередь с помощью продуманного системного подхода и ивент-активности. А центральная государственная власть наконец-то перестанет игнорировать направление, способное наполнить бюджет Украины значительными валютными поступлениями, которые сегодня так необходимы нашей стране.

ФАКТОР ФРАНЧАЙЗИНГА

ВЗАИМОВЫГОДНЫЕ ОТНОШЕНИЯ МЕЖДУ ДВУМЯ СТОРОНАМИ ДЕЛАЮТ ФРАНЧАЙЗИНГ УНИКАЛЬНЫМ ЯВЛЕНИЕМ В МИРЕ БИЗНЕСА. В УКРАИНЕ ТАКОЙ ПОДХОД АКТИВНЕЕ ИСПОЛЬЗУЮТ В СФЕРАХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ, ТОРГОВЛИ, РАЗЛИЧНЫХ УСЛУГ. ХОТЯ ВО ВСЕМ МИРЕ ОДНА ИЗ НАИБОЛЕЕ ПЕРСПЕКТИВНЫХ ОТРАСЛЕЙ ДЛЯ ФРАНЧАЙЗИНГА – ГОСТИНИЦЫ. ТАК, В ПОРТФОЛИО MARRIOTT INTERNATIONAL ДОЛЯ ФРАНШИЗЫ – 68%, А У INTERCONTINENTAL HOTELS GROUP – 85%.

Участников во франчайзинговой системе как минимум двое. Первый – гостиничный оператор, франчайзор, предоставляющий право использования своего сетевого бренда и бизнес-системы, т.е. стандартов обслуживания, комплектации номеров, дисконтных программ и т.д. Второй – собственник гостиницы, франчайзи, уплачивающий первый взнос за право вести бизнес под торговой маркой франчайзера и по его готовой бизнес-системе, а также ежемесячные платежи – роялти. При такой схеме ведение операционной деятельности отеля остается за владельцем. Оператор же предоставляет отелю современные инструменты продаж и продвижения гостиницы, разработанные для использования центральным офисом, и специалистами гостиницы на своем уровне. Также зона ответственности оператора – обеспечить систему конт-роля над внедрением и выполнением стандартов бренда, линию поддержки по вопросам операционного характера и консультационную поддержку. В итоге владелец должен быть готов частично отказаться от своей независимости взамен на повышение конкурентоспособности гостиницы, ее загрузки, доходов и качества обслуживания, возможность постоянного обучения и развития бизнеса. Пока в Украине есть несколько факторов, сдерживающих развитие франчайзинга в отельном бизнесе.

Хорошую перспективу для деятельности в Украине представляют отели категории 2–3*, где франчайзинг наиболее распространен

Источник: «Премьер Интернешнл»

Ирина Седлецкая,
Генеральный директор гостиничного оператора «Премьер Интернешнл»

Это не такая потеря независимости, как при контрактном управлении – форме сотрудничества, которую мы также активно используем при присоединении гостиниц к сети, но, как я уже говорила ранее, нужно быть внутренне готовым к следованию правилам ведения бизнеса.

Первый из них — стоимость входа в бизнес. Развитие гостиничного бизнеса «с нуля» имеет один из наивысших показателей затрат, даже при проведении реконструкции существующего объекта. Речь идет о миллионах гривен, сумме, которую при нынешнем кризисе банковской системы почти невозможно привлечь.

Второй — несоответствие существующих объектов техническим требованиям международных гостиничных операторов, например, по размеру или площади номерного фонда. А требования, как правило, достаточно жесткие. Кроме этого, международный франчайзинг может стать гораздо более серьезным испытанием, нежели франчайзинг внутренний. К примеру, если товар будет поставляться гостинице из-за рубежа, необходимо помнить о налогах, курсе валют и сроках поставки. Владельцы также опасаются столкнуться с языковыми и культурными различиями.

И третий — «стереотип дороговизны». Я так называю распространенное мнение, что привлечение бренда – это дорого и неоправданно. Реальный опыт свидетельствует обратное – прибыль владельца после вхождения в сеть вырастает и покрывает все расходы, связанные с инвестициями на приведение объекта в соответствие с требованиями сети, и роялти. Иначе данная схема не работает, цель франшизы, прежде всего финансовая взаимная выгода обеих сторон.

В принципе франчайзинг – хороший инструмент для того, чтобы поднять отель на качественно новый уровень. Многие отельеры, особенно в регионах, на определенном этапе сталкиваются с такими вопросами, как нехватка капитала, профессиональных кадров или отсутствие вектора дальнейшего развития. В этом случае франчайзинг становится именно тем решением, которое поможет не остановиться и не потребует значительных инвестиций. Хорошую перспективу для деятельности в Украине представляют отели категории 2–3*, в которой франчайзинговые отношения наиболее распространены. В этом сегменте такую форму отношений достаточно легко реализовать. Поэтому мы, как национальный гостиничный оператор, начали развивать бюджетную сеть отелей именно по схеме франчайзинга.

УЧАСТОК ДЛЯ ПАРТНЕРА

Наталья Кушнир

РАСХОЖЕЕ МНЕНИЕ О ТОМ, ЧТО В КИЕВЕ ПОЧТИ НЕ ОСТАЛОСЬ ИНТЕРЕСНЫХ УЧАСТКОВ ПОД ЗАСТРОЙКУ, НА ПОВЕРКУ ОКАЗЫВАЕТСЯ ДАЛЕКИМ ОТ ИСТИНЫ. В ПРЕЖНИЕ ВРЕМЕНА МНОГИЕ ДЕВЕЛОПЕРЫ И НЕПРОФИЛЬНЫЕ ИНВЕСТОРЫ ПОПОЛНЯЛИ СВОИ АКТИВЫ ЗЕМЛЕЙ, СТАВШЕЙ В НЫНЕШНЕЙ СИТУАЦИИ ДЛЯ НИХ ОБУЗОЙ. ТЕПЕРЬ ОНИ ПЫТАЮТСЯ ЛЮБЫМИ СПОСОБАМИ НАЙТИ ИНВЕСТОРА, ГОТОВОГО ЕСЛИ НЕ ВЫКУПИТЬ УЧАСТОК, ТО ХОТЯ БЫ РЕАЛИЗОВАТЬ НА НЕМ ПРОЕКТ НА ПАРТНЕРСКИХ ОСНОВАНИЯХ.

УЧАСТКОВ СНОВА ХВАТАЕТ

«Земли в Киеве больше не станет, потому что границы города не расширяются», — говорит **директор департамента земельных ресурсов КГГА Алексей Полищук**. По этой логике чиновника, даже те участки, которые сегодня кажутся непривлекательными, станут такими уже через несколько лет. Подобным образом мыслят и некоторые игроки рынка.

Но на ситуацию можно смотреть и иначе: если новые участки физически не могут появиться «по периметру», они вполне могут высвобождаться в глубине территории города. Сейчас, как и в 2009 году, когда страна переживала предыдущий экономический кризис, земли на рынке хватает, были бы лишь деньги на ее покупку и реализацию проектов. Как и пять лет назад, собственники, ранее приобретшие участки с инвестиционной или даже профильной целью, теперь пытаются от них избавиться. Платить за землю или ее аренду — дорого, строить на ней — еще дороже, а деньги сегодня остались совсем у немногих землевладельцев. Такая ситуация оптимальна для тех инвесторов или девелоперов, у которых еще остался запас финансовой прочности.

Эксперт юридического департамента компании UDP Сергей Перчак подтверждает, что в связи с кризисом многие застройщики среднего или малого звена, которые отвели участки в предыдущий период, не имея средств для проведения строительных работ или завершения начатого строительства, распродают свои активы (корпоративные права предприятий, на которые оформлены земельные участки) либо привлекают соинвесторов в совместную реализацию проекта. Кроме того, на сегодня перепрофилируются производственные предприятия и земля, что под ними находится.

«В Киеве, по моему опыту, дефицита земли под застройку нет», — говорит **руководитель департамента развития девелоперского бизнеса ГК «Континиум» Владимир Бандура**. Сложность, по его словам, заключается в том, что, несмотря на обилие интересных участков под застройку, в том числе и в самом центре — от пустырей и промзон до заброшенных аварийных зданий и участков под устаревшую инфраструктуру (например, транспортные предприятия советского периода), совсем немногие из них годятся для девелоперских целей. «Как только вы начинаете проверять юридическую и техническую возможность их девелопмента, а потом говорить о коммерческих условиях приобретения, многие варианты сразу отсеиваются, реальных остаются единицы», — рассказывает специалист.

Президент корпорации «Укрбуд» и заместитель председателя постоянной комиссии Киевсовета по вопросам градостроительства, архитектуры и землепользования Максим Микитась уверенно заявляет, что в Киеве достаточно земельных участков, на которых может осуществляться строительство. Но обращает внимание, что многие участки, отданные городом в аренду частным лицам и компаниям, не используются по назначению.

В этой связи была создана временная контрольная комиссия Киевсовета, которая провела инвентаризацию выделенных земельных участков под застройку и выявила десятки территорий, собственники которых использовали их не по целевому назначению, или не использовали вообще и не платили за них арендную плату. В таких случаях, как поясняют чиновники, инициируется расторжение соответствующих договоров аренды с целью возвращения участков городу. Как сообщил Алексей Полищук, по состоянию на декабрь 2014 года было подготовлено 37 проектов решений об отказе в возобновлении таких договоров.

ЗОНИНГ ПРОТИВ АУКЦИОНОВ

Осенью 2014 года киевской властью было инициировано возрождение земельных аукционов. Инициатива была направлена на создание прозрачного механизма отчуждения земли, привлечение профильных инвесторов и наполнение городского бюджета. В частности, как рассказал Алексей Полищук, таким способом в 2015 году рассчитывали пополнить городскую казну на 350 млн грн. Еще 2,4 млрд грн. планировали выручить за аренду земельных участков, в том числе, также реализованных с аукционов (в 2014 году ведомство собрало 1,9 млрд грн. за счет сдачи земли в аренду).

В Киеве план зонирования и ДПТ разработаны лишь для 2% земель

Но мало того, что с самого начала дела у инициативы не заладились, и город смог продать с аукциона только один небольшой участок на Окружной дороге под СТО и мойку, вдобавок с 1 января 2015 года вступила в силу ст. 24 закона «О регулировании градостроительной деятельности». Согласно ей, передача в собственность или предоставление в аренду участков из земель государственной или коммунальной собственности физлицам или компаниям, намеревающимся использовать их для градостроительных нужд, запрещена, если в городе отсутствует план зонирования или детальный план территории (ДПТ). В Киеве, по данным **председателя постоянной комиссии по вопросам градостроительства, архитектуры и землепользования Киевсовета Владимира Прокопива**, на текущий момент такие планы разработаны лишь для 10 территорий, что составляет всего 2% земель.

Беспокойство по поводу невозможности реализации участков коммунальной формы собственности испытывают в первую очередь чиновники, обязанностью которых было наполнение городского бюджета за счет продажи и аренды земли. Правда, объемы потерь каждый высчитывает по-своему. Так, Владимир Прокопив озвучил цифру в 1 млрд гривен. Если исходить из данных Алексея Полищука, объем потерянных инвестиций составит около 3 млрд грн, ведь, судя по спискам участков, почти все они предназначены под строительство различных объектов, и, соответственно, не могут быть отчуждены в нынешних условиях. Так, из 37 включенных в список участков, по словам Полищука, только два имеют ДПТ — их и смогут выставить на аукцион.

Таким образом, подтверждает Алексей Полищук, идея с проведением аукционов стала в принципе нереализуемой. Хотя, по его словам, «все уверяли», что парламент проголосует за отсрочку введения в действие указанной статьи и, соответственно, моратория на передачу земли частным лицам. «Мы общались с Министерством юстиции, с Минрегионстроем, с депутатами Верховной Рады, и все уверяли, что закон будет принят», — рассказывает он и напоминает, что в 2012-м более полугода Украина жила в ситуации, когда местные советы не

могли отводить землю частным лицам из-за отсутствия разработанных зонингов и ДПТ. Такое положение вещей он называет «коллапсом» и надеется, что в ближайшее время парламент все же продлит мораторий на запрещающую норму закона.

Самые интересные участки давно находятся в частной собственности

Впрочем, сами парламентарии настроены решительно, и не похоже, чтобы собирались уступать. Тем более, основным противником раздачи государственных и коммунальных земель без зонинга выступает председатель ВРУ Владимир Гройсман, который во время голосования по законопроекту ссылался на собственный опыт работы в горсовете и подчеркивал, что постоянная отсрочка обязательного зонинга ведет к бесконтрольной раздаче участков. Представители парламентской коалиции хотя и отмечали, что теперь у местных советов и у претендентов на землю появятся трудности, в целом соглашались с позицией Гройсмана.

Многие юристы считают, что поскольку за предыдущие годы местные советы оказались неспособны разработать зонинги и ДПТ, то еще один год отсрочки этому тоже не поспособствует, а лишь снова позволит «тянуть резину». И, наоборот, установившийся с 1 января мораторий может стать стимулом, который наконец-то заставит местные власти найти источники финансирования и разработать необходимую градостроительную документацию.

На столичном рынке девелопмента мораторий вряд ли скажется. Как подчеркивает **партнер компании Dragon Capital Владимир Тимочко**, самые интересные участки давно находятся в частной собственности, и все основные сделки по земле происходят на вторичном рынке. К тому же, в текущей ситуации, когда количество сделок и объемы строительства существенно снизились, влияние первичного рынка земли на всю отрасль станет еще менее ощутимым.

ВСЕ НА «ВТОРИЧКУ»

Поэтому именно вторичный рынок земли сегодня является основным источником пополнения земельных портфелей застройщиков. «Участки еще есть. Периодически собственники выставляют их на продажу. Кто захочет, может купить», — кратко описывает текущую ситуацию **коммерческий директор девелоперской компании «НЕСТ» Константин Браво**.

Наибольшим спросом, если можно назвать таковым нынешние весьма скромные обороты рынка, пользуются участки под жилое строительство, преимущественно под проекты среднего ценового уровня. Ссылаясь на собственный опыт, Константин Браво отмечает, что наиболее интересны участки от 1 га, прилегающие к центральной части. «Наиболее востребованными сегодня являются земли под строительство социальных жилых проектов, которые обеспечены возможностью подключения к инженерной инфраструктуре с соответствующим объемом потребления», — добавляет Сергей Перчак.

На втором месте по популярности — участки под строительство торговых объектов, в основном не очень крупных. Во-первых, масштабных ТЦ в Киеве уже немало, и в ближайшие пару лет, даже несмотря на кризис, на рынок должны выйти еще несколько гигантов. Во-вторых, денег и желания для реализации крупных проектов у инвесторов сейчас нет.

Особой чертой нового времени стало отступление инвесторами и застройщиками от ранее считавшегося аксиомой правила о том, что основополагающим фактором является

КАК ЭТО СДЕЛАЛИ?

Хорошее — в пример

Винница стала одним из немногих украинских городов, сумевших разработать зонинг и ДПТ. Судя по результатам работы местных градостроительных чиновников, делалось это не столько для выполнения закона о регулировании градостроительной деятельности, сколько для потребностей самого города.

В то время, как другие местные советы списывают всё на отсутствие денег, в небольшой Виннице с населением в 372 тыс. человек сумели изыскать каких-то 300 тыс. грн и в течение двух лет провести все работы. «Нужно просто методично и ежедневно работать», — рассказывает **начальник отдела градостроительства и архитектуры профильного департамента Винницкой ГГА Юрий Самойленко.**

Для начала в текущий Генплан города внесли изменения, позволившие расширить город за счет прилегающих территорий сельских и районных советов. Делалось это, по большому счету, по рыночным правилам: Винницкий горсовет на взаимовыгодных условиях выкупал земли у своих соседей, в результате чего, те смогли получить больше, чем если бы реализовывали земли самостоятельно. В свою очередь, Винница за несколько лет окупила потраченные на приобретение этих участков средства за счет их дальнейшей реализации уже по «городским» ценам.

Все свободные от застройки территории были прозонированы и по ним были разработаны ДПТ, причем примерно в 30% случаев — за счет частного капитала, т.е. непосредственных покупателей или арендаторов земли, хотя заказчиком разработки, согласно закону, всегда выступала горвласть.

Подробнее о реализации зонинга в городах Украины читайте в следующих номерах D. Real Estate Development.

локация. «Требования к месту расположения диктуются концепцией объектов, которые хочет построить инвестор. В целом, сейчас редко кто начинает проект именно с требования по месторасположению. Инвесторов скорее интересует срок окупаемости, доходность, устойчивость проекта к различным негативным сценариям. А это — комплексный вопрос и места расположения, и концепции, и качества управления проектом», — рассказывает Владимир Бандура.

Председатель совета директоров ГК «Герц» Александр Ротов также считает, что не обязательно всем застройщикам стремиться в центр города. В качестве удачного примера реализованной комплексной жилой застройки он приводит проект «Лико-Холдинга», осваивающего целый массив в Голосеево — не самом близком к центру районе. «Я не являюсь сторонником того, чтобы крупные жилые кварталы возводились в центральной части Киева, думаю, что тут речь должна идти о точечной застройке клубными домами», — говорит он.

НА ПАРТНЕРСКИХ ОСНОВАНИЯХ

Финансовые проблемы внесли свои коррективы и во взаимоотношения владельцев участков и потенциальных покупателей. Если раньше землевладельцы и землепользователи настаивали на получении денежного вознаграждения за свои участки или за корпоративные права на них, то теперь стороны сделок часто становятся партнерами в проекте, когда в обмен на площадку продавец получает квадратные метры в будущем здании.

Такой тип соглашений, по словам Владимира Тимочко, сегодня стал основным на украинском рынке девелопмента жилья. Константин Браво считает, что в нынешних условиях брать в проект владельца участка и рассчитываться с ним построенными метрами — наиболее выгодный способ вести девелоперский бизнес. Ведь, как подчеркивает Владимир Бандура, в этой ситуации владелец без авансовых платежей предоставляет свой участок, а девелопер финансирует и реализует на участке проект. «В таком случае все инвестиции идут непосредственно на создание добавленной стоимости — девелопмент и коммерциализацию нового объекта недвижимости», — уточняет эксперт.

Все основные сделки по земле происходят на вторичном рынке

В «Укрбуде» поступают по-разному: и приобретают участки, и строят на условиях партнерства, причем в большинстве случаев работают именно на партнерских основаниях. «Корпорация «Укрбуд» свои участки преимущественно получала через процедуру партнерства. То есть мы заключаем соглашение с компанией, которая отвела землю, о распределении площади на объекте. И в дальнейшем на договорных условиях осуществляем строительство», — рассказывает Максим Микитась.

В частности, таким образом компания работает над завершением чужих долгостроев. По словам Микитася, в 2014 г. «Укрбуд» ввел в эксплуатацию три жилых объекта, которые стояли замороженными с 2008 г. По стольким же объектам они взяли на себя ответственность завершить их строительство. «В каждом из этих случаев мы находим возможность не только достроить эти объекты, но и получить прибыль. При этом мы выполняем важную социальную функцию. Мой принцип — люди покупают квартиры не у застройщика, а в конкретном доме, и должны получить свое жилье», — рассказывает президент «Укрбуда».

В частных компаниях коммерческая составляющая гораздо важнее социальной, поэтому к выбору партнеров по строительству подход жесткий. «Мы вообще не смотрим на участки, за которые нам нужно будет платить деньги, мы рассматриваем только те, за которые мы сможем рассчитаться процентом от площади, построенной нами», — говорит Владимир Тимочко.

По стоимости партнерства, доля площадей продавца колеблется от 15% до 25% в зависимости от интенсивности застройки участка. Тимочко рассказывает, что компания рассматривала около шести подобных вариантов, но пока не смогла подобрать участок с необходимыми характеристиками. Но в целом, как подчеркивает Тимочко, люди готовы любым способом монетизировать свои участки, понимая, что инвесторов, желающих зарывать свои деньги в землю, сейчас очень мало.

У чиновников же пока подход несколько иной. Так, Алексей Полищук рассматривает в перспективе если не отсрочку парламентом запрета на продажу, то хотя бы разрешение на продажу и передачу земли с условием, что строительство на ней будет осуществляться уже после разработки ДПТ. Хотя, по мнению участников рынка, найти инвестора, который согласится купить участок без разрешения на застройку, сейчас практически невозможно.

Таким образом, рынок продолжает балансировать между двумя противоположными мнениями. С одной стороны, именно сейчас, когда строительная активность в столице снизилась, для местных властей, кажется, самое время разработать необходимую градостроительную документацию (что особенно важно с точки зрения инвесторов). С другой, возможно, бизнесу нужно дать «зеленый свет» — и он сам решит, что ему строить на имеющихся участках, принося тем самым, дополнительные средства в городской бюджет.

Пока же частный капитал, как видим, обращается к частным же землевладельцам, выбирая взаимовыгодные партнерские отношения.

THE I[ST] SUMMIT FOR SHOPPING AND LEISURE CENTERS OWNERS AND MANAGERS

May 21, 2015
President Hotel, Kyiv, Ukraine

BEST MEETING POINT FOR RETAILERS
AND MANAGEMENT COMPANIES OF SHOPPING MALLS.

URE club CREATING THE OPPORTUNITIES
mk ILLUMINATION
DLA PIPER
Vertex Hotel Group
Interfax-UKRAINE UKRAINE NEWS AGENCY
delo.ua
EuropaProperty.com
ПЕРВЫЙ ДЕЛОВОЙ ТЕЛЕКАНАЛ
BusinessLife.Today

www.ureclub.com info@ureclub.com +38 044 227-67-53

БУДЕМ ОПТИМИСТАМИ

Ольга Павлова

НА РЫНКЕ ВСТРЕЧАЮТСЯ ДВА ПРОТИВОПОЛОЖНЫХ МНЕНИЯ: ПЕРВОЕ – ЖИЛЫЕ ПРОЕКТЫ СЕЙЧАС САМЫЕ УСПЕШНЫЕ, И ДАЖЕ ТОРГОВАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ ТЕПЕРЬ УСТУПАЕТ ЖИЛЬЮ. ВТОРОЕ – ПРОДАЖИ ЗДЕСЬ УПАЛИ, УСЛОВИЯ СЛИШКОМ СПЕЦИФИЧЕСКИЕ, А СПРОС ЕСТЬ, НО ТОЛЬКО ОТЛОЖЕННЫЙ. КАК НА САМОМ ДЕЛЕ РАЗВИВАЕТСЯ ДАННЫЙ СЕГМЕНТ И ЧТО ВОЛНУЕТ ЕГО УЧАСТНИКОВ, В ИНТЕРВЬЮ НАШЕМУ ЖУРНАЛУ РАССКАЗАЛ МАКСИМ БАРБАШ, ДИРЕКТОР СТРОИТЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ GEOS.

Источник: Geos

Максим Барбаш,
Директор строительной компании Geos

КАК ВЫ ОЦЕНИВАЕТЕ СИТУАЦИЮ В ДЕВЕЛОПМЕНТЕ ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ СЕГОДНЯ?

Я думаю, что жилая недвижимость, при правильной концепции, профессиональном подходе и позиционировании, сейчас – самый прибыльный сегмент. Даже при снизившейся рентабельности в долларе. Сверхприбылей в сегменте, конечно, нет, но продажи в жилье находятся на достаточно высоком уровне.

В убыток точно никто не работает, разве что компании, начавшие проекты еще в 2008 г. Они вложили очень много средств, но кризис внес свои коррективы.

ЕСЛИ СРАВНИТЬ ПЕРСПЕКТИВЫ ДЛЯ ДЕВЕЛОПЕРА В ДАННОМ СЕГМЕНТЕ С ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТЬЮ?

На сегмент ритейла сегодня действуют сразу несколько факторов, как отрицательных, так и положительных.

На рынке есть много качественных проектов, реализуются новые ТРЦ, в этом сегменте есть как прибыль, так и очень хорошая конкуренция, хотя в долларе показатели тоже будут падать. Но, как показывает опыт, например, стран бывшей Югославии – Сербии или Хорватии (и это доказывают консультации нашей компании с ЕБРР и другими финансовыми структурами), по окончанию военных действий и стабилизации ситуации требуется еще примерно лет пять, чтобы проекты коммерческой недвижимости стали действительно хорошо окупаемыми. Года три точно не следует ожидать подъема, потом – посмотрим.

Кроме того, по моему личному мнению, определенное количество торговли перейдет в интернет. Конечно, это не близкая перспектива, но тренд, все же, наблюдается. Очевидно, что останется развлекательная составляющая, походы в магазины, как неотъемлемая часть нашей жизни, но эти объекты будет ближе к шоу-румам. Естественно, магазины не пропадут вовсе, но тенденция к тому, что потребность в них будет уменьшаться – есть. Поэтому, например, прогнозы по такому показателю в отчетах экспертов, как количество торговых площадей на тысячу человек в городе, я бы советовал уменьшать согласно новым требованиям.

С другой стороны, хотим мы или нет, будет наблюдаться сокращение такого формата торговли, как рынки (базары) и его переход в формат современных ТЦ. Это – однозначно положительный момент и перспектива для девелоперов в торговой недвижимости. Поэтому, я думаю, что хорошо спроектированные и продуманные ТЦ в хороших локациях будут пользоваться спросом, и будут приносить прибыль. Если, конечно, не будет новых политических и экономических рисков в стране.

КАК НА СЕГОДНЯШНИЙ ДЕНЬ СТРОЯТСЯ ОТНОШЕНИЯ С ФИНАНСОВЫМИ СТРУКТУРАМИ, В Т.Ч. БАНКАМИ, У ЗАСТРОЙЩИКОВ ЖИЛЬЯ?

В жилой недвижимости финансирование банков труднодоступно, и рынок сейчас работает практически без заемных средств. Если рассматривать 2014 год, я не знаю ни одного девелопера, который бы активно кредитовался. Что касается ТРЦ, здесь ситуация несколько лучше и, если проект стоящий, думаю, вполне реально найти проектное финансирование. Вопрос только в том, под какой процент.

КАКИЕ ФАКТОРЫ ДЕЙСТВУЮТ СЕГОДНЯ НА ДЕВЕЛОПМЕНТ И ПРОДАЖИ В ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ?

Главными точками прироста сегодня являются три фактора. Первый — в Киев из зоны АТО прибыло значительное количество вынужденных переселенцев. Даже учитывая, что далеко не все из них покупают квартиры, такое массовое явление может обусловить рост года на три. Это объективный, фактический рост.

Кроме того, мы наблюдаем тенденцию: как только происходит рост доллара, растут и продажи в жилых комплексах. Это связано с тем, что банкам не доверяют, доллар купить невозможно, соответственно, население пытается спасти свои сбережения, покупая недвижимость. Только из банков Киева за 2014 год было снято около 10 млрд грн. Если даже один миллиард мы отправим на рынок недвижимости столицы, то рост, по сравнению с прошлыми годами, составит порядка 20-30%. И в той или иной степени мы наблюдаем такое движение капитала.

Третий фундаментальный фактор — состояние вторичного рынка. «Хрущевки» отслуживают свой срок, реконструкции зданий не происходит, и лет через пять цена на них значительно упадет. Просто потому, что в них невозможно будет жить. Я надеюсь, до критических ситуаций не дойдет, но они в ужасном состоянии: изношенные коммуникации, очень слабое утепление и так далее. И все, у кого будет хоть малейшая возможность выехать из старых домов, будут выбирать первичное жилье. За последние 20 лет для реконструкции панельных домов («хрущевок») не было сделано абсолютно ничего, кроме каких-то точечных проектов, не влияющих на ситуацию в целом. А ведь это — огромные метражи, износ которых создает колоссальную потребность в новых площадях.

НО С РОСТОМ КУРСА ВАЛЮТ РАСТУТ И ЦЕНЫ?

У кого есть проблема с ликвидностью, тот старается цены не поднимать. У кого продажи сохраняются на должном уровне и нормальная гривневая ликвидность, тот объективно корректирует стоимость в сторону повышения.

При повышении курса доллара себестоимость строительства, конечно, увеличивается. Но «цепная реакция», то есть процесс последовательного повышения стоимости: сначала материалов (кроме, пожалуй, арматуры, цена на которую реагирует почти моментально), энергоносителей, потом — повышение уровня зарплат и, как результат, стоимости квадратного метра, может занимать месяцы. У крупных компаний есть запас прочности, и все это происходит не сразу.

Но есть и другая сторона вопроса — когда цена в гривне растет, уменьшается количество людей, которые могут себе позволить купить квартиру по такой стоимости. Увлекшись поднятием уровня цен, можно прийти к тому, что рынок просто «ляжет». В этом плане для застройщика наиболее уязвим эконом-класс — цену поднимать сложнее, рискованнее, а рентабельность в этом сегменте — самая низкая. Для бизнес-класса колебание стоимости квадратного метра в пределах ста долларов не так принципиально, как для низкого ценового сегмента.

ЭКСПЕРТЫ РЫНКА ОТМЕЧАЮТ НЕБЫВАЛЫЙ РОСТ ПРОДАЖ В ПРИГОРОДЕ КИЕВА. КАК ВЫ ОЦЕНИВАЕТЕ ЭТОТ СЕГМЕНТ: КОНКУРЕНТ ЛИ ОН КИЕВУ?

Конечно, в определенной мере пригород становится конкурентом застройщикам в городе. Рост в пригороде обусловлен тем, что там проще и

СПРАВКА

Geos

Строительная компания Geos работает на рынке Украины с 2004 года. Это одна из самых динамично развивающихся компаний в стране. За 10 лет работы в качестве застройщика и генерального подрядчика реализовано более 60 масштабных проектов.

На сегодняшний день Строительной компанией Geos реализовано проектов общей площадью свыше 1 000 000 кв.м. При этом в 2014 году велась работа над строительством жилых объектов общей площадью более 300 000 кв.м. В 2015 году продолжается строительство шести жилищно-офисных комплексов, в проекте находятся не менее трех объектов. При этом все объекты готовятся ко вводу в эксплуатацию согласно заявленным срокам.

дешевле как получить документацию, так и оформить земельный участок.

При этом я наблюдаю, что в этом сегменте стараются сэкономить на всем — на материалах, инфраструктуре. Там не требуются дорогостоящие подземные паркинги, стоимость которых приходится покрывать за счет жилья. Все это сказывается на цене, а, следовательно, на конкурентных преимуществах. В первую очередь, данная проблема стоит перед эконом-классом в городе.

Объем этого строительства будет увеличиваться. Насколько это строительство будет качественным — открытый вопрос и проблема городов-спутников. Уже сейчас там намечаются, например, вопросы с транспортной инфраструктурой: есть целые микрорайоны, никак не привязанные к транспортным сетям.

КАК ВЫ ОЦЕНИВАЕТЕ ВЕРОЯТНОСТЬ ПЕРЕМЕЩЕНИЯ В ДЕВЕЛОПМЕНТ ЖИЛЫХ ОБЪЕКТОВ СТОЛИЦЫ КАПИТАЛА ИЗ ВОСТОЧНЫХ ОБЛАСТЕЙ?

Девелопмент — это вообще не самый простой вид бизнеса. Нельзя сразу выйти на рынок и просто начать реализовывать проекты. Есть много нюансов, связанных с документацией, разрешительными процедурами. И я не вижу, что такое перемещение окажет какое-то значимое влияние на сегмент. Понятно, приходит и человеческий ресурс, и денежный, переезжают специалисты. Но не думаю, что это станет определенным рывком.

На что застройщикам действительно стоит обратить внимание, так это на то, что сегодняшний рост продаж квартир, связанный с вынужденными переселенцами, — всего лишь временный всплеск, а не реальная тенденция. А вот если некоторые компании примут данный всплеск за ориентир, вместе с падением обусловленного спроса начнутся реальные проблемы.

НАСКОЛЬКО В ЦЕЛОМ РЕАЛЕН ВЫХОД НА ДАННЫЙ РЫНОК НОВЫХ ИГРОКОВ?

Я думаю, так или иначе спросом жилье будет пользоваться, и для всех, у кого есть желание начать развивать проекты в этом сегменте, вход на рынок открыт. Стоит только учесть, что девелопмент жилой недвижимости отличается от развития проектов в коммерческом секторе. Нельзя сказать, что он сложнее или легче — он просто другой. Тут должен быть иной подход, и не у всех девелоперов это получалось. Другими словами, те, кто занимался торговой недвижимостью, строительством офисных центров, а потом перешел на сегмент жилья, были разочарованы.

Как только происходит рост курса доллара — растут продажи в жилых комплексах

Ведь в жилой недвижимости необходимо умение продавать на этапе строительства, другими словами, покупатель не видит реальных квадратных метров — он доверяет застройщику, его репутации. Нужно постоянно убеждать инвестора отдать немалые деньги за еще строящиеся площади. В свою очередь, застройщик несет ответственность за эти средства и достройку дома, а это обязывает.

МОЖНО ЛИ ГОВОРИТЬ О СУЖЕНИИ РЫНКА ДО ОГРАНИЧЕННОГО КРУГА ТОП-КОМПАНИЙ?

Я бы не смотрел на этот вопрос под таким углом — рынок во всех его проявлениях будет всегда. Кто-то из компаний выйдет на рынок, кто-то — уйдет. Да, будет определенная «топовая десятка», — девелоперы, зарекомендовавшие себя, но и ее состав со временем может изменяться. Такое явление объективно — есть компании, представленные в сегменте на протяжении многих лет, у них за плечами огромный опыт, они наработали себе репутацию. Теперь эта репутация работает на них. Новичок в этом бизнесе не может играть на тех же условиях — ему нужно показать себя, доказать свою состоятельность.

Действительным минусом столичного рынка остается недостаток иностранных компаний. Есть несколько игроков, чье присутствие в Украине сложилось исторически, но их — буквально единицы. Выход крупного зарубежного девелопера, со своим опытом, подходом, не помешал бы рынку, и даже пошел бы на пользу компаниям, желающим действительно конкурировать, меняться, понимающим, что этот процесс необходим. Иностранный девелопер играет по своим правилам, согласно своим теориям развития, в этом плане он очень интересен.

Причин, по которым зарубежные компании не рассматривают Украину в качестве потенциального рынка для развития, много, и в ближайшей перспективе появления таких игроков не предвидится.

ОДНА ИЗ АКТУАЛЬНЫХ ТЕМ — ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТЬ. КАК В ВАШИХ ЖК РЕШАЕТСЯ ЭТОТ ВОПРОС?

Во-первых, можно отметить, что сегодня новые дома даже по сравнению с комплексами пятилетней давности утеплены уже на 30-40% лучше, а если сравнивать со старыми домами, например, теми же «хрущевками», — то и в два раза.

Кроме того, у нас есть проект установки на дом солнечных коллекторов (в отличие от солнечных батарей, производящих непосредственно электричество, солнечный коллектор производит нагрев материала-теплоносителя. Обычно применяются для нужд горячего водоснабжения и отопления помещений. — ред.). После

изучения вопроса мы решили применить данную технологию только к подаче горячей воды. По нашим предварительным расчетам, данные коллекторы (при их относительно небольшой стоимости) дают экономию на горячей воде летом до 90%, а зимой – 25-40%.

Я уверен, что таким образом весь город Киев может частично справиться с проблемой подачи горячей воды. Даже по средним нашим подсчетам, чтобы 80% домов в столице перевести на систему солнечных коллекторов, понадобится около $100 млн, а для целого города это не такие большие затраты - за 3-4 года они окупятся.

В начале марта мы уже продемонстрируем работу такой системы на одном из построенных нами домов.

ЧТО, ПО-ВАШЕМУ, МОЖЕТ СТИМУЛИРОВАТЬ ЗАСТРОЙЩИКА ПРИМЕНЯТЬ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ?

Что могло бы пойти на пользу рынку – это классифицирование объектов по энергосбережению. Возможно, организовать подобную премию в сегменте жилой недвижимости, вручить ее тому, у кого более энергосберегающий или энергоэффективный дом.

Государство в этом направлении делает лишь минимальные шаги. Были приняты новые ДБНы, но этим все и ограничилось. А так, если у девелопера в проекте заложена энергоэффективность, и он получает от общественности, профессионального сообщества, профильных журналистов такое признание, отмечается премией и это широко освещается на рынке, он, наверное, сможет продать такой объект немного дороже. Это, по моему мнению, смогло бы стимулировать девелоперов. В этом плане надо двигаться, это очень актуально в нынешних условиях.

ВАШ ПРОГНОЗ ПО РЫНКУ И ПЛАНЫ КОМПАНИИ НА 2015 ГОД?

Главное – мы не собираемся уменьшать обороты. У нас есть работы на стадии проектирования, есть строительство вторых очередей, и мы будем продолжать нашу деятельность.

Также мы сделаем попытку – я думаю, проект удастся, так как он уже на финальной стадии – расселить пятиэтажку. Подобные проекты у нас не так уж часто встречаются. Вероятно, мы будем первыми за долгое время, кому это удалось. Мы расселим «хрущевку», дадим жильцам новые квартиры, – и снесем ее. В процессе мы, конечно, сталкиваемся с противодействием, но в этом плане работа с жильцами продолжается.

Это наш пилотный проект, это действительно сложно, но я думаю, что он завершится удачно. Будем оптимистами.

MK ILLUMINATION – международная компания, предлагающая уникальную продукцию лучшего качества для реализации самых невероятных идей и концепций декоративного освещения. Новогоднее оформление фасадов и праздничная иллюминация – это ключевое направление деятельности компании, эксклюзивный дизайн и качество, которое она гарантирует.

«МК» производит светодиодные гирлянды и световые конструкции и осуществляет продажи через свои дочерние компании на 23 международных рынках, которые управляются независимо, но стратегически поддерживаются штаб-квартирой в Инсбруке (Австрия). Такая структурная организация позволяет нам всегда учитывать местные условия и предвидеть направленность развития региона.

ПО ПРИНЦИПУ WIN-WIN

Сергей Власов

ЭКСПЕРТЫ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ ОТМЕЧАЮТ, ЧТО ДАЖЕ В НЫНЕШНИХ УСЛОВИЯХ ИНТЕРЕС СО СТОРОНЫ ИНВЕСТОРОВ К РЫНКУ НЕДВИЖИМОСТИ УКРАИНЫ ОСТАЕТСЯ ДОСТАТОЧНО ВЫСОКИМ. ПРАВДА, СПРОС ЭТОТ, ПО БОЛЬШЕЙ ЧАСТИ, ОТЛОЖЕННЫЙ, ПРИЧЕМ, КАК СО СТОРОНЫ ИНОСТРАННЫХ, ТАК И ЛОКАЛЬНЫХ ИГРОКОВ. КАКИЕ ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ В ТАКИХ УСЛОВИЯХ СТАВИТ ПЕРЕД СОБОЙ КИЕВСКОЕ ИНВЕСТИЦИОННОЕ АГЕНТСТВО (КИА) И КАКИЕ ПРОБЛЕМЫ СЕГОДНЯ ЕМУ ПРИХОДИТСЯ РЕШАТЬ, В ИНТЕРВЬЮ НАШЕМУ ЖУРНАЛУ РАССКАЗАЛИ ОЛЕГ МИСТЮК, ГЕНЕРАЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР КИА, И ВИТАЛИЙ БОЙКО, ПЕРВЫЙ ЗАМЕСТИТЕЛЬ ДИРЕКТОРА КИА.

Источник: URE Club

Олег Мистюк,
Генеральный директор КИА

КАКИЕ ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ СТАВИТ СЕГОДНЯ ПЕРЕД СОБОЙ КИА?

Одна из главных целей — создание благоприятного инвестиционного климата. Конечно, с учетом сложившейся ситуации в стране, формирование такого климата в полноценном восприятии сегодня достаточно проблематично. Поэтому мы выбрали стратегию малых шагов. Другими словами, перед нами стоит задача создать историю положительных прецедентов и демонстраций четких, понятных и честных правил совместной работы бизнеса и Муниципалитета. С каждой новой закрытой сделкой, новым, выходящим на рынок или существующим инвестором, поверить в произошедшие изменения будет проще. А их аппетит к тому, чтобы «проснуться» и начать развивать бизнес, сначала в Киеве, а потом по всей стране — будет расти.

Конечно, в идеале подобная работа должна сопровождаться общим улучшением экономической ситуации и снятием преград на пути инвестиций. Первый шаг в этом направлении — защита частной собственности, то есть надлежащая работа судебной системы, т.н. взаимный enforcement по условиям заключенных договоров. В том числе — долгосрочных: целевой срок возврата инвестиции в предлагаемых нами рынку инвестпроектах составляет 6-7 лет. Это значит, инвестор должен быть гарантировано уверен, что в течение этого срока его права защищены и Муниципалитет, как парасуверенный партнер, будет на его стороне, если Инвестор сам ведет себя корректно и прилежно исполняет условия договора.

Второй, и самый важный шаг на пути к лучшему инвестклимату — безусловность равноправия для всех игроков на рынке, отсутствие дискриминации или преференций кому-либо — то есть устранение коррупции.

По обоим направлениям в Киеве наметился существенный прогресс. Видя это, даже вопреки существованию всех других рисков на уровне страны, инвесторы уже «занимают очередь», пока что за простыми и понятными сделками, но начинает быть заметна «глубина», интерес к более сложным проектам, как концессия и государственно-частное партнерство (ГЧП) в области инфраструктуры и транспорта, с участием международных фондирующих банков и мультинациональных компаний.

Схожая ситуация складывалась в 2006-2007 гг., когда Украину рассматривали как одно из самых перспективных направлений и рассчитывали на баснословные прибыли. В чем был секрет? У всех была надежда. Надежда, что Украина, будучи без малого 20 лет на задворках истории, будет расти семимильными шагами, догоняя цивилизованный мир в продуктивности труда и благосостоянии 45-миллионного населения. В 2015 г. многие понимают, что время надежд закончилось, наступило время действий. Мы,

Источник: URE Club

Виталий Бойко,
первый заместитель директора КИА

как столичное ИнвестАгентство, как Киевский Муниципалитет — делаем все возможное, чтобы создать прецеденты, обозначить рынку недвижимости вектор, восстановить интерес инвесторов и дать им мотивацию и создать максимальный комфорт.

ЧТО ВЫ ВКЛАДЫВАЕТЕ В ПОНЯТИЕ «СТРАТЕГИЯ МАЛЫХ ШАГОВ»?

При огромном дефиците ресурсов и отсутствии кредитования начинать с крупных объектов достаточно сложно. Это должны быть, как минимум, «звездные» проекты с точки зрения месторасположения, востребованности и т.д. Проще же начинать с небольших проектов, которые инвесторы смогут освоить без привлечения заемного капитала. Затем, имея положительные результаты в малом, мы хотим выдавать все более крупные проекты, расширять аудиторию за счет не только локальных, но и крупных украинских и иностранных игроков.

С первых же проектов мы обращаем внимание не только на киевских девелоперов, но и на региональных игроков. В регионах существуют свои крупные девелоперские компании, но раньше они понимали, что пробиться на киевский рынок малореально, не обладая «нужными связями» и контактами в столичной власти. Тут задача ясна: единственным окном входа становится КИА, принципы работы которого, надеемся, уже становятся известны всему рынку, включая региональных игроков. Мы же призваны обеспечить сопровождение подписанных сделок, снимая бремя и риски при взаимодействии с бюрократическим аппаратом местной власти.

КАКИЕ ШАГИ К ПОСТАВЛЕННЫМ ЦЕЛЯМ УЖЕ ПРЕДПРИНЯТЫ?

Для того чтобы что-то предлагать инвесторам, сначала надо выявить активы города. А для этого необходимо провести учет этих активов, что до сегодняшнего дня было, почему-то, несвойственной ни одному из департаментов задачей. Если бы эта оценка происходила постоянно, то можно было бы легко заметить, что земля, которая стоит десятки миллионов долларов, сегодня используется под размещение коммунального предприятия (КП). Или в здании, где работают чиновники, могли быть реализованы бизнес-центр или гостиница, которые могли приносить городу и экономике значительно большую пользу.

За 5 месяцев было предложено 6 проектов общей капиталоемкостью около 1 млрд грн

На данный момент мы завершаем аудит городских активов, проводим тотальную проверку всего, что есть у коммунальных предприятий, исследуем их с точки зрения наиболее эффективного использования. В результате этой работы мы предлагаем перенести некоторые КП (а параллельно идет процесс их сокращения, некоторые из них просто ликвидируются), за счет чего высвободится определенный портфель земельных участков и объектов недвижимости. На основе таких активов сегодня у нас уже формируются первые 50 проектов.

Еще одним направлением нашей деятельности становится использование инструмента инвестконкурсов для развития целевых программ, приоритетных для города и горожан. В частности, уже состоялись конкурсы по участкам, где планируется возводить жилые объекты, часть квартир в которых предназначаются пострадавшим от «Элита-Центр», как продолжение положительных программ, начатых еще прежней властью. По такому же принципу могут развиваться целевые программы для участников АТО, другие программы по обеспечению социальным жильем.

КАКОВ, ПО ВАШИМ ОЦЕНКАМ, ПОТЕНЦИАЛ ТАКИХ НЕРАЦИОНАЛЬНО ИСПОЛЬЗУЮЩИХСЯ АКТИВОВ ГОРОДА?

Потенциал, конечно, большой. Из основных «поставщиков» активов можно назвать «Киевавтодор», «Киевпасстранс», «Метрополитен»... Но нас останавливает неразумность продажи большого количества имущества сейчас, когда цены «на дне».

Необходимо выбирать «золотую середину»: мы предлагаем, с одной стороны, хорошее, но не самое лучшее. И далеко не все. Это большая для нас проблема, и мы пытаемся ее сейчас решить. Потому что инвестиции можно привлекать не только полной продажей земельного участка. Есть разумный способ, известный во всем мире — Public-Private Partnership (PPP), или государственно-частное партнерство. В этой сфере требуется реформирование законодательства, прежде чем модель заработает. КИА совместно с ведущими консультантами, юристами, донорскими организациями и НГО дорабатывает необходимые изменения, чтобы создать положительный прецедент в виде нескольких «пилотов» в приоритетных для киевлян направлениях — будь то садики, школы, с вовлечением частного оператора, или сфера медицины, где интерес частного партнера к развитию своего бизнеса создает синергию с публичным здравоохранением, помогает закрыть «дыры», образованные недофинансированием из бюджета, создать отсутствующую ныне в Украине инфраструктуру.

Мы пытаемся проработать процедуру PPP, чтобы он мог работать и в недвижимости. Тогда город мог бы в соответствии с оценкой получать за свои земельные участки не деньги, а долю в будущем объекте, бизнесе. Это было бы очень выгодно, потому что город не теряет, а вкладывает инвестиции, получает не

только дивиденды, но и многократно увеличивает стоимость доли города. Долевое участие города во множестве таких, приносящих доход, проектах — де-факто «живой актив», который и международные банки и, надеемся, в будущем, внутренний рядовой инвестор, будет воспринимать как «тихую гавань», надежный, обеспеченный денежным потоком объект инвестирования (не в пример переживающим сегодня тяжелые времена банкам).

ЕСТЬ ЛИ ДРУГИЕ ПУТИ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ГОРОДСКИХ АКТИВОВ?

Есть еще один инструментарий — это создание фонда, Real Estate Investment Fund. Мы прорабатываем это направление с консультантами, банками и юристами, и пытаемся создать такой работающий механизм. У города очень много недвижимости. И входить в фонд было бы очень выгодно. Ведь кроме участников PPP, которыми могут стать локальные игроки, готовые к активному девелопменту, есть небольшое количество финансовых инвесторов, фондов, заинтересованных в риск-профиле нашего столичного рынка недвижимости. Их выход на рынок связан с рядом сложностей — у них нет офиса в стране, они не понимают техническую, юридическую, ментальную сторону вопроса, не могут и не хотят связывать себя с конкретным девелоперским проектом, так как не имеют необходимой инфраструктуры и локальных знаний. Таким образом, даже те, кто хотел бы вложить деньги в Украину, сталкиваются с проблемой именно начать это делать.

НАД КАКИМИ ПРОЕКТАМИ СЕЙЧАС ИДЕТ РАБОТА В КИА?

У нас есть несколько социальных продуктов, например, детские садики. Существует давно озвученная проблема о том, что в городе не хватает мест в детских садах. Решить эту проблему за счет городского бюджета невозможно, даже если кто-то построит такой детсад — нет денег, чтобы такое учреждение эксплуатировать. Поэтому была принята программа поиска площадок для коммерческих садиков.

Целевой срок возврата инвестиции в предлагаемых КИА инвест-проектах составляет 6-7 лет

Идея заключается в том, что часть родителей готова платить за лучшее качество, за лучшее образование для детей, следовательно, они переведут детей в такие платные частные детсады, тем самым высвободив места в государственных садиках. Общее количество мест в садиках увеличится, очередь деток, которым не хватает места в садике — уменьшится. Для бизнеса это тоже выгодно — минимальная рентабельность современного, качественного садика на сегодня составляет около $250 на одного ребенка в месяц. А максимальная цена, которая сегодня зафиксирована в Киеве, — €1200. Другими словами, мы будем стараться насыщать рынок такими проектами, пока будет спрос. Ведь с каждого такого нового садика Город получает выгоду или в виде конкурсного паевого взноса (который пойдет на ремонт и восстановление госсадиков — или в виде «общественной квоты мест», которая будет выбираться очередью из жильцов соответствующего района, где строится такой частный садик. Здесь сходятся интересы инвесторов и города, и у нас уже есть положительные результаты.

СКОЛЬКО ПРОЕКТОВ КИА УСПЕЛА ВЫВЕСТИ НА РЫНОК В 2014 ГОДУ?

За 5 месяцев работы в новом формате нами было предложено инвесторам 6 проектов общей капиталоемкостью около 1 млрд грн., — это проекты, по которым мы получили более, чем одну заявку, что подтверждает их качество и наличие спроса.

ВСЕ ВАШИ ПРОЕКТЫ ИМЕЮТ КОММЕРЧЕСКИЙ ИНТЕРЕС ДЛЯ ИНВЕСТОРА?

Конечно. Например, проект девелопмента новых автостанций. Существует городская программа наведения порядка с пригородными автобусами, заезжающими почти в центр города, что создает дополнительные условия для пробок на дорогах столицы. Наша задача, чтобы они останавливались возле конечных станций метро, а дальше люди ехали на общественном транспорте. Интерес для инвесторов в таких проектах будет обусловлен созданием дополнительных коммерческих помещений возле перрона.

В целом, пассажиропотоки также являются одним из активов города, поэтому внимание уделено и целому ряду «транзитных» проектов. К примеру, создание транспортно-посадочных узлов у станции метро Теремки и станции Левобережная. Такими проектами мы, опять же, решаем сразу несколько проблем: улучшаем ситуацию на развязках, за счет средств инвесторов получаем новую станцию, а инвестор получает новые торговые помещения.

ПЛАНИРУЕТ ЛИ КИА ПРЕДСТАВЛЯТЬ ПРОЕКТЫ ТОРГОВОЙ И ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ?

Помимо социальных и инфраструктурных проектов у нас есть земельные участки, которых осталось не так много в Киеве, высвобождаемых от незаконных строительств. Такие участки предлагаются под девелопмент жилья. Думаем, что следующий проект у нас будет в ритейле. Пока это небольшие проекты, но на них уже есть спрос даже до объявления конкурса.

В ПРЕЗЕНТАЦИИ КИА СРЕДИ СУЩЕСТВУЮЩИХ ПРОБЛЕМ УКАЗЫВАЕТСЯ, ЧТО НА СОВЕРШЕНИЕ СДЕЛКИ С ГОРОДОМ СЕЙЧАС НЕОБХОДИМО МИНИМУМ 500 ДНЕЙ. ЗА СЧЕТ ЧЕГО ВОЗМОЖНО СОКРАТИТЬ ЭТОТ СРОК?

Это очень сложный процесс. Действительно, сегодня по-прежнему в силе 528-е распоряжение, и первые наши проекты мы разрабатывали на его основе. Но в самое ближайшее время мы ожидаем подписания измененной нами процедуры, по которой срок согласования составит всего 90 дней. Но мы уже умеем работать гораздо быстрее. Получается это за счет того, что городская власть превращает сегодня департаменты и управления архитектуры, земельных участков, городской собственности в сервисные организации. Их мнение по-прежнему важно, но их основная задача — продолжать обслуживать интересы инвестора без непосредственного контакта с ним. Теперь такая коммуникация — задача КИА.

Таким образом, КИА становится единым инвестагентом, к нему приходят все предложения по инвестициям, а с другой стороны — это единственное контактное лицо с инвестором с точки зрения города. Такое разделение уберет коррупционные схемы, потому что требовать что-то с проектного менеджера, сотрудника коммунального предприятия КИА — бесполезно, а контакта напрямую с инвестором — нет.

РАССКАЖИТЕ ПОДРОБНЕЕ О ТАКОМ ПРИОРИТЕТЕ, КАК «КОНТРОЛЬ ВЫПОЛНЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ОБЯЗАТЕЛЬСТВ». КАК БУДЕТ ОСУЩЕСТВЛЯТЬСЯ ЭТОТ КОНТРОЛЬ? С ДРУГОЙ СТОРОНЫ, КАКИЕ ГАРАНТИИ ПОЛУЧАЕТ ИНВЕСТОР?

Во-первых, раньше в конкурсе было много условий, и не было понятно, какое из них приоритетное, все определялось на закрытых заседаниях рабочей группы. Это не прозрачный, не публичный подход к определению победителя.

Во-вторых, инвестор не видел самого договора, вследствие чего оставались широкие возможности для манипуляций. Не были закреплены конкретные сроки и штрафные санкции — инвестор мог просто «договориться» и построить не совсем то, что надо, или совсем не то, и получить минимальный штраф. Другими словами, существовавшая форма договора не подразумевала никакого контроля над исполнением инвестобязательств. С другой стороны — инвесторы тоже страдают, так как многие из проектов остановлены из-за городских проблем. Таким образом, нет никакой ответственности и со стороны города.

Теперь же, по договору, все принципиальные условия город (и общественность) будет видеть еще до начала конкурса. Важно, чтобы у инвестора были жесткие сроки и жесткие санкции за нарушения, но и город тоже не должен подводить!

КАКИЕ ПЛАНЫ У КИА НА 2015 ГОД?

У нас очень много запланированных инвестиционных проектов — есть уже проработанные, есть в начальной стадии. Появятся и большие территории, и очень интересные локации по жилью. В плане офисной недвижимости, конечно, в 2015 году ситуация вряд ли изменится к лучшему, но, например,ситуацию по промышленной недвижимости мы сможем сдвинуть с мертвой точки.

Также у нас активизировались работы по проекту «Киевская Бизнес Гавань», создана новая рабочая группа, проходит утверждение финальный мастер-план. Теперь данный проект будет двигаться довольно быстро. Чтобы развить там огромный проект, пока спроса, конечно, не хватает (под проект зарезервировано 270 га), но мы начнем с территории в 40-50 га, и заинтересовавшиеся этим направлением уже есть.

СПРАВКА

Киевское Инвестиционное Агентство

Киевское Инвестиционное Агентство — коммунальное предприятие, исполнительный орган, созданный и подчиненный Киевской Городской Государственной Администрации.

Наша миссия: обеспечить рост инвест-потенциала Киева и восстановления городского бюджета. Мы стремимся к реализации общественно значимых инфраструктурных и других проектов путем налаживания эффективного сотрудничества между государственным и частным секторами, а также с инвестиционными и финансовыми институтами. Наша цель — поиск возможностей и разработка конкретных инвестиционных предложений для регенерации и развития нашего города.

Наше видение: создание единого окна взаимодействия между властями города и инвестором, консультационная поддержка, обеспечение контроля выполнения обязательств и максимально прозрачного инвестиционного процесса для всех сторон.

УСКОРИТЬ ТЕМП

Сергей Плагин

ДЕСЯТЬ ЛЕТ НАЗАД В УКРАИНЕ ОТКРЫЛСЯ ПЕРВЫЙ МАГАЗИН JYSK. К КОНЦУ 2014-ГО ГОДА МАГАЗИНОВ МЕЖДУНАРОДНОЙ РОЗНИЧНОЙ СЕТИ НАСЧИТЫВАЛОСЬ УЖЕ 29, А В ПЛАНАХ НА СЛЕДУЮЩИЕ ДЕСЯТЬ ЛЕТ – ДОВЕСТИ ИХ ЧИСЛО ДО 150. О ТОМ, КАКОЙ ПУТЬ ПРОШЛА КОМПАНИЯ ЗА ЭТИ ГОДЫ В УКРАИНЕ, КАК СТРОЯТСЯ ОТНОШЕНИЯ СЕТИ С АРЕНДОДАТЕЛЯМИ, А ТАКЖЕ О ПЛАНАХ РАЗВИТИЯ РАССКАЗАЛ ЕВГЕНИЙ ИВАНИЦА, ИСПОЛНИТЕЛЬНЫЙ ДИРЕКТОР JYSK В УКРАИНЕ.

Источник: JYSK

Евгений Иваница,
исполнительный директор
JYSK в Украине

ПЕРВЫЙ МАГАЗИН JYSK В КИЕВЕ ПОЯВИЛСЯ 10 ЛЕТ НАЗАД. РАССКАЖИТЕ, КАК ПОЯВИЛАСЬ ИДЕЯ ВЫХОДА НА РЫНОК УКРАИНЫ СЕТИ МАГАЗИНОВ JYSK, КАКИМ БЫЛ ВАШ СТАРТ?

Мы начали развиваться в Украине на условиях франчайзинга в 2004 г. Обычно JYSK работает по франчайзингу на маленьких рынках, незрелых для полноценного вхождения JYSK, а также там, где есть риски. Украина была рискованным рынком, поэтому изначально компания выбрала такой путь. В центральном офисе оценивали наш рынок, анализировали результаты. И со временем, увидев, что потребитель заинтересован в нашем формате, решили развиваться активнее. За 8 лет было открыто 10 магазинов. Это не так много, если учесть, что только в 2014 финансовом году мы открыли 12, то есть вышли на совершенно другой темп.

Как вспоминают коллеги из Дании, первый визит в нашу страну был для них весьма экстремальным. Например, на открытие магазина в Харькове было выделено всего пять дней. Но оборудовать магазин следовало в соответствии со стандартами компании, так же качественно, как это делают в Дании или в любой другой стране, где представлена сеть. С товарами, оснащением и прочим не возникло никаких проблем. Сложность состояла в коммуникации: украинцы всеми силами старались помочь нашим датским коллегам, но не говорили на английском. Так и общались все эти дни невербально, усиленно жестикулируя. Для Дании это был действительно новый опыт – коллеги из датского офиса впервые побывали за границей на постсоветской территории. Но впечатления об украинцах остались тогда самые позитивные. И все-таки нам удалось вложиться в столь сжатые сроки. Магазин был успешно открыт.

В ЦЕЛОМ, ПО ВАШЕМУ МНЕНИЮ, НАСКОЛЬКО ИЗМЕНИЛСЯ РЫНОК РИТЕЙЛА, ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ В СТРАНЕ ЗА 10 ЛЕТ? НАСКОЛЬКО ДАННЫЙ РЫНОК БЫЛ КОНКУРЕНТНЫМ И НАСЫЩЕННЫМ ТОГДА – И КАКИМ СТАЛ СЕЙЧАС?

Рынок очень изменился за это время. Когда мы начинали, в стране не было такого количества торговых площадей и торговых центров, как сейчас. Не было и крупных ритейл-компаний, которые могли бы предложить украинскому потребителю совершенно новый формат шопинга. За прошедшие годы такие компании на нашем рынке появились, как иностранные, так и украинские. И это очень хорошо. Рынок за 10 лет показал значительный рост и развитие. Вместе с ним менялись и привычки потребителей – постепенно в прошлое уходили базары, а им на смену пришли красивые и комфортные торговые центры, в которых люди могут провести время, сделать покупки, развлечься. Это все так, но, тем не менее, до сих пор количество ТЦ на тысячу жителей Украины в целом и в Киеве в частности существенно отстает от других городов Европы, и в частности Восточной Европы.

Для украинского рынка и ря-

дового потребителя все еще является непривычным качественный европейский ритейл, концепт и продукт. Потребительская способность среднестатистического украинца, учитывая последние события, еще более снизилась, и ее не приходится сравнивать даже с восточноевропейскими показателями. То есть можно констатировать низкий спрос, низкую конкуренцию, низкую насыщенность товарным предложением.

В ДЕКАБРЕ СЕТЬ JYSK ОТКРЫЛА 10-Й В КИЕВЕ И 29-Й МАГАЗИН В УКРАИНЕ. В ЧЕМ ВЫ ВИДИТЕ ПРИЧИНУ УСПЕХА?

Да, в 2014 году мы собирались открыть 12 магазинов — и мы их открыли. Планы у нас очень амбициозные — мы планируем открыть в Украине 150 магазинов за 10 лет. Решающее значение для динамичного развития в очень непростых условиях имел коллектив.

JYSK зашел в Украину в 2004 году и восемь лет развивался по франчайзингу. За это время сформировалась хорошая управленческая команда. Мы уверены, что наше основное преимущество — это люди. И наша управленческая структура, и человеческий потенциал очень сильны, и это является основой для того, чтобы дальше развиваться в Украине. Второе преимущество JYSK — наш бизнес-концепт: формат + продукт + сервис + опыт. Стандартная площадь JYSK— 1000 кв. м. Поэтому тяжело считать нашим прямым конкурентом магазин площадью 100-200 метров, который пересекается с JYSK одной или двумя товарными группами. Тяжело считать прямым конкурентом и строительный гипермаркет, который больше по площади в 20 раз, и в числе своей продукции также продает товар, на котором специализируется JYSK.

Например, JYSK специализируется на товарах для сна: матрасах, топ-матрасах, одеялах и подушках, а строительный супермаркет — на кирпиче или строительных смесях, и при этом и в JYSK, и в строительном супермаркете могут продаваться жалюзи, так как они являются частью товаров для дома. То есть мы говорим об абсолютно разных бизнес-концептах, которые некорректно прямо сопоставлять. И я уже не говорю о том, что сложно сравнивать опыт и корпоративные стандарты сети с более чем 2500 магазинами в 37 странах мира с любой мононациональной компанией. И, наверное, не совсем правильно будет называть одинаковым товар с абсолютно разным дизайном и соотношением «цена-качество». Поэтому вы часто можете услышать наше абсолютно корректное утверждение о том, что у нас нет прямых конкурентов, предлагающих товар скандинавского дизайна и происхождения в сегменте «средний, средний плюс» в нашем формате.

ПРОШЛЫЙ ГОД ОЗНАМЕНОВАЛСЯ ЧЕРЕДОЙ ПЕРЕСМОТРОВ ДОГОВОРОВ АРЕНДЫ — КАК В СТОЛИЦЕ, ТАК И В РЕГИОНАХ. КАК СТРОЯТСЯ ВАШИ ОТНОШЕНИЯ С АРЕНДОДАТЕЛЯМИ?

Ранее у нас были договора аренды, составленные с привязкой к твердым валютам, доллару или евро, сейчас мы не подписываем такие контракты. В большинство существующих договоров внесены изменения и добавлены приложения с новыми условиями, где аренда привязана к обороту с минимальной базовой ставкой в гривне или вообще без ставки.

Все понимают, что компания не может платить по текущему курсу. Лет 5-7 назад был период, когда арендодатель мог диктовать условия и выбирать среди арендаторов. Но сейчас уже давно рынок опирается на интересы арендатора. Мы выбираем те места, где соотношение «цена/качество» лучше. И можем себе позволить выбирать подольше.

СТРЕМИТЕЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ СЕТИ МОЖЕТ ПРИВЕСТИ К ПРОБЛЕМАМ, СВЯЗАННЫМ С УПРАВЛЕНИЕМ. СОГЛАСНЫ ЛИ ВЫ С ТАКИМ МНЕНИЕМ, И КАК ПЛАНИРУЮТ РЕШИТЬ ЭТОТ ВОПРОС В JYSK?

У нас нет острой, пирамидальной системы управления. Я бы даже сказал, что она слишком плоская. В то же время, у нас широко используется матричная система управле-

СПРАВКА

JYSK

JYSK (ЮСК) — международная розничная сеть, предлагающая полный ассортимент товаров для дома. Первый магазин сети был открыт в 1979 году в Дании Ларсом Ларсеном, владельцем JYSK. Сегодня сеть JYSK представляет собой большую международную группу, управляющую более 2100 магазинами в 37 странах мира, преимущественно в Европе.

Торговая сеть является одним из европейских лидеров в категориях товаров для сна, домашнего текстиля, товаров для ванной комнаты, жилой мебели, а также садовой мебели и товаров для летнего отдыха. В Украине бренд JYSK представлен с 2004 года.

На сегодня в Украине работает 29 магазинов JYSK: в Киеве, Житомире, Одессе, Харькове, Днепропетровске, Мариуполе, Сумах, Херсоне, Виннице, Луцке, Ровно, во Львове и Хмельницком, а также онлайн-магазин www.jysk.ua.

ния. Например, у нас есть менеджер по развитию, который занимается развитием магазинов в Украине. У него есть функциональный менеджер в Дании и линейный менеджер в Украине. Линейный менеджер — это я, а функциональный менеджер — Пол Эрик Ларсен в Дании. Полу Эрику Ларсену подчинены руководители по развитию во всех странах, и он передает лучший опыт коллегам по сети. Такая же матричная система и по другим отделам (маркетинга или ритейла): есть функциональный менеджер, профессионал в узкой сфере, который связывает все эти страны. Такая система защищает бизнес от многих ошибок.

ЕЩЕ ОДНОЙ ПРОБЛЕМОЙ, СВЯЗАННОЙ С РАСШИРЕНИЕМ СЕТИ, ЯВЛЯЕТСЯ УВЕЛИЧЕНИЕ РАСХОДОВ НА АРЕНДУ, ОПЛАТУ ПЕРСОНАЛА И Т.П. РОСТ ТАКИХ СТАТЕЙ РАСХОДОВ В УСЛОВИЯХ НЕСТАБИЛЬНОГО РЫНКА ЯВЛЯЕТСЯ ДОСТАТОЧНО ВЫСОКИМ РИСКОМ. КАКОВО ВАШЕ ВИДЕНИЕ ТАКОЙ ПРОБЛЕМЫ?

Мы никогда не сорили деньгами и всегда следили за своей расходной частью. Поэтому вне зависимости от внешних изменений или нашего роста все наши расходы строго забюджетированы, и мы выполняем эти требования. Кроме этого, внутри в компании существует целая финансовая культура бережного отношения к деньгам и тратам.

С КАКИМИ ВОПРОСАМИ ВАМ КАК АРЕНДАТОРУ ПРИХОДИТСЯ СТАЛКИВАТЬСЯ В СФЕРЕ СОТРУДНИЧЕСТВА С ТРЦ? НА ЧТО В ЭТОМ НАПРАВЛЕНИИ ВЫ МОГЛИ БЫ ОБРАТИТЬ ВНИМАНИЕ ДЕВЕЛОПЕРОВ, РАЗВИВАЮЩИХ ПРОЕКТЫ ТОРГОВОЙ НЕДВИЖИМОСТИ?

Спектр очень широк, и мы стараемся максимальное количество предполагаемых вопросов согласовать на этапе подписания договора, однако не все возможно предусмотреть. Один из частых поводов для общения с администрацией ТРЦ — это согласование наших маркетинговых активностей, которые выходят за рамки нашей арендной площади. Имеется в виду оформление отдельных кампаний (например, «Черная пятница»), когда нам необходимо сообщить об их проведении потенциальному потребителю не в самом магазине, а на входе в ТРЦ или в другом месте, находящемся на достаточном удалении от нашей витрины. Иногда наше видение не совпадает с маркетинговой политикой ТЦ, приходится находить верные аргументы, ведь мы с ними «в одной лодке».

5-7 лет назад условия мог диктовать арендодатель. Сейчас рынок опирается на интересы арендатора

РАССКАЖИТЕ О ПЛАНАХ СЕТИ ПО РАЗВИТИЮ В РЕГИОНАХ. КАКИЕ РЕГИОНЫ РАССМАТРИВАЮТСЯ В ПЕРВУЮ ОЧЕРЕДЬ?

На данный момент наши магазины есть во всех городах-миллионниках и во многих областных центрах. В прошлом году мы расширили свое присутствие в Западной Украине. Планы у нас не меняются — мы стараемся стать ближе к покупателям (скажем, в Киеве у нас уже 10 магазинов — нашему покупателю к нам легко и удобно добираться). Не за горами время, когда мы будем присутствовать во всех районных центрах. Сейчас уже подписаны договора аренды помещений второго магазина во Львове и первого в Ивано-Франковске, открытие которых запланировано на весну этого года.

РАССМАТРИВАЕТЕ ЛИ ВЫ ВАРИАНТЫ РАЗВИТИЯ БОЛЬШИХ ФОРМАТОВ, НАПРИМЕР ГИПЕРМАРКЕТОВ?

У компании JYSK существует несколько форматов, в частности ГиперЮСК или сити-концепт JYSK. На данный момент мы работаем лишь со стандартным форматом магазина с торговой площадью в 1000 кв.м и видим много преимуществ в повышении эффективности бизнес-процессов именно в этой стандартизации.

ОДНОЙ ИЗ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ СТАНОВИТСЯ «СЛИЯНИЕ» ТРАДИЦИОННОГО РИТЕЙЛА И ОНЛАЙН-РИТЕЙЛА. НАСКОЛЬКО, ПО ВАШЕЙ ОЦЕНКЕ, СИЛЬНА КОНКУРЕНЦИЯ ОНЛАЙНА С ТРАДИЦИОННЫМ РИТЕЙЛОМ В УКРАИНЕ?

Безусловно, онлайн-ритейл с каждым днем развивается. Не для всех категорий товаров онлайн-продажи являются ключевыми, но все же тенденция к развитию прослеживается. Все чаще в интернет-магазины выходят товары, которые еще вчера продавались только в рознице. Мы идем в ногу со временем. Наш интернет-магазин был открыт в 2010 году. Недавно мы перешли на новую, более современную и функциональную онлайн-платформу. На данный момент для нас онлайн-продажи также являются приоритетным направлением. Мы также видим будущее в кросс-маркетинге, где потребитель сможет приобрести товар онлайн, забрать его офлайн, получить консультацию и заказать сопутствующие товары в колл-центре... или наоборот.

НЕКОТОРЫЕ ЗАПАДНЫЕ РОЗНИЧНЫЕ СЕТИ ОТКАЗЫВАЮТСЯ ЗАХОДИТЬ НА УКРАИНСКИЙ РЫНОК, ТАК КАК СЧИТАЮТ, ЧТО В НАШЕЙ СТРАНЕ НЕВОЗМОЖНО ВЕСТИ БИЗНЕС ПРОЗРАЧНО. С КАКИМИ ТРУДНОСТЯМИ ВЫ СТАЛКИВАЕТЕСЬ В УКРАИНЕ?

Работать в Украине непросто. Раньше были одни сложности, теперь — другие. А особенно в настоящее время, когда страна находится факти-

чески в состоянии войны, каждый день гибнут мирные люди. Тем не менее, компании JYSK удается вести абсолютной прозрачный бизнес в Украине, как и во всех остальных странах. Это принципиальная позиция компании. Мы осуществляем поставки товаров исключительно из стран ЕС. При этом для таможенного оформления в Украине подается экспортная декларация, оформленная в ЕС. Иными словами, контроль количества и номенклатуры товаров осуществляется таможенными органами как ЕС, так и Украины.

Несколько компаний, которые доставляют товары для «ЮСК Украина», имеют статус «Authorised Economical Operator» (Уполномоченного экономического оператора) в ЕС. Такой статус свидетельствует о наивысшем доверии к перевозчику и грузам со стороны таможенных органов ЕС. С момента основания компании «ЮСК Украина» импортные партии товаров неоднократно досматривали как на границе, так и на внутренних таможнях. Ни в одном случае не было выявлено каких-либо расхождений в номенклатуре и количестве товаров, заявленных таможенным органам.

При этом время от времени у нас возникают проблемы с проведением оперативного растаможивания продукции из-за работы так называемых «патентных троллей», когда блокируются поставки продукции целой партии товаров из-за того, что какой-то украинский пройдоха решил запатентовать банальные вещи, например вешалку для одежды или подушку. Такие вещи европейской компании понять сложно. Но мы привыкли быть открытыми, и все документы, подтверждающие полное соблюдение закона, у нас есть. И мы всегда готовы в суде отстаивать наше право. Также европейским партнерам тяжело понять, как возможно, что существуют несколько курсов обмена, и компания не может по официальному курсу приобрести валюту для расчетов по поставленному товару, и как работать в системе координат, когда отечественная валюта обесценивается рекордными темпами. Но мы

Источник: JYSK

не сдаемся и стараемся вопреки всем сложностям развиваться.

СКОЛЬКО НАЛОГОВ «ЮСК УКРАИНА» ПЕРЕЧИСЛИЛА В БЮДЖЕТ ЗА ПРОШЛЫЙ ГОД?

В 2014 году наша компания заплатила таможенную пошлину в размере 12 393 061 грн, а также 48 910 054 грн НДС при растаможивании грузов. Уже в первый год своей деятельности (в 2013 г.) «ЮСК Украина» вошла в список 10 крупнейших плательщиков налогов Голосеевского р-на Киева. В 2014-2015 гг. компания была включена в реестр крупных плательщиков налогов. Компания несет высокую налоговую нагрузку по внутреннему НДС.

СТРЕМИТЕЛЬНО МЕНЯЮЩИЙСЯ КУРС ВАЛЮТ ВЫНУЖДАЕТ РИТЕЙЛЕРОВ КОРРЕКТИРОВАТЬ ЦЕНЫ, НО, С ДРУГОЙ СТОРОНЫ, ДОХОДЫ НАСЕЛЕНИЯ ЗА ПЕРИОД РОСТА КУРСА НЕ УВЕЛИЧИЛИСЬ. КАКОВО ВАШЕ ВИДЕНИЕ ДАННОЙ ПРОБЛЕМЫ?

Мы в основном импортеры, гривна обесценилась практически в три раза, но мы не можем на столько же повысить цены. Мы подняли цены за 2014 год менее чем на 40%. Операционный доход компании сократился, спрос также уменьшился, но так как мы работаем в сегменте средний и ниже среднего и соотношение «цена-качество» чрезвычайно конкурентно, то падение спроса существенно меньше, чем в среднем по ринку. Мы понимаем, что часть потребителей перешла к нам из среднего и среднего-плюс сегментов. Средний чек растет, он не может уменьшаться, в том числе из-за девальвации. Общее видение — не снижается количество позиций в чеке. Мы видим частичный переход потребителей к нам, который немного компенсирует общее падение покупательной способности. Мы вынужденно уменьшили наценку и стали в разы привлекательнее для потребителя.

КАКОВЫ ВАШИ ПРОГНОЗЫ ПО РАЗВИТИЮ РЫНКА РИТЕЙЛА В ЦЕЛОМ? ЧТО МОЖЕТ ОЖИДАТЬ РЫНОК ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ В БЛИЖАЙШЕЙ И СРЕДНЕСРОЧНОЙ ПЕРСПЕКТИВЕ?

Если быть до конца откровенным, то сложно спрогнозировать сейчас перспективы не только ритейла, а и нашей страны в общем. Но с высокой долей вероятности можно утверждать, что более сильные, более эффективные, перспективные, интересные для потребителя концепты и форматы ритейла выживут, станут еще более сильными и эффективными, а вот слабые, неэффективные, скорее всего, будут вынуждены покинуть это поле для новых проектов. Закон прогресса и естественного отбора никто не отменял.

КОЭФФИЦИЕНТ СОПРОТИВЛЕНИЯ

Марина Рогальская

ТЕМА ВНЕДРЕНИЯ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНЫХ РЕШЕНИЙ НА СЛУХУ НЕ ПЕРВЫЙ ГОД. ОСОБЕННО АКТУАЛЬНЫМ ВОПРОС СТАЛ ПРИ НОВОМ ВИТКЕ ПОВЫШЕНИЯ ЦЕН НА ЭНЕРГОНОСИТЕЛИ, А ПРОШЕДШИЙ ГОД ОЗАДАЧИЛ ВСЕХ ЕЩЕ И СНИЖЕНИЕМ ЛИМИТОВ НА ПОТРЕБЛЕНИЕ. ГОТОВЫ ЛИ ДЕВЕЛОПЕРЫ РЕШАТЬ ВОЗНИКШУЮ ПРОБЛЕМУ НЕ СИТУАТИВНО, А КОМПЛЕКСНО, С ПРИЦЕЛОМ НА БУДУЩЕЕ?

В ПРОЕКТАХ

Девелоперы коммерческой недвижимости пытаются планировать использование энергоэффективных технологий еще на стадии проектирования — когда это имеет наибольший смысл. Однако, решения должны приниматься не в ущерб рыночной конъюнктуре. Например, объясняет **Антон Андрианов, директор ISTIL Real Estate**, использование геотермальной энергии в Киеве, инвестиции в которую приблизительно на 30% выше, чем в газовую котельную, и более чем на 40% выше в случае подключения к городской теплосети, не имеет смысла, так как капитальный бюджет при этом увеличивается, а рынок того не требует. Идеальный вариант — предусмотреть на этапе проектирования возможность простого «апгрейда» системы отопления в будущем, когда это может стать актуальным.

Тонкий момент — правильно просчитать эффективность решений и предвидеть конъюнктуру рынка в перспективе нескольких лет. «Еще два-три года назад, когда газ был относительно недорогим, на многих коммерческих объектах устанавливали когенерационные установки (устройства для совместного производства тепловой и электрической энергии — ред.), сегодня такое оборудование использовать уже не выгодно, и собственники задумываются об альтер-

нативе, — более привлекательными становятся те же тепловые насосы» — рассказывает **Ольга Сокол, главный архитектор компании «Архпассаж Украина».**

В ОБЪЕКТАХ

В готовом здании провести энергоэффективную оптимизацию сложнее, однако решения есть, главное задаться целью. «На наших офисных объектах мы ставим ежегодные цели снижения потребления энергии, и уже третий год подряд нам удается снижать удельные затраты. Мы нанимали сторонних экспертов, у которых не «замылены глаза» повседневной рутиной. Они проводили аудиты по расходу электро- и тепловой энергии, по источникам потребления, по нагрузкам и т.д. По результатам принималось командное решение — как улучшить ситуацию, и это нам удавалось, — рассказывает Антон Андрианов. — При этом, вариантов, альтернатив, идей, решений для более высокой энергоэффективности может быть множество, и рецептуру для всех объектов подготовить невозможно. Каждый проект и объект уникален. Однако, думаю, трех составляющих достаточно для успеха: корректная управленческая информация, креативная инженерная мысль и воля менеджмента».

При этом, стоит подчеркнуть, что проведение энергоэффектвных мероприятий — это регулярная, системная работа. По мнению **Виталия Тимофеева, директора MEP Engineering**, «у каждого здания должен быть энергоменеджер, потому что энергоэффективность не работает при точечных воздействиях. Кроме того, нужно приглашать профессионалов для энергоаудитов и для последующих внедрений решений, принимаемых по итогам исследований».

Казалось бы, в текущей ситуации, чисто теоретически, рынок энергоаудитов и энергосервиса должен был бы быть на подъеме, но это — не так. Впрочем, вопросом потребления энергии в здании и способами ее экономии все чаще стали озадачиваться, например, арендаторы, ведь коммунальные счета в ТЦ и БЦ, в конечном счете, оплачивают именно они. По словам **Максима Бойко, директора компании Engineering Development**, «арендаторы постепенно приходят к осознанию, что четкий аудит и понимание потребленного объема ресурсов является первоначальной стадией на пути к экономии. Наблюдается повышенный интерес к наличию индивидуальных приборов учета энергоресурсов, особенно со стороны больших арендаторов в ТРЦ».

Есть опасения, что закон преследует цели построения очередной сертификационной системы

Впрочем, есть мнение, что и конечные потребители коммерческой недвижимости не проявляют пока особой инициативы в данном направлении. «Я не помню, чтобы кто-либо (арендатор или арендодатель) когда-либо ставил цель команде проекта перед его реализацией добиться целевого измеримого уровня энергоэффективности, — продолжает тему Виталий Тимофеев. — В проектировании в мировой практике различают два подхода: prescriptive design (выполнение норм, которые предписывают требования к отдельным элементам здания) и performance based design (целевые показатели здания как целой системы). Западные нормы по энергоэффективности толкают индустрию к переходу на проектирование по целям. У нас эта концепция пока в диковинку».

ГОСУДАРСТВО В ПОМОЩЬ

Так что же могло бы стать стимулом девелопера инвестировать в энергоэффективное будущее своих объектов? Как считает Антон Андрианов, «местные органы могли бы освобождать «зеленые» объекты от местных налогов. Именно местные органы, а не центральные. Центральный орган — это больший потенциальный источник коррупции и зарегулирования рынка, тогда как местная община должна иметь право выбирать и поощрять (или не поддерживать в обратном случае), скажем, рабочие места в таких объектах или рабочие места и «зеленые технологии» в связке. Если речь идет, например, об общегосударственной программе уменьшения потребления газа, то опять-таки администрирование должно осуществляться на местах при субвенциях из центрального бюджета или компенсации части оплаты банковских процентов — здесь возможны варианты. На сегодня я не вижу таких политических инициатив».

Зато в настоящее время на повышение энергоэффективности в Украине направлен планируемый к принятию проект Закона Украины «Об энергетической эффективности зданий». Как объяснила **Олеся Мельниченко, эксперт Минрегиона Украины**, данный закон предусматривает ряд шагов к стимулированию снижения потребления энергетических ресурсов в зданиях. Предусматривается, что на некоторые объекты будут оформлены паспорта и сертификаты энергетической эффективности. Согласно законопроекту, такая сертификация обязательна для зданий, подлежащих отчуждению и приобретению других имущественных прав, общей отопительной площадью более 500 кв.м, а также для зданий (кроме жилых многоквартирных домов) или их отделенных частей, у которых подлежат отчуждению и приобретению других имущественных прав помещения общей отопительной площадью

более 500 кв.м.

В **паспорте энергетической эффективности** будут указывать адрес здания, класс его энергетической эффективности, сведения о его типе, функциональном назначении и конструкции, о его этажности, а также объем и площадь здания. Кроме того, в данном паспорте необходимо указывать минимальные требования к энергетической эффективности зданий, относящихся к определенному классу. Также будут указаны расчетные показатели энергетической эффективности здания, серия и номер квалификационного сертификата ответственного исполнителя отдельных видов работ (услуг), который составил паспорт энергетической эффективности.

В **сертификате энергетической эффективности** также указываются: адрес, класс энергетической эффективности, сведения о типе, функциональном назначении и конструкции, этажности, объеме и общей площади здания. Также, как и в паспорте, указываются минимальные требования к энергетической эффективности зданий, относящихся к зданиям определенного класса. Кроме того, в сертификате прописывают фактические (расчетные и/или измеренные) показания энергетической эффективности здания, а также рекомендации по повышению уровня его энергетической эффективности, учитывающие местные климатические условия и являющиеся технически и экономически обоснованными.

Помимо перечисленных сведений, в сертификате должны присутствовать: отчет о проведении энергетической сертификации здания с экономическим обоснованием предлагаемых технических решений по повышению энергетической эффективности здания, серия и номер квалификационного сертификата ответственного исполнителя отдельных видов работ (услуг), который составил данный сертификат, а также информация о вызванных выбросах двуокиси углерода. Для реализации данного Закона предусматривается принятие необходимых нормативно-правовых актов.

В целом игроки рынка недвижимости приветствуют наметившиеся тенденции на законодательном уровне стимулировать повышение энергоэффективности. «Согласно договору об учреждении Энергетического Сообщества, к которому Украина присоединилась в феврале 2011 года, создаются четкие правовые рамки, в пределах которых Украина ратифицирует соответствующие нормы законодательства ЕС, в частности, для обеспечения условий энергосбережения и повышения энергоэффективности. Необходимо просто следовать принятым нормам, контролировать их соблюдение, обмениваться опытом, стимулировать и поддерживать энергоэффективные проекты», — отмечает Максим Бойко.

У каждого здания должен быть энерго-менеджер

ОБРАТНАЯ СТОРОНА

Однако есть и обратная сторона медали. Эксперты отмечают, что в законопроекте есть ряд противоречий, недостатков, которые могут не только не способствовать энергоеэффективности зданий, но и усложнить многие процессы. Как говорит **Владислав Кисиль, адвокат и партнер юридической компании «КПД Консалтинг»,** «данный законопроект пытается имплементировать европейский (Директиву 2010/21/ЕС). Нормативный документ предусматривает необходимость повышения энергоэффективности зданий и сооружений посредством установления минимальных критериев энергоэффективности конструкций и энергетической сертификации зданий.

Мы приветствуем стремление к евроинтеграции в данном направлении, однако, юристов тревожит несколько основных моментов. В частности, ст. 69 «сертификация энергетической эффективности зданий обязательна: для зданий, которые подлежат отчуждению и приобретению других имущественных прав». То есть если здание собрались продать, передать в аренду, подарить, обменять, передать в ипотеку и пр. Во всех случаях потребуется оформить сертификат энергоэффективности».

В Евросоюзе же, по словам юриста, сертификация касается только игроков открытого рынка недвижимости, там, где существует конкуренция. «Информация сертификата будет интересна лишь покупателю и арендатору для получения возможности выбора наиболее энергоэффективного решения. Остальным игрокам рынка такой сертификат (кроме дополнительной бюрократической нагрузки) пользу не принесет. Причем сертификаты и паспорта будут выдавать не просто архитекторы, а сертифицированные исполнители работ. Есть опасения, что закон преследует цели не понижения энергопотребления, улучшения энергоэффективности, а построения очередной сертификационной системы», — отмечает Владислав Кисиль.

Солидарен во мнении Антон Андрианов: «Этот проект закона полностью противоречит намерениям нового правительства, объявившего курс на дерегуляцию и уменьшение количества поборов, лицензий. В нем предлагается создать центральный орган и наделить полномочиями другие смежные органы. Зачем? Заставить всех через «карманные» конторы проходить сертификацию, получать паспорт? Если есть реальное желание помочь рынку — можно законодательно сделать обязательным для всех девелоперов раскрытие определенной унифицированной информации, которая была бы понятна простому потребителю (а не только технократам из Агентства или близким к ним компаниям, принимающим реше-

ния по сертификации), касательно затрат по стоимости «коммуналки» и эксплуатации систем. Причем по одной методике, которая позволила бы просто сравнивать объекты между собой».

ВОПРОС ФИНАНСИРОВАНИЯ

Не решает данный законопроект и проблему финансирования. Проект Закона в текущей редакции предусматривает четыре варианта финансирования мероприятий в сфере энергетической эффективности: за счет средств собственников зданий, за счет средств государственного или местных бюджетов, за счет средств, привлеченных в результате государственно-частного партнерства, или за счет любых других источников финансирования, не запрещенных законодательством Украины. Но в реальности воспользоваться данными источниками финансирования девелоперам будет сложно.

Как объясняет **Ника Варварюк, юрист международной юридической фирмы Gide Loyrette Nouel**, государственная финансовая поддержка, к которой проект Закона относит и государственно-частное партнерство, хоть и предусмотрена данным проектом Закона, однако будет предоставляться только при условии наличия сертификата энергетической эффективности и с целью повышения энергетической эффективности не ниже чем до класса С. Проект Закона при этом не содержит классификации энергетической эффективности и лишь указывает, что методика определения класса должна быть утверждена Министерством регионального развития, строительства и жилищно-коммунального хозяйства Украины. Так что государственная поддержка будет недоступна до утверждения классификации энергетической эффективности и до прохождения сертификации здания, которая будет осуществляться за счет заявителя.

«Кроме того, — акцентирует внимание Ника Варварюк, — механизмы государственной поддержки, указанные в Проекте Закона, вряд ли станут полноценным источником финансирования на практике, поскольку большая часть предложенных механизмов сводится к компенсации части суммы кредита или процентов по кредиту, а также к льготному кредитованию. Скорее всего на практике мероприятия в сфере энергетической эффективности будут осуществляться за счет самого девелопера или за счет инвестора».

НОРМЫ

Многие нормы в строительстве, конечно, модернизируются, однако исключительно нормативной базой вопрос энергоэффективности не перекрыть. Многое зависит и от подхода к самому процессу. «Практическое внедрение идей, заложенных в нормах, безусловно, идет, но медленнее, чем в западных странах, и не только потому, что они раньше начали и у них больше денег. На западе бросается в глаза интенсивная кооперация внутри сообщества профессионалов, связанных с энергоэффективностью, активная вовлеченность в создание норм, формирование повестки дня, исследования, — отмечает Виталий Тимофеев. — В Украине тоже есть профильные ассоциации, но степень вовлеченности в них оставляет желать лучшего».

Важность и актуальность внедрения энергоэффективных решений, никто из девелоперов не оспаривает. Интерес к данной теме сегодня проявляют все без исключений. Только вот интересоваться и внедрять — две «большие разницы». Говорить о массовом движении в этом направлении пока нельзя, тем более, что кроме роста тарифов ничего девелоперов и инвесторов пока к «прорыву» особо не побуждает. Другими словами, в нынешних экономических условиях «коэффициент сопротивления» энергоэффективным решениям стал резко стремиться к нулю, но, к сожалению, пока не обнулился. Возможно, дело пойдет куда легче с разработкой более четких и понятных для бизнеса стимулов.

Стимулы за рубежом

Анна Нестуля

Всего несколько лет назад финансирование в энергоэффективные проекты казались обречёнными на провал и на Западе. Тем не менее, за последние годы на примере активности ряда стран Европы, Азии, а также США можно видеть положительные результаты. Например, как сообщает The Guardian, Deutsche Bank выделил $104 млн под гарантийные обязательства для финансирования в жилые энергоэффективные проекты. Во Франции госбанк Caisse de Depots et Consignations выделил €5 млрд (примерно $6.7 млрд) на энергетические программы, которые частично направлены на эффективность зданий, а также кредиты с нулевой процентной ставкой для владельцев энергоэффективных домов. Основанный в Калифорнии стартап Renewable Funding недавно получил $300 млн кредита для модернизации домов по энергоэффективным стандартам в Калифорнии, в Пенсильвании и на Гавайях. В Нью-Йорке Green Bank привлек примерно $220 млн на активизацию проектов по энергоэффективности и по возобновляемой энергии.

В **США** лидером в предоставлении льгот и поощрений для энергоэффективных решений является Штат Нью-Йорк. На подобные кампании, гранты и инициативы власти здесь выделяют примерно $250 млн в год. Эти программы администрируются местными коммунальными предприятиями и Государственным Управлением по Исследованиям в Области Энергетики и Развития (NYSERDA). Например, Нью-Йорк ввел в действие инициативу под названием the Greener, Greater Buildings Plan (GGBP), целью которой является улучшение энергоэффективности в уже существующих зданиях. Кроме того, местные власти частично освобождают от уплаты налогов здания с зелеными крышами и солнечными батареями. Таким образом штат Нью-Йорк пытается

восполнить пробелы, допущенные на государственном уровне.

Германия предоставляет скидки и дает право ускоренной амортизации по отношению к арендуемым и находящимся в собственности зданиям, соответствующим определенным требованиям. Размер амортизации варьируется в зависимости от того, находится ли здание в аренде или в собственности, от срока его аренды, а также от места расположения объекта.

Инвестиции в зеленое строительство в **Нидерландах** также дают возможность использовать ускоренную амортизацию согласно государственной программе Dutch VAMIL program, главной целью которой является стимулирование корпоративных инвестиций в активы, не оказывающие негативного воздействия на окружающую среду. Ускоренная амортизация применяется не более, чем к 75% стоимости соответствующих активов недвижимости. Тем не менее, размер амортизации не должен превышать €10 млн.

Собственники недвижимости в **Бельгии** платят налог в размере 1,25-2,5% в зависимости от арендной стоимости и места расположения объекта. Кроме того, имеет место муниципальная наценка, которая может увеличить налог еще на 50% от арендной стоимости. Снижение такого налога становится возможным, только если здание соответствует «зеленым» критериям и показывает определенный уровень энергосбережения.

В **Китае** от уплаты НДС освобождаются компании, которые вырабатывают строительные материалы, содержащие как минимум 30% переработанных промышленных отходов, например, от угольной промышленности.

Франция освобождает до 5 лет от местных налогов на недвижимость (50% или 100%) здания с низким уровнем потребления энергии. Решение об освобождении налога принимается на уровне муниципалитета.

А вот в **Великобритании** не существует определённых налоговых правил для «зеленых» зданий. Тем не менее, власти предоставляют 100% налоговые скидки на отопительное, светотехническое и вентиляционное оборудование, которое, соответственно, улучшает энергоэффективность зданий. Кроме того, согласно британскому законодательству, собственники объектов обязаны получить энергетический паспорт проекта перед тем, как выставить его на продажу. Также в Великобритании действуют открытые рейтинги по энергоэффективности жилых проектов.

Как мы видим, налоговые скидки не единственный рычаг в руках государства. Во многих странах предоставляются гранты и субсидии, которые мотивируют строительство «зеленых» объектов.

Китай, например, дает субсидии как для строительства новых энергоэффективных зданий, так и для тех, которые прошли обновление в 2012 году. Субсидии рассчитываются на 1 кв.м здания и могут достигать $13/кв.м. Кроме того, для строительства «зеленых» зданий в определенных экологических городских зонах доступны гранты в размере до $8 млн.

Германия предлагает займы под низкий процент для строительства и редевелопмента энергоэффективных проектов.

В **Сингапуре** действует целая система поощрений «зеленая метка» (GMIS-EB). Сегодня данная система состоит из двух этапов. Первый — денежное вознаграждение для улучшения и редевелопмента здания согласно «зеленым» требованиям. Таким образом компаниям предоставляется государственная поддержка в размере 50% от предполагаемых затрат (но не более $3 млн) на покупку, установку и обслуживание энергоэффективного оборудования. Второй этап — технический аудит, который определяет эффективность работы системы кондиционирования воздуха. Государственное управление строительством покрывает 50% от затрат на осуществление такого аудита, остальные 50% оплачиваются собственником здания.

Кроме того управление строительством Сингапура выделило $12 млн на поддержку компаний, которые минимизируют и перерабатывают отходы. Таким образом, государство покрывает 50% расходов компаний на переработку отходов после сноса и на использование переработанных материалов при строительстве.

K11 ART MALL - ТРЦ СО СТРАТЕГИЕЙ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ (ФОТО В ХОДЕ БИЗНЕС-ТУРА URE CLUB ШАНХАЙ, 2012 Г.)

Источник: URE Club

По материалам www.theguardian.com, www.nyc.gov, www.kpmg.com

in
You
Tube
WWW

СИЛЬНОЕ ЗВЕНО

Сергей Власов, Андрей Мима

БАННЕРЫ, КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА НОВОСТРОЕК И ДАЖЕ БИЛБОРДЫ НА УЛИЦЕ ВЕДУТ НАС СЕГОДНЯ НА САЙТ ЗАСТРОЙЩИКА. САЙТ СТАЛ СВЯЗУЮЩИМ ЗВЕНОМ МЕЖДУ РЕКЛАМНЫМ СООБЩЕНИЕМ И ОТДЕЛОМ ПРОДАЖ НОВОГО ЖИЛОГО КОМПЛЕКСА. НО КАК СДЕЛАТЬ ЭТО ВАЖНЕЙШЕЕ ЗВЕНО НАДЕЖНЫМ? ЧТО УЖЕ С УСПЕХОМ ПРИМЕНЯЕТСЯ НА САЙТАХ НОВОСТРОЕК, А ЧТО БУДЕТ ВОСТРЕБОВАНО В БЛИЖАЙШЕЙ ПЕРСПЕКТИВЕ?

Быть покупателем новой квартиры непросто — приходится изучать, сравнивать и сопоставлять множество критериев: от цен и отзывов о застройщике до динамики хода строительства и вариантов планировки квартир. Если все эти факторы помножить на количество предлагаемых сегодня новостроек на рынке Киева и пригорода, становится понятна цена ошибки маркетолога.

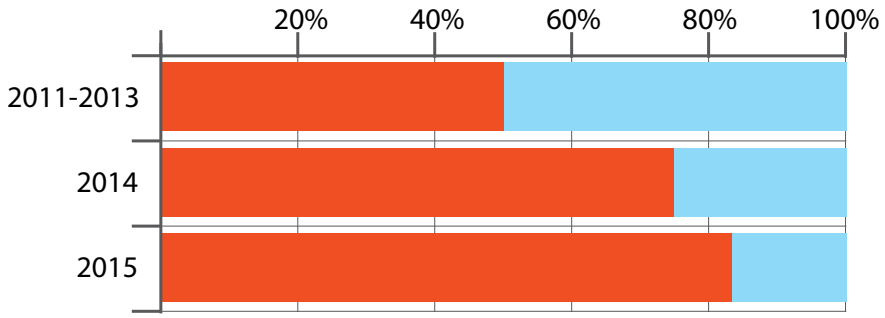
Все внимание потребителя сегодня сосредоточено на сайте новостройки: именно отсюда потенциальный покупатель может попасть в отдел продаж, а может закрыть вкладку в браузере и забыть о вашем ЖК навсегда. Что же должен содержать в себе сайт, чтобы заинтересовать посетителя, или, другими словами, «продать» новостройку уже на этом этапе?

Поисковик недвижимости «ЛУН.ua» проанализировал 50 сайтов самых популярных новостроек столицы и пригорода и определил, какие разделы уже являются стандартом для данного сегмента де-факто, а какие — только набирают популярность и будут трендовыми в 2015 году.

ЧТО ПО ЧЁМ?

Одним из таких важнейших разделов стало указание цены за квадратный метр. По данным исследования

ИЗМЕНЕНИЕ ДОЛИ САЙТОВ, НА КОТОРЫХ ЗАСТРОЙЩИК УКАЗЫВАЛ ЦЕНЫ НА КВАДРАТНЫЕ МЕТРЫ



Источник: ЛУН

поисковика недвижимости «ЛУН.ua», в 2011-2013 гг. стоимость на квартиры на своих сайтах указывали лишь 50% застройщиков. К 2014-му году этот показатель повысился до 75%. В 2015 г., по прогнозам аналитиков, цену на квартиры на своем сайте откроют уже от 80 до 90% девелоперов.

Такие изменения в статистике можно объяснись пересмотром подхода специалистов к указанию цены как фактору конверсии. В прошлые годы большинство маркетологов полагало, что, не найдя стоимости квадратного метра на сайте, потенциальный покупатель позвонит в отдел продаж, с чего начнется дальнейшее развитие событий.

В целом, тактика имела право на существование, но рынок не стоял на месте, и в какой-то момент нагрузка на колл-центры, особенно если речь идет о эконом-классе, оказалась чрезмерной. При этом за многими «информационными» звонками никакого развития событий не следовало вовсе: они лишь занимали рабочее время менеджеров.

В настоящее время для эконом- и комфорт-класса цена вообще переместилась на перовое место среди месседжей покупателям — доказательство этому можно увидеть на любом рекламном носителе: сначала крупно цена, потом все остальное. И как только застройщики, указывавшие цену на сайте, оказались в большинстве, сайты жилых комплексов без указания стоимости начали попросту выпадать из внимания покупателей при первичном выборе. И не мудрено: в настоящее время в Киеве и пригороде столицы насчитывается более 500 новостроек в продаже. Выбор очень велик, и при малейшей затруднительности, не говоря уже об отсутствии релевантной информации, покупатель не вносит новый ЖК в свой «шорт-лист» и забывает о нем.

Исключением пока остаются отдельные комплексы высокого ценового сегмента, где цена не является решающим фактором при первичном выборе. По словам **Виталия Лебедева, Директора по маркетингу компании «НЕСТ»**, «конкуренция в бизнес-классе в первую очередь идет не в цене, а в наполнении комплекса. Видя цену на этапе мониторинга, у человека появляется барьер, и дальнейших действий он не предпринимает. Но для бизнес-класса справедливо правило: сначала преимущества — потом цена, а когда наоборот, то все кроме стоимости уже менее интересно».

Не снижая важности такого раздела сайта новостройки, как «Цена», для того, чтобы избежать разрозненной информации и получить только самые последние и актуальные данные, эксперты советуют обращаться в офисы продаж компании-застройщика напрямую, интересуясь ценой непосредственно у менеджера. «Особенно это актуально сейчас, когда курс доллара нестабилен, и цена за квадратный метр может меняться чуть ли не каждый день. Информация о цене на сайте просто может не успевать обновляться», — говорит **Олеся Перчак, заместитель генерального директора компании UDP по вопросам маркетинга**.

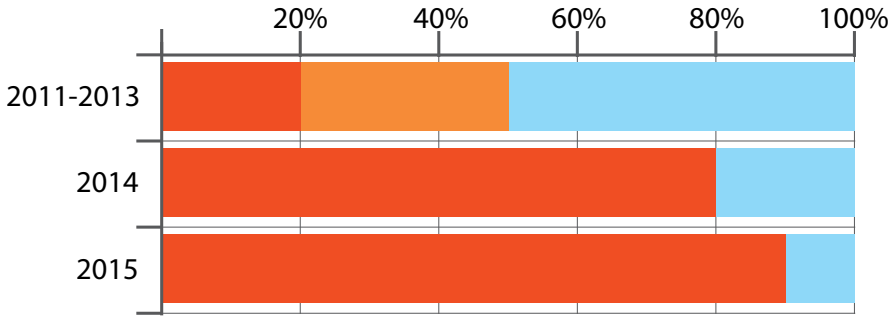
Впрочем, и в этом направлении для объективно больше загруженных отделов продаж в эконом- и комфорт-классе должны быть разработаны либо технические решения, либо на сайте должна присутствовать хотя бы ориентировочная цена. Иначе можно не попасть и в стартовый список, составляемый будущим клиентом.

КАК ИДУТ ДЕЛА?

Еще одним немаловажным фактором выбора новостройки становится надежность застройщика. Причем, не абстрактной, а именно в рамках отдельно взятого жилого комплекса, возводимого здесь и сейчас. Подтверждением такой надежности теперь выступает, в том числе, раздел с наглядной демонстрацией хода строительства объекта.

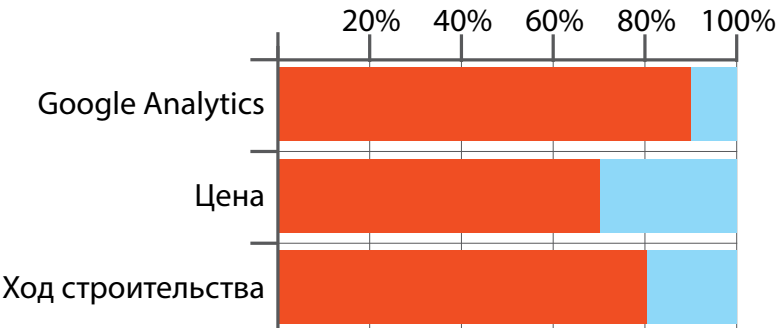
На сегодняшний день сайтов с разделом «Ход строительства» уже абсолютное большинство (80%), но, согласно статистике, еще в 2011-2013 гг. лишь 20-50% от исследуемых сайтов новостроек могли похвастаться страницей с фоторепортажем о росте своего объекта от стадии фундамента до последних этажей. Положительная тенденция сохраняется: к концу 2015-

ИЗМЕНЕНИЕ ДОЛИ САЙТОВ С РАЗДЕЛОМ «ХОД СТРОИТЕЛЬСТВА» В 2011-2015 ГГ.



Источник: ЛУН

РАЗДЕЛЫ, КОТОРЫЕ ЕСТЬ У БОЛЬШИНСТВА САЙТОВ (MUST HAVE) (НА КОНЕЦ 2014 Г.)



Источник: ЛУН

го года аналитики ожидают повышения показателя до 90%.

Здесь же нельзя не вспомнить про еще один важный аспект надежности и твердых намерений застройщика — наличие на сайте раздела «Документы». Из обычного набора, публикуемого на сайте: лицензия застройщика, разрешение на выполнение строительных работ, договор аренды земли, а также договор о взаимоотношениях между девелопером и генподрядчиком. «Данные разделы являются обязательными, так как показывают «открытость» компании и формируют доверие клиентов. Все мы помним проект «Элита-Центр» и кризис 2008 года, которые негативным образом обозначились на репутации застройщиков и на доверии к рынку. Открытие таких разделов безусловно оправдано не только в «экономе», но и в новостройках бизнес- и элит-класса», — комментирует Олеся Перчак.

КОНТЕНТ В ПОМОЩЬ

Не секрет, что мы живем в эпоху визуального контента. Достаточно прокрутить ленту новостей на странице в социальных сетях, чтобы отметить преобладание картинок, инфографики и видео над текстовыми сообщениями. Нам удобнее, быстрее и интереснее просмотреть видео о жилом объекте, нежели читать о его преимуществах длинный рассказ копирайтера. Не стоит забывать и простые житейские мудрости: лучше один раз увидеть!

Впрочем, разместить просто видео наугад — не решение. Как поясняет Виталий Лебедев, «для бизнес-, премиум и делюкс-класса контент должен быть «вкусным», эмоциональным. Для эконом- и комфорт-класса — рациональным. Хотя, и здесь бывают исключения и взаимодополнения».

Статистика показывает, что видеоконтент на своих сайтах с 2011 по 2013 гг. размещали до 5% застройщиков. Переломным в этом плане оказался лишь прошлый год — 2014-й смог увеличить количество сайтов новостроек с видео до 20%. В 2015 году ожидается рост до 30%, хотя, стоит отметить, это все равно достаточно низкий показатель.

«Видеоролики о будущих комплексах, как правило, размещены на всех сайтах наших новостроек. Это отличная возможностей для потенциальных клиентов виртуально ознакомиться с основными преимуществами и подробными особенностями каждого нашего комплекса в режиме онлайн», — говорит **Вадим Колодницкий, менеджер по маркетингу Промышленно-строительной группы «Ковальская»**.

Отдельным форматом видео можно назвать веб-трансляции с площадки возведения нового объекта, при этом именно они становятся сегодня самым популярным видеоконтентом сайта новостройки. Как подчеркивает Олеся Перчак, «для многих покупателей (особенно для тех, кто живет в других городах/странах) такая трансляция единственный и наиболее «живой» источник получения информации со стройплощадки объекта».

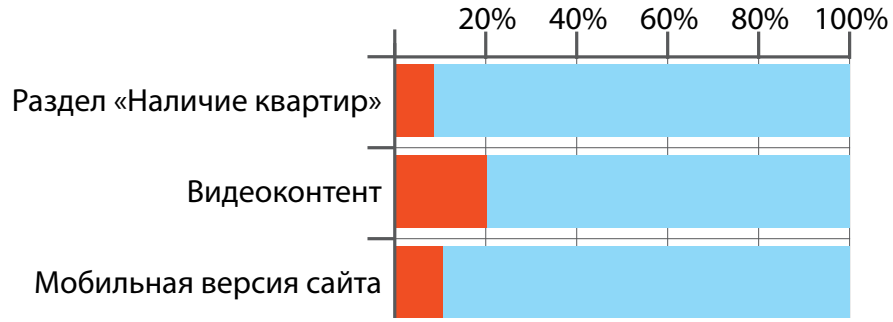
ОТ ПРОСТОГО К СЛОЖНОМУ

На самом деле любой сайт — это не только контент и красивые картинки. За любым порталом скрывается большое количество показателей, способных выболтать любознательному исследователю (например, как мы с вами) множество полезных тайн. Один из инструментов, открывающих дорогу к таким тайнам, — сервис Google Analytics.

Перечислять все его преимущества, наверное, нет смысла. Достаточно лишь упомянуть, что с помощью данного сервиса статистики можно проследить: когда и с каких интернет-площадок к вам на сайт переходят посетители, насколько эффективна ваша рекламная кампания в сети, какие из страниц просматриваются потенциальными покупателями чаще, а какие —популярностью совершенно не пользуются. Каждый из таких показателей — сигнал для маркетолога: где искать «тонкие» места, и в каком направлении улучшать виртуальную коммуникацию с возможными клиентами.

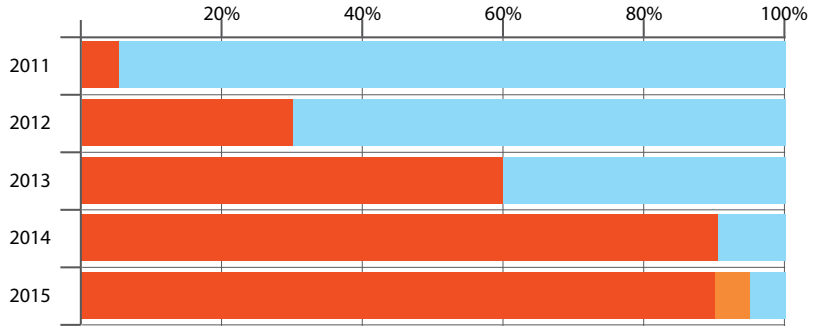
В 2011 г. систему Google Analytics на свои сайты установили лишь 5% застройщиков. Данные, отражающие, пожалуй, ситуацию

ДОЛЯ САЙТОВ, С РАЗДЕЛАМИ, НАБИРАЮЩИМИ ПОПУЛЯРНОСТЬ (НА КОНЕЦ 2014 Г.)



Источник: ЛУН

ИЗМЕНЕНИЕ ДОЛИ САЙТОВ, НА КОТОРЫЕ БЫЛА НАСТРОЕНА СИСТЕМА GOOGLE ANALYTICS



Источник: ЛУН

в целом по украинскому сегменту интернета, за исключением, возможно, интернет-магазинов — слишком уж хорош в Google Analytics сервис отслеживания конверсий и продаж онлайн.

С увеличением доли интернет-рекламы в бюджетах компаний-застройщиков, возникла необходимость в точных измерениях эффективности покупаемой рекламы. Как следствие, в 2012-м г. количество активных пользователей сервиса Google Analytics среди девелоперов в сегменте первичной недвижимости возросло до 30%, в 2013-м показатель достиг планки в 60%, а в прошедшем 2014-м — 90%. Вполне возможно, в 2015-м году эта цифра подрастет еще немного — аналитики ожидают рост пользователей аналитики от Google еще на 5%.

Сервисов аналитики поведения посетителей на сайте сегодня достаточно много. Все они позволяют проследить, на каком моменте «срывается» посетитель (т.е. прекращает исследовать сайт и уходит), какой из разделов, текстов, или форм на вашем сайте работает не так, или не работает вовсе. При постоянно возрастающих бюджетах на рекламу онлайн — этот инструмент также переходит в раздел «must have».

АДАПТИВНЫЙ ДИЗАЙН

Одной из свежих тенденций в сайтостроении стал так называемый адаптивный дизайн — способность сайта менять свою верстку под планшет или смартфон.

«С каждым годом количество пользователей мобильным интернетом увеличивается, поэтому при работе с клиентом необходимо уделить созданию мобильной версии сайта особое внимание. Интернет есть у каждого, по крайней мере, у 97% людей, которые покупают квартиры в новостройках. Люди все больше времени уделяют интерактиву, поэтому представленность здесь — это главный фактор успешного маркетинга сегодня», — считает Виталий Лебедев.

Доля мобильных пользователей, интересующихся новостройками, уже составляет существенную часть посещаемости сайтов. В каталоге новостроек «ЛУН» она выросла с 8% в 2012-м г. до 16% в 2013-м, а к концу 2014-го составляла уже 24%.

Впрочем, пока мобильная версия сайта — один из аутсайдеров нашего условного рейтинга. Как и в случае с видео, до 2013 г. версию сайта под планшеты и смартфоны применяли до 5% застройщиков, в минувшем году таковых было уже 15%. По прогнозам на 2015 г. похвастаться адаптивным дизайном сможет уже около 20% сайтов. «Мы уделяем много внимания мобильным версиям сайтов, способствующим экономии драгоценного времени, и позволяющим покупателю быстро, находясь в любой точке города, страны или мира, найти необходимую информацию относительно жилых комплексов, условий покупки квартиры, акций и т.д.», — говорит Вадим Колодницкий.

По мнению эксперта, в тренде дальнейшее совершенствование быстрого поиска необходимой информации по сайту и экономия времени клиентов. Этому может способствовать интересный функционал и удобные селекторы выбора объекта недвижимости.

В то же время разработка мобильной или адаптивной версии сайта остается довольно затратным делом.

КЛАССИКИ И СОВРЕМЕННИКИ

Итак, среди разделов категории «must have», или стандартного набора, всегда были и остаются страницы, рассказывающие в целом о комплексе, о предлагаемых планировках, а также фотогалерея и контакты отдела продаж. Также регулярно попадаются разделы «Новости» и «Инфраструктура».

В 2015-м г., согласно исследованию «ЛУН.ua», у большинства сайтов новостроек будут такие разделы, как «Ход строительства» (уже используют 80% застройщиков) и «Цена» (используют 75%). Практически к 100% от общего числа приближается количество застройщиков, установивших систему Google Analytics на свои сайты. Если у вашего сайта таких возможностей еще нет, то это может стать большим упущением в гонке за покупателями.

Для того чтобы выделиться среди конкурентов, и обеспечить пользователям новые сервисы, в 2015 г. достаточно открыть на сайте своих новостроек раздел «Наличие квартир» (таких до сих пор лишь 14%) и добавить видеоконтент (таких уже 20%, но вы все еще будете среди первых). Кроме того, быстрый рост популярности отмечается у мобильных версий сайтов — если у портала о новом ЖК будет еще и адаптивный дизайн, то он примкнет к 15% практиков инновационного подхода.

Главное, что все это — реальные факторы надежности сайта новостройки как важного звена в цепочке продаж. И от того, как крепко он будет «скован», сегодня зависит очень многое, и цена ошибки действительно велика.

Ukrainian Trade Guild
UTG

ЭКСПЕРТ В КОММЕРЧЕСКОЙ И ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ УКРАИНЫ

КОНСАЛТИНГ

УПРАВЛЕНИЕ

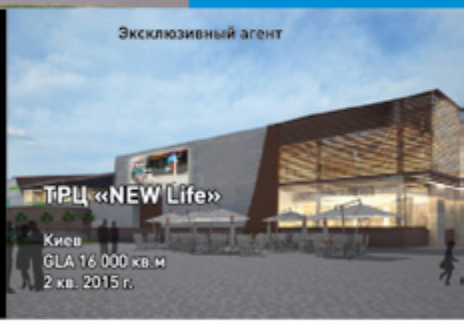
НАБОР АРЕНДАТОРОВ

АРХИТЕКТУРА И ДИЗАЙН

РЕКОНЦЕПЦИЯ ДЕЙСТВУЮЩИХ ОБЪЕКТОВ

ФРАНЧАЙЗИНГ

МАРКЕТИНГОВЫЕ ИСЛЕДОВАНИЯ



Компания UTG является лидером украинского рынка консалтинга, коммерциализации, управления коммерческой и жилой недвижимостью, специализируется на сопровождении крупнейших и наиболее знаковых проектов. UTG имеет богатый опыт в предоставлении комплексных решений в Украине, России, Беларуси, Грузии и Молдове.

ВСЕ ОБЪЕКТЫ НА САЙТЕ
www.utgcompany.com

тел. (044) 537-23-64

РУЧКА ДЛЯ ЧЕМОДАНА

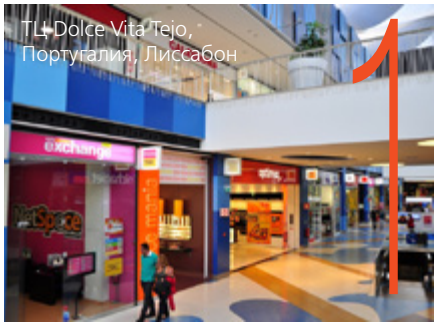
РАБОТА ТОРГОВОГО ЦЕНТРА И ЕГО УСПЕШНОСТЬ ЗАВИСИТ ОТ МНОЖЕСТВА ФАКТОРОВ. НЕЛЬЗЯ ВОТ ТАК ПРОСТО ВЗЯТЬ И ПОСТРОИТЬ МОДНЫЙ ШОПИНГ МОЛЛ! ИНАЧЕ, ВМЕСТО ОЖИДАЕМОЙ ПРИБЫЛИ ОН ПРИНЕСЕТ ОДНИ ПРОБЛЕМЫ. В ЧЕМ ЖЕ КРОЕТСЯ СЕКРЕТ УСПЕХА?

9 советов по премаркетингу для торгового центра

Архитектор расскажет вам, что в конфигурации галерей, экономист — в четком плане и стабильном cash-flow, маркетолог — в полноценных исследованиях и, и, как результат, верной концепции. Ведь маркетинговые исследования отвечают на большинство вопросов, сопровождающих торговый объект с момента появления идеи о его строительстве: что строить, сколько строить, чем наполнять, на кого ориентироваться, чем привлечь и многие-многие другие.

ИСХОДНЫЕ ТОЧКИ

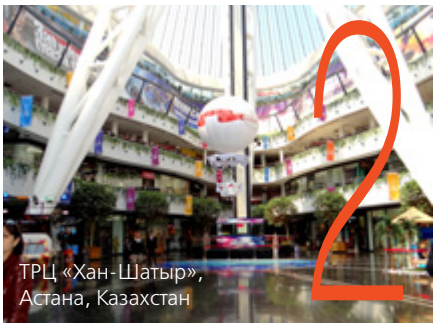
Как правило, есть две исходные точки появления нового торгового центра. Первая — девелопер разработал интересную концепцию. Он проработал ее до мелочей, изучив потребности рынка ритейла, а также нужды определенной аудитории потенциальных посетителей с определенными характеристиками. В дальнейшем он ищет под эту концепцию подходящий земельный участок. С такими случаями в Украине лично я сталкивался не часто.



ТЦ Dolce Vita Tejo, Португалия, Лиссабон

Источник фото: URE Club

А вот другая ситуация для нашего рынка более типична: есть участок в определенном месте с определенными характеристиками (площадь, пропорции, геология и т.д.) и непреодолимое желание построить что-то, что будет давать хорошую прибыль. И вот тут перед будущим застройщиком или девелопером встает целый ряд вопросов. Условно их можно разделить на пять тематических групп.



ТРЦ «Хан-Шатыр», Астана, Казахстан

Источник фото: URE Club

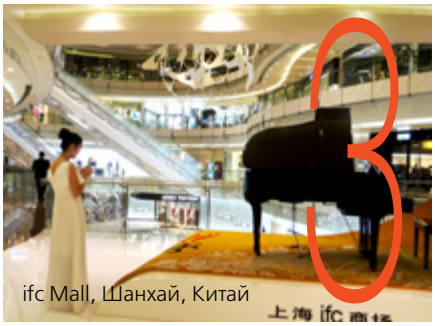
ВОПРОСЫ БЕЗ ОТВЕТОВ

Главный вопрос в первой группе — «что построить?» Торговый центр? Жилье? Или что-то другое? То есть, необходимо определить оптимальный тип недвижимости на участке, проанализировать его с целью наилучшего и наиболее эффективного использования. Второй вопрос — какой площади должен быть планируемый объект недвижимости? В третью группу входит еще две проблемы: какова должна быть наполняемость ТЦ? Какое сочетание операторов той или иной специализации оптимально для определенной концепции? Четвертая группа вопросов связана с целевой аудиторией. На какую аудиторию должен ориентироваться объект? Каковы ее потребности, и какими возможностями (в частности, финансовыми) она обладает? Пятая группа заставляет девелопера задуматься о том, какая уникальная характеристика выделит данный объект из числа конкурентов и привлечет в него посетителей даже в случае появления новых конкурентов?

И это далеко не все. Однако и этого хватит для того, чтобы неопытный застройщик смог окончательно запутаться в своих потребностях и желаниях. Впоследствии, если развивать проект стихийно, и ориентироваться только на собственную «чуйку», вместо успешного торгового объекта обязательно получится неформатное недоразумение, потенциальный чемодан без ручки. Страшные и полупустые ТЦ, которым часто может помочь только бульдозер. Что же делать, чтобы не допустить критических ошибок?

МЕСТО РЕШАЕТ

Итак, у вас есть земельный участок. Давайте для начала поймем его маркетинговый потенциал, разберемся с вопросом, какой тип недвижимости здесь будет работать лучше всего.



ifc Mall, Шанхай, Китай

Источник фото: URE Club

Все типы рассматривать не будем для экономии времени, остановимся на торговле.

Что надо для ее успешного функционирования? Во-первых, физические параметры участка. Он должен иметь свободный выход к ближайшей крупной магистрали, обладать в идеале широкой, хорошо просматриваемой фасадной частью. Это не маркетинг, но это важно. Во-вторых, необходимо понимать интенсивность прилегающей магистрали и характеристику человекопотока по ней. Здесь необходимо обратить внимание на объем потока (чем больше, тем лучше), его структуру (сколько пешеходов, сколько автомобилистов, сколько пассажиров общественного транспорта) и временную динамику (утренний или вечерний максимумы). Что это даст? Например, следующие выводы: большой поток — большие возможности, много пешеходов — можно активно использовать фасад и размещать магазины с отдельными входами, много автомобилистов — надо много паркомест. Все это озвучено условно, но по факту так и есть.

ЗОНА ОХВАТА

Далее необходимо понять, какая зона охвата будет у будущего объекта. Для этого стоит проработать карту беспересадочной доступности общественного транспорта, а также пешеходной и автомобильной временной доступности. Если участок располагает хорошей автомобильной доступностью (например, в радиусе 20 минут проживает половина города), а сеть общественного транспорта, проходящего вдоль фасада, охватывает основные крупные спальные районы, значит это прекрасное место для ТЦ любого формата. Если в радиусе пешеходной доступности плотность населения невысокая, значит, необходимо дважды подумать о специализации торгового объекта, о необходимости размещения более крупных якорей и т.д., что придаст ТРЦ большую притягательную способность.

Подытожив результаты анализа месторасположения, можно сделать краткие выводы относительно его перспективности для развития торгового центра. Имеем: конфигурация участка позволяет строительство торгового объекта, есть выходы к крупной магистрали с высоким потоком, вдоль участка проходит значительное количество маршрутов общественного транспорта, охватывающих большую часть города, а в радиусе 10-20 минут автомобильной доступности проживает большая часть населения. Уже такой, сравнительно, небольшой анализ дает ответы на многие вопросы.

4

ТЦ Vasco da Gama, Лиссабон, Португалия

Источник фото: URE Club

Владимир Даниленко,
эксперт по маркетингу недвижимости

Про интуицию девелопера

Практика строительства ТЦ, основанная на интуиции застройщика, была широко распространена в 2000-е годы. С одной стороны, дефицит профессионалов, а другой — отсутствие понимания важности правильной концепции (да еще на фоне тотального дефицита площадей), повлекли за собой создание в Украине десятков неформатных и слабоконкурентных торговых центров.

Ближе к концу первого десятилетия ситуация начала немного улучшаться. Однако все равно, процент «домашних» концепций остается крайне высоким. По моим оценкам, доля объектов торговой недвижимости, созданных на одной интуиции девелопера — больше половины.

Однако есть случаи, когда девелопер (без привлечения консультанта) пытается адаптировать свой положительный опыт — отечественный или зарубежный. С этой целью им изучаются объекты-аналоги, нанимаются в штат опытные специалисты. Чаще всего результат получается намного интереснее, чем проект, основанный просто на собственной задумке. Впрочем, и здесь можно потерпеть полное фиаско, так как концепция, ставшая удачной в одном проекте, может не сработать в другом.

РЫНОЧНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Если вы владелец прекрасного участка в отличном месте, осмотритесь вокруг — скорее всего рядом уже есть конкуренты, так как свято место без торгового центра долго не стоит.

И вот здесь возникает дилемма: а стоит ли строить новые ТРЦ при существующей конкуренции? Более того, не собирается ли кто-то возводить здесь еще один торговый центр? Другими словами, надо задаться вопросом, есть ли рыночные возможности для развития торгового объекта сейчас и в будущем. Что нужно сделать, чтобы ответить на этот вопрос? Провести анализ рынка, оценить уровень существующей и потенциальной конкуренции.

Фудкорт в ТЦ Colombo, Лиссабон, Португалия

Источник фото: URE Club

Существующие конкуренты. Тут все просто: наносим их на карту, смотрим глубину пересечения аудитории. Далее проводим их анализ на предмет наполнения (какие операторы представлены, какие якоря и т.д.), оцениваем посещаемость прямых конкурентов. В результате составляем своего рода конкурентную матрицу, указываем в ней плюсы и минусы конкурентов, их сильные и слабые стороны. Также не стоит забывать о необходимости оценки коммерческих условий конкурентов, так как в борьбе за арендатора последнему надо предложить оптимальное сочетание формата/концепции торгового центра и коммерческих условий. В конце концов, при составлении арендного плана для будущего ТЦ надо понимать его реальные финансовые перспективы. Если по арендной ставке вы хотите быть выше всего рынка на целую голову, то в плане концепции ваше предложение арендаторам должно быть выше конкурентного продукта на все две головы.

Не стоит забывать и о перспективной конкуренции. Для этого необходимо найти и изучить все прорабатываемые и реализуемые проекты, оценить вероятность их появления и провести конкурентный анализ.

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Также рекомендую уделить внимание основным факторам позиционирования, весомых «фишек» конкурентов. Например, если в городе уже есть ТРЦ с самым большим в Европе аквариумом, то строить еще один такой не стоит. Если в вашем районе запроектированы два крытых парка развлечений в суперрегиональных торговых центрах, то строительство третьего не даст оптимального соотношения вложенных средств и полученного результата в виде прироста потока посетителей. В общем, крупному объекту нужны свои «фишки», способные придать ему дополнительные конкурентные преимущества. Причем, не только перед существующими конкурентами, но и в глубокой перспективе.

ТЦ Colombo, Лиссабон, Португалия

Источник фото: URE Club

В результате проведенных работ, можно будет составить перечень занятых ниш и перечень свободных (или таких, где конкуренция минимальная). Например, в вашем локальном районе уже есть пару торговых центров районного и окружного формата в составе продовольственного супермаркета и небольшой торговой галереи, минимальными развлечениями. Строить третий, скорее всего, смысла нет, так как он вряд ли будет обладать выдающимися конкурентными преимуществами. Однако, если ваш участок позволяет, то вполне можно выйти в нишу более крупных торговых объектов регионального масштаба. Если участок не настолько большой, то, вероятно, стоит задуматься о специализированном ТЦ, или ТЦ нестандартного формата.

Итак, проведя конкурентный

анализ, вы получили ответы на несколько важных вопросов. Однако вы по-прежнему думаете, чем наполнить будущий торговый центр, чтобы он был максимально востребован. А еще вы не до конца понимаете будущую аудиторию: каковы ее социально-демографические характеристики, на какие более мелкие группы она делится, какой уровень дохода у этих групп, чего им не хватает в плане розничной торговли, развлечений и услуг.

ТЦ Vasco da Gama, Лиссабон, Португалия

Источник фото: URE Club

ИССЛЕДОВАНИЕ ЦЕЛЕВОЙ АУДИТОРИИ

Правильный девелопер создает нужный торговый центр. Он реализует именно такую концепцию, которая будет максимально востребована аудиторией проекта. Соответственно, перед тем, как проектировать ТРЦ, необходимо у этой аудитории узнать, что же ей все-таки нужно.

Оптимальным инструментом был, есть и, скорее всего, будет опрос по месту жительства в зоне охвата, которая в будущем может стать первичной торговой зоной проекта. Что вас должно интересовать? Почти все: социально-демографические характеристики (важен состав семьи, количество семей с детьми, возраст детей и т.д.), розничные предпочтения (сколько тратят на покупки, что и где покупают, ощущается ли дефицит каких-либо товаров и услуг в их локальном районе и т.д.), финансовое состояние (уровень дохода для понимания, на какую категорию магазинов ориентироваться), наличие в семье автотранспорта, их отношение к возможному строительству рассматриваемого ТЦ, их пожелания относительно тех или иных элементов будущего торгового центра, оценка планируемых «фишек» и т.д.

В общем, потенциальные посетители торгового объекта — это одна из двух важнейших аудиторий проекта. С ней вам просто необходимо общаться, быть в курсе ее потребностей, мнений и настроений на протяжении всего времени существования ТРЦ — от проекта до долгой и счастливой эксплуатации.

ТЦ Dolce Vita Tejo, Португалия, Лиссабон

Источник фото: URE Club

8 ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ АРЕНДАТОРЫ

Но не стоит забывать, что есть и вторая, такая же важная аудитория. Это потенциальные арендаторы. И с ними также необходимо «посоветоваться»: узнать их планы развития, поинтересоваться оценкой месторасположения проекта, возможностью их входа в проект и т.д. Общение с потенциальными арендаторами на начальной стадии проекта, во-первых, укрепит вашу уверенность в правильности решения, или же придаст аргументов не совершать ошибок и не строить ненужный торговый объект. Во-вторых, даст сетям начальную информацию о потенциальном арендодателе и новом месте для развития. Плюс, в случае дефицита опыта, это может дать дополнительную важную информацию относительно необходимых площадей, тех.требований и т.д. В общем, общайтесь с вашими будущими арендаторами, начиная с самых ранних стадий проекта — это минимизирует риски критических ошибок.

Источник фото: www.fotiadis.net

9 ДЕЛО ЗА МАЛЫМ

А далее дело за малым — систематизировать полученную информацию. Определяем формат и примерный размер торгового центра, формируем набор товарных групп и услуг, исходя из рыночной практики и потребности целевой аудитории проекта, формулируем «фишки» проекта и ключевые факторы позиционирования, рассчитываем потребность в парковке, шатл-бассе (если надо привезти неохваченную часть аудитории) и выдаем техническое задание на проектирование.

Вроде все. Маркетинговые исследования спасли кого-то от бессмысленной траты денег, или же создали основу успешного коммерческого проекта. Однако это только начало. Ведь любой проект не существует все время в первоначальном виде, он живет, меняется, развивается. И в этом ему также помогают маркетинговые исследования, но уже на этапе строительства и эксплуатации. А это уже совсем другая история.

Ритейл парк B-Planet, Лиссабон, Португалия

Источник фото: URE Club

ЗОНА СВОБОДНОГО ДОСТУПА

В ТЕЧЕНИЕ 2014 ГОДА ВЕРХОВНАЯ РАДА УКРАИНЫ АКТИВНО ПЫТАЛАСЬ РЕФОРМИРОВАТЬ УКРАИНСКОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО С УЧЕТОМ ОПЫТА СТРАН ЕС. ОДИН ИЗ НЕДАВНИХ УСПЕШНЫХ ПРИМЕРОВ – ОТКРЫТИЕ РЕЕСТРА ВЕЩНЫХ ПРАВ НА НЕДВИЖИМОЕ ИМУЩЕСТВО (ДАЛЕЕ – «РЕЕСТР»).

Источник : Gide Loyrette Nouel

Д-р Алексей Фелив, LL.M., партнер МЮФ Gide Loyrette Nouel

В октябре 2014 г. Верховная Рада в рамках антикоррупционного пакета проголосовала за Закон Украины «О внесении изменений в некоторые законодательные акты Украины относительно определения конечных выгодополучателей юридических лиц и публичных деятелей» (далее – «Закон»). Данным Законом, в частности, предоставлялась возможность любому физическому или юридическому лицу получить из Реестра информацию о недвижимом имуществе и земле, в том числе, в электронной форме.

В конце декабря 2014 г. Кабинет Министров своим Постановлением от 24 декабря 2014 года №722 утвердил новый порядок предоставления информации из Реестра (далее – «Порядок») и уже с 1 января 2015 г. поиск информации в Реестре онлайн стал возможным.

В ЭЛЕКТРОННОЙ ФОРМЕ

Возможность получать информацию из Реестра в электронной форме с 1 января получили только физические и юридические лица, наличие электронной цифровой подписи для этого не требуется. Поиск информации такими лицами осуществляется исключительно по объекту.

Открытие Реестра способствует транспарентности и предсказуемости всего рынка недвижимости

Органы государственной власти, местного самоуправления, органы прокуратуры, внутренних дел, Службы безопасности Украины, суды, адвокаты и нотариусы смогут осуществлять поиск информации онлайн как по объекту, так и по субъекту. Такая возможность, однако, будет им предоставлена только с 1 октября при условии получения электронной цифровой подписи и заключения договора о предоставлении доступа к Реестру с держателем Реестра. До этого времени информация таким лицам будет предоставляться в бумажной форме.

Онлайн-поиск информации в Реестре осуществляется через официальный сайт Укргосреестра. На данный момент поиск работает в тестовом режиме и может отображать не всю информацию, которая содержится в Реестре.

В частности, пока что невозможно осуществить поиск земельного участка по кадастровому номеру или местонахождению участка. Это может быть связано с тем, что большая часть информации о правах на землю содержалась в Государственном реестре земель, который уже не функциониру-

Источник : Gide Loyrette Nouel

Ника Варварюк, юрист МЮФ Gide Loyrette Nouel

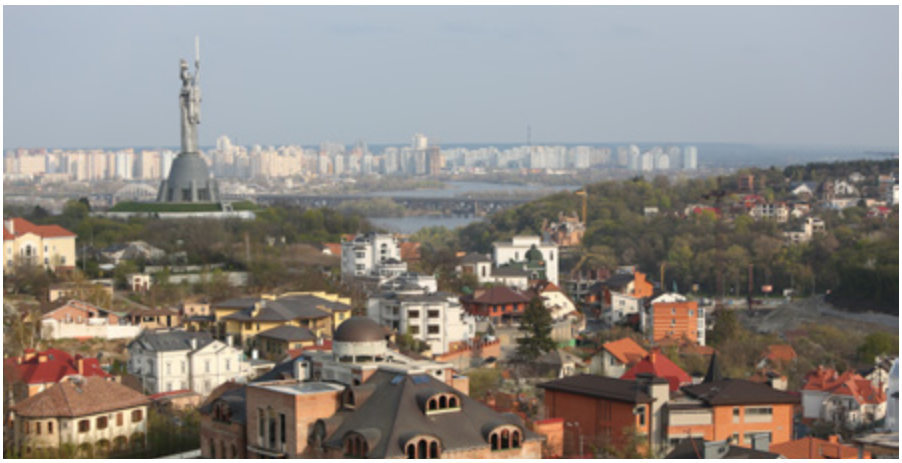
ет, и поиск по которому не осуществляется. Как известно, данные из старых реестров, в том числе из Государственного реестра земель, в Реестр автоматически не переносились.

Следует также учитывать, что из Реестра можно будет получить информацию только о правах на земельный участок, поскольку информация о самом земельном участке (площадь, целевое назначение, нормативная денежная оценка и другие сведения о земельном участке) содержится в Государственном земельном кадастре (далее – «Кадастр»). Свободный доступ к данным Кадастра на данный момент не предусмотрен, хотя ограниченные сведения из него можно получить онлайн, используя Публичную кадастровую карту. На наш взгляд, было бы целесообразно также предоставить свободный доступ к данным Кадастра, чтоб потенциальные покупатели имели полную информацию не только в отношении прав и обременений, установленных относительно объектов недвижимого имущества и земельных участков, но также их характеристик.

ОСУЩЕСТВЛЕНИЕ ДОСТУПА

Информацию о недвижимом имуществе можно получить уже сейчас, однако поиск информации на данный момент осуществляется только по адресу. В дальнейшем информацию в Реестре можно будет искать также по регистрационному номеру объекта. Для осуществления поиска и получения информационной справки из Реестра необходимо пройти регистрацию на сайте Укргосреестра и провести оплату. При регистрации юридического лица как нового пользователя, необходимо указать наименование, код ЕГРПОУ, телефон и ФИО лица, запрашивающего информацию от имени юридического лица. Физическое лицо с целью регистрации должно указать свои персональные данные, в частности, ФИО и индивидуальный налоговый номер или серию и номер паспорта, если лицо отказалось по религиозным соображениям от получения индивидуального налогового номера. При этом для получения информационной справки серию и номер паспорта нужно будет указать даже в случае наличия индивидуального налогового номера и указания его при регистрации.

ОТКРЫТОСТЬ РЕЕСТРА ДОЛЖНА СПОСОБСТВОВАТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ДОБРОСОВЕСТНОГО ПРИОБРЕТАТЕЛЯ



Информацию из Реестра можно будет получать как в бумажной, так и электронной форме

Необходимость предоставления физическим лицом своих персональных данных при регистрации поднимает вопрос их защищенности, поскольку в случае ненадлежащей технической защиты, персональные данные пользователей онлайн-ресурса, в том числе, индивидуальные налоговые номера и данные паспортов пользователей, могут также стать общедоступными. В то же время, проверка достоверности данных, указанных при регистрации, не осуществляется, ответственность за достоверность данных несет лицо, запрашивающее информацию из Реестра. Таким образом, возможны ситуации, когда при регистрации будут указываться недостоверные данные о лице, запрашивающем информацию из Реестра.

Плата за получение информации из Реестра составляет 17 грн., без учета комиссии банка. Оплата происходит с помощью платежной карты, однако данные банковской карты, предоставляемые при проведении оплаты, фактически не защищаются. Информационная справка предоставляется в течение нескольких минут с момента проведения оплаты, что обеспечивает практически мгновенное получение информации из Реестра после отправки запроса.

При получении информационной справки, пользователь получает информацию из Реестра, в частности, о недвижимом имуществе, его собственнике, а также о правах на такое недвижимое имущество и установленных обременениях. Если в Реестре запрашиваемая информация отсутствует, информация предоставляется из старых электронных реестров. Если же права на объект недвижимого имущества регистрировались БТИ до введения электронных реестров, получить информацию о таком объекте недвижимого имущества через сайт Укргосреестра будет невозможно, поскольку информация, содержащая-

СВОБОДНЫЙ ДОСТУП К РЕЕСТРУ БУДЕТ СПОСОБСТВОВАТЬ УЛУЧШЕНИЮ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЗАЩИТЫ ПРАВ СОБСТВЕННИКОВ И ИПОТЕКОДЕРЖАТЕЛЕЙ

ся на бумажных носителях БТИ, в электронные реестры не переносилась.

Осуществляя поиск через сайт Укргосреестра, стоит учитывать, что пользователь не получает фактического доступа к Реестру, информационная справка предоставляется в виде копии с зеркального сервера, а не с сервера Реестра. С одной стороны, это является дополнительной защитой информации, содержащейся в Реестре, в том числе, от взлома, поскольку доступ к серверу Реестра не предоставляется. С другой стороны, возможны ситуации, как минимум в период тестового режима работы онлайн-сервиса, когда зеркальный сервер не будет отображать последних изменений в Реестре, которые будут доступны на сервере самого Реестра. Таким образом, информационная справка, полученная в виде копии с зеркального сервера, может содержать не самую актуальную информацию.

В БУМАЖНОЙ ФОРМЕ

Чтобы избежать подобной ситуации, информацию из Реестра, как и раньше, можно получить в бумажной форме, обратившись с заявлением к нотариусу или к регистратору Укргосреестра независимо от местонахождения объекта недвижимого имущества, или земельного участка или путем отправки заявления по почте. При этом, собственник, правообладатель или лицо, в интересах которых установлено обременение, получает извлечение из Реестра, в котором будет содержаться информация о принадлежащих ему правах и обременениях. Этой категории заявителей также предоставляется возможность получить выписку из Реестра с указанием данных о лицах, которые запрашивали информацию по данному объекту недвижимости.

Осуществить поиск земельного участка по кадастровому номеру или его местонахождению пока невозможно

Если же физическое или юридическое лицо не принадлежит ни к одной из вышеуказанных категорий заявителей, такое лицо может получить информационную справку из Реестра по любому объекту недвижимого имущества или земельному участку. Информация предоставляется не позже следующего рабочего дня после получения заявления.

ПРЕИМУЩЕСТВА

Открытие Реестра имеет несколько ключевых значений для рынка недвижимости и Украины в целом.

Во-первых, открытие Реестра способствует транспарентности и предсказуемости всего рынка недвижимости, что в конечном итоге должно улучшить инвестиционный климат в Украине. Во-вторых, возможность оперативного и беспрепятственного получения информации из Реестра без привлечения регистраторов позволит существенно ускорить строки подготовки и анализа сделок с недвижимости, особенное значение это имеет в первую очередь для кредитования, где недвижимость используется как ипотека.

В-третьих, свободный доступ к Реестру также будет способствовать улучшению эффективности защиты прав собственников и ипотекодержателей, так как они смогут постоянно контролировать статус недвижимого имущества и в случае необходимости своевременно обращаться в суд с целью защиты своих прав.

В-четвертых, должен усилиться принцип правовой презумпции о том, что зарегистрированный собственник является действительным собственником. Лицо не сможет, например, обращаться через длительное время с иском о возвращении недвижимого имущества, ссылаясь на то, что ему не было известно о переходе имущества к другому собственнику. Другими словами, открытость Реестра должна способствовать деятельности добросовестного приобретателя.

Наконец, открытость Реестра несет важную социальную функцию, связанную с возможностью контроля над коррупцией и обогащением публичных лиц и чиновников.

DTZ

БЦ Максим
ул. Горького (Антоновича) 33-В
01033 Киев, Украина
Телефон: +38 044 220 3060
Email: info@dtz.kiev.ua
Web: www.dtz.com

Услуги для инвесторов/девелоперов/банков:

- Агентские услуги и консалтинг в сфере торговой, офисной и логистической недвижимости
- Инвестиционный консалтинг и брокеридж
- Аналитика и консалтинг по вопросам девелопмента
- Управление недвижимостью
- Оценка

Услуги для арендаторов:

- Организация рабочего пространства
- Консалтинг по управлению портфелями активов
- Подбор офисных помещений и ведение переговоров с арендодателем

ДУЭЛЬ НА ПАЯХ

Марина Рогальская

СВОИМИ МЫСЛЯМИ О ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТИ ИЗМЕНЕНИЙ В ПОРЯДКЕ ОПЛАТЫ ПАЕВОГО УЧАСТИЯ В РАЗВИТИИ ГОРОДСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ, СИЛЬНЫХ И СЛАБЫХ СТОРОНАХ НОВЫХ ЗАКОНОПРОЕКТОВ, ИХ ПОСЛЕДСТВИЯХ ДЛЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ И ГОРОДА В ЦЕЛОМ ДЕЛЯТСЯ ЭКСПЕРТЫ ОТРАСЛИ.

ПАЕВОЕ УЧАСТИЕ

Законодательные нововведения, инициированные Минрегионом, обеспечат местным бюджетам гарантированные паевые взносы на развитие инженерно-транспортной и социальной инфраструктуры, однако девелоперы, чья бизнес-доходность сегодня невысока, рискуют существенно затянуть сроки ввода объектов в эксплуатацию.

Проект постановления Кабмина «О внесении изменений в Приложения 1 и 3 к Порядку принятия в эксплуатацию законченных строительством объектов» вносит изменения в порядок уплаты застройщиком паевого взноса на развитие инженерно-транспортной и социальной инфраструктуры того населенного пункта, где он строит свой объект.

Согласно документу теперь ввести в эксплуатацию построенное здание можно будет только после уплаты паевого взноса. По сути, и сегодня, согласно действующему законодательству, оплата такого взноса в местный бюджет должна осуществляться до ввода объекта в эксплуатацию, однако четкого механизма, позволяющего местным властям контролировать процесс, нет. И случаи, когда заказчики затягивают с выплатой паевого взноса, либо вовсе не платят, не единичны. Именно такого рода прецеденты служат основным аргументом со стороны властей в пользу данного законопроекта. В свою очередь девелоперы приводят свои весомые аргументы.

Андрей Ваврыш,
заместитель директора Департамента градостроительства и архитектуры КГГА

Разве возможно строительство дома в отсутствии оплаченных строительных материалов или без оплаты работы подрядчиков? Все понимают, что эти траты составляют себестоимость объекта, и никто другой кроме застройщика их не оплатит.

Аналогичная ситуация и на примере города, все процессы в котором происходят сегодня, сейчас. Средства на развитие города также нужны не когда-то в будущем, и не «задним числом», а в реальном времени. Поэтому паевой взнос необходим для городского бюджета, и даже речи быть не может о том, чтобы отложить условия исполнения договора о паевом участии компании.

Тем более что не единичны случаи, когда механизм отсрочки платежей оплаты паевого взноса используют в мошеннических целях. Объект строится, продается, активы выводятся из компании, а оплатить долговые обязательства перед городом компания отказывается.

Предлагающаяся норма вносит здоровую логику в отношения застройщик-город.

Раньше в городской бюджет от девелоперов поступало до 1,5 млрд грн. Но после того, как в 2008 году было принято ряд упрощений для застройщиков, а объём паевого участия сократили до 4-10%, эта сумма снизилась до 500 млн. грн. Сегодня она еще меньше.

При этом, даже 1,5 млрд грн. — это мизерная сумма для развития инфраструктуры города, ведь такие проекты стоят намного дороже. Город инициирует пересмотр существующих норм, хотя многие неверно считают, что увеличение сборов негативно влияет на инвестиционную привлекательность города. Это однобокое представление ситуации. Инвестируют в города с комфортной, полноценной развитой инфраструктурой, а позиция высушить город и ожидать результата — контрпродуктивна.

Схему движения денежных средств на развитие города и схему бюджетного процесса см. на стр. 48-49

Александр Паламарчук,
директор юридического департамента CDA Real Estate, управляющей компании сети ТРЦ «Караван» (Киев, Харьков, Днепропетровск)

Анализ обоснования необходимости принятия этого Постановления и его цели позволяет считать предлагаемые изменения положительными, поскольку они смогут обеспечить действенный механизм уплаты заказчиками строительства долевого участия.

Целесообразно предусмотреть долевое участие в виде фиксированного платежа

Согласитесь, глядя на состояние инженерно-транспортной и социальной инфраструктуры экономически развитых стран мира, Украине есть к чему стремиться. К сожалению, негативные события, которые происходят сегодня в нашем государстве, становятся препятствием на пути инфраструктурного развития. Значительная часть средств, которые должны идти на финансирование этой сферы, направляются на другие неотложные нужды, а часть из них – вообще не доходят до местных бюджетов, оседая в карманах коррупционеров.

Тем не менее, учитывая изменения, которые предлагаются в Постановлении, остается несколько моментов, требующих урегулирования.

Так, в соответствии со ст. 40 Закона Украины «О регулировании градостроительной деятельности», заказчик строительства обязан принять участие в создании и развитии инженерно-транспортной и социальной инфраструктуры населенных пунктов. Законодатель не ограничивает участие заказчика только долевым. Однако, изменения, которые вносятся Постановлением, предусматривают именно долевое участие как одно из условий принятия в эксплуатацию законченных строительством объектов, чем лишают заказчиков возможности присоединиться к развитию инфраструктуры другим удобным для них способом.

Не совсем корректным представляется оформление долевого участия собственно договорным путем. Как известно, стороны свободны в заключении и определении условий договора, а потому существенные условия договора подлежат негоциации. Учитывая, что орган местного самоуправления самостоятельно определяет размер долевого участия, заказчик теряет свое право на свободу договора и, по сути, заключает договор по принципу: «добровольно-принудительно».

По моему мнению, было бы целесообразно предусмотреть долевое участие в виде фиксированного платежа, определенного общегосударственной методикой расчета его размера. Это уменьшит субъективизм чиновников, тем самым снизит проявления коррупции при расчете долевого участия, а также позволит заказчикам строительства правильно оценить свои расходы еще до начала строительства.

Изменения лишают застройщиков возможности участвовать в развитии инфраструктуры другим, отличным от долевого, удобным способом

Кроме того, следует предусмотреть на законодательном уровне полномочия соответствующих органов исполнительной власти отслеживать перечисление заказчиком средств в соответствующий местный бюджет и, соответственно, контролировать их использование по целевому назначению. В таком случае, изменения, которые предлагаются в Постановлении, будут иметь положительное влияние на инфраструктуру населенных пунктов.

Предполагаю, что принятие положений Постановления существенно повлияет на деятельность и самих участников рынка недвижимости. В частности, увеличатся сроки введения в эксплуатацию крупных объектов, поскольку долевое участие является существенной нагрузкой на бюджет строительства. Также можно прогнозировать изменения и в ценовой политике заказчиков строительства, поскольку долевое участие, вероятно, отразится на стоимости объектов недвижимости и на арендной плате.

Янина Суменко,
юрисконсульт группы компаний «ГЕРЦ»

Новое положение устанавливает обязательность оплаты средств паевого участия до приема объектов в эксплуатацию. В действующей редакции Постановления КМУ от 13 апреля 2011 года №461 «Вопросы приема в эксплуатацию законченных строительством объектов» такое положение отсутствует, и введение объектов в эксплуатацию не привязано к уплате средств паевого участия. Правовые и практические последствия такой новеллы могут быть неоднозначными. С одной стороны, указанная норма может привести к своевременной оплате средств паевого участия, поскольку без исполнения данного обязательства заказчик не сможет ввести объект в эксплуатацию.

С другой стороны, в условиях тяжелой экономической ситуации заказчику может быть сложно оплатить паевое участие до ввода объекта в эксплуатацию, что может привести к задержке данной процедуры и, соответственно, функционирования построенного объекта. Указанная задержка приведет к нарушению договоренностей относительно соблюдения сроков исполнения обязательств перед инвесторами строительства.

СХЕМА ДВИЖЕНИЯ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ НА РАЗВИТИЕ ГОРОДА

Источник данных: Департамент архитектуры и градостроительства КГГА

Гавайн Минкс (Gawein Minks),
управляющий директор компании Multi Development Ukraine

Насколько законодательные изменения повлияют на рынок жилой, коммерческой недвижимости, в полной мере зависит от деталей и прозрачности процесса. Если все будет сделано правильно, данные изменения позволят уравнять правила игры для всех девелоперов и положительно повлиять на эффект от проектов в сфере недвижимости. Существует риск того, что некоторые стороны будут пытаться избежать оплаты своей справедливой доли, а это означает, что поступления в бюджет будут недостаточными, и необходимые инвестиции не будут сделаны. Именно поэтому существует большой риск, что новая процедура не будет настолько прозрачной, насколько это предполагалось. Процедура должна быть транспорентной, чтобы девелопер знал, какие шаги предпринять, чтобы соответствовать требованиям, прописанным в законе. Насколько действительно данные изменения позитивно скажутся на развитии инженерно-транспортной и социальной инфраструктуры, будет зависеть от того, как все будет выполнено и реализовано. Любое изменение, гарантирующее, что все девелоперы будут вносить свою справедливую долю в развитие инфраструктуры Украины, является положительным.

Кроме того, данное положение обеспечивает большую гибкость в подходе к проектам, имеющим очевидное преимущество, например включающим парк или развитие нескольких новых дорог. Освободить от оплаты паевого участия такие проекты теперь будет проще.

Алексей Кулагин,
директор девелоперской компании «ОМОКС»

Строительство — инвестиционный бизнес с массивными долгосрочными затратами. В нестабильных финансовых условиях невозможно спрогнозировать конечный результат проекта. Учитывая, что скорость годовой инфляции в нашей стране до 30%, а срок реализации строительного проекта 2-3 года, определение финансового показателя результатов проекта невозможно. Глубину негативного влияния нового порядка долевого участия сейчас просчитать невозможно, но мы увидим его в течении 2015 года.

Фактически, новый порядок — это односторонний диктат государства с целью наполнения местных бюджетов. Этот диктат может привести к банкротству многих компаний или просто к их отказу от ввода объектов в эксплуатацию. В новом порядке не предусмотрены варианты отягчающих обстоятельств, нет даже рассрочки по оплатам долевых социальных отчислений, в случае тяжелого финансового состояния застройщика. Ввод объекта в эксплуатацию связан с людьми и их оформлением прав собственности. Перегибая палку, можно добиться

БЮДЖЕТНЫЙ ПРОЦЕСС

Предложения от общественных организаций, жителей, заинтересованных лиц, коммунальных предприятий и пр.

Формирование предложений Распорядителями — Департаменты КГГА, КП, РДА, Аппарат КГГА формируют предложения касательно финансирования работ в рамках программ/проектов

Согласование Департаментом экономики КГГА — Департамент согласовывает и обобщает предложения

Рассмотрение и согласование руководством КГГА — руководство КГГА расставляет приоритеты относительно полученных предложений

Принятие решения Бюджетной комиссией Киевского городского совета. Обоснование целесообразности финансирования соответственных мероприятий в рамках программ и проектов

Программа социально-экономического развития Киевского городского совета — утверждение наиболее приоритетных для развития города проектов на ближайшую перспективу

Исполнение Распорядителями — исполнение приоритетных задач в рамках утвержденных программ/проектов

Источник данных: Департамент архитектуры и градостроительства КГГА

протестных электоральных явлений, что заставит местные администрации разделить, как минимум, надвое свои аппетиты, и приблизиться к проблемам бизнеса. В своих решениях по утверждению процентных ставок социальных отчислений необходимо учитывать бизнес-интересы и бизнес-доходность застройщиков, которые на свой страх и риск фактически развивают и улучшают населенные пункты.

Если объект вновь начатый, то застройщик естественно заложит все вновь возникшие расходы в себестоимость, по-другому и быть не может — это бизнес. Но это не исключает эскалацию экономических проблем текущего периода, которые преследуют нашу страну, а эти затраты задним числом не отразишь, но их необходимо также учитывать в момент их возникновения.

Если инженерная и транспортная инфраструктура создается и передается в счет социальных отчислений застройщиком, то она реально будет. Если будет перечисление живыми деньгами, то никаких инфраструктурных улучшений можно не ожидать. Государственная культура использования финансовых ресурсов укоренилось в нас, и так быстро не изменится. Это известно всем в этой стране. Результаты использования денег будут стремиться к нулю, в общественно полезном формате использования, и к максимуму в сторону чиновничьего «кармана».

Может быть, что-то изменится к лучшему, но пока у бизнеса нет ни опыта, ни практики нормальных взаимоотношений с государственными чиновниками в сфере выполнения ими своих обязательств без дополнительной корысти.

Новые же изменения в Закон «О регулировании градостроительной деятельности» увеличат коррупционную составляющую, а затраты бизнеса в денежной массе только возрастут. С ними возрастет и цена на квартиры, еще больше отдалив мечту многих людей о своем жилье.

В ШКОЛЕ НЕ НАУЧАТ

Ирина Настыч

С РАЗВИТИЕМ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ В УКРАИНЕ НЕПРЕРЫВНО МЕНЯЮТСЯ И ТРЕБОВАНИЯ К ЕГО ИГРОКАМ. И КЛЮЧЕВУЮ РОЛЬ В ПОЛУЧЕНИИ ОТВЕТОВ НА НОВЫЕ ВЫЗОВЫ ИГРАЕТ, КОНЕЧНО, КАЧЕСТВЕННОЕ ПРОФИЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ. ПОПРОБУЕМ РАЗОБРАТЬСЯ, КАК И ГДЕ ГОТОВЯТ В УКРАИНЕ БУДУЩИХ ДЕВЕЛОПЕРОВ И ПОВЫШАЮТ УРОВЕНЬ ЗНАНИЙ УЖЕ ПРАКТИКУЮЩИХ СПЕЦИАЛИСТОВ.

Сразу отметим, что специализированных ВУЗов, которые бы готовили именно «девелоперов», то есть специалистов по комплексному развитию проектов в недвижимости, в Украине не нашлось. В то же время, восполняют этот пробел краткосрочные специализированные образовательные программы на базе частных, а иногда и государственных высших учебных заведений. Кроме того, знания дает сам рынок, то есть практика работы в отрасли, а также опыт зарубежных коллег.

ПОНЯТИЯ И ОПРЕДЕЛЕНИЯ

Для того чтобы понять, что и как должен изучать девелопер, нужно четко определить, кого мы подразумеваем под этим определением. Чаще всего, когда в том или ином контексте упоминается специалист в области недвижимости, мысленно потребитель представляет себе скорее, риелтора, возможно, строителя или архитектора. А уж путаница с понятиями «застройщик» и «девелопер» происходит иногда даже в профессиональной среде. Почему так?

«Термин «девелопмент недвижимого имущества», как и «девелопер» малоизвестны в Украине, хотя развитие недвижимого имущества требует специального профессионального подхода к формированию самого проекта и управления основными

процессами,— поясняет **Александр Лашко, преподаватель Международного института бизнеса учебной программы «Девелопмент недвижимости»**. — Развитие и интеграция социально-экономических процессов способствуют возникновению необходимости осмысления и оптимизации национальной системы подготовки, переподготовки и повышения квалификации профессиональных кадров в области развития объектов недвижимости. В частности, подготовки современных специалистов для рынка девелопмента (развития) недвижимости, поддержания высокого уровня их знаний и практических навыков, совершенствование необходимых умений для надлежащего выполнения девелоперских функций».

Как утверждает эксперт, девелопмент — глубоко специализированный бизнес. Девелоперы инициируют, создают, привлекают инвестиции, финансируют, контролируют и организуют процесс девелопмента недвижимости от начала проекта до ввода объекта в эксплуатацию или его реализации. В контексте строительства девелопмент означает «качественное преобразование недвижимого имущества, обеспечивающее возрастание его стоимости», либо «это особая реакция рынка недвижимого имущества на возникающие в обществе потребности, удовлетворение которых невозможно без преобразования имеющегося фонда недвижимого имущества». Девелопмент является способом разрешения противоречия между изменяющимися и возрастающими потребностями общества в услугах, оказываемых с использованием недвижимого имущества, с одной стороны, и наличными качественными и количественными характеристиками недвижимости — с другой. В процессе формирования проекта, развития и строительства значительную роль играет не столько маркетолог или юрист, но и архитектор, градостроитель, исполнение генплана и понимание тенденций развития территории (региона).

Как видим, деятельность девелопера всеобъемлюща, он должен разбираться в управлении и развитии проекта на всех этапах. Очевидно, что для этого закончить ВУЗ по стандартной специальности «Градостроение» или «Экономика предприятия» не достаточно. Вот тут и возникает проблема — развитие рынка недвижимости попросту опережает реформирование учебных программ.

В период становления рынка недвижимости в Украине подготовку профессионалов осуществлял сам рынок

ВУЗЫ НЕ УСПЕВАЮТ

«Насколько нам известно, в высших учебных заведениях Украины нет программ подготовки специалистов в сфере недвижимости, в основе которых недвижимость изучалась бы как физический объект и как сложная экономическая категория, и в результате прохождения которых можно получить определенный образовательно-квалификационный уровень (бакалавр, специалист, магистр), — комментирует **Яна Литвинчук, директор департамента оценки компании DTZ Украина**. — Исключением является относительно новая магистерская программа «Оценка земли и недвижимого имущества», предлагаемая некоторыми ВУЗами Украины на базе высшего образования по специальности «Землеустройство и кадастр». Также наиболее близкой может считаться специальность «Экономика предприятия» на базе архитектурно-строительных ВУЗов, где вместе с экономикой строительной отрасли студенты изучают основы строительства и архитектуры».

Нехватка профессионалов разных уровней, обладающих комплексным подходом к созданию такого рыночного продукта, как объект недвижимости, особенно остро стала ощущаться в период активного развития рынка недвижимости – в 2004-2005 гг. Нужны были специалисты, способные реализовывать комплексный подход в управлении, подразумевающий не только физическое создание объекта с учетом существующей застройки, городской или загородной среды, но и проведение маркетинговых и экономических экспертиз, разработку профессиональной системы управления объектом недвижимости.

Этот дефицит не смогли возместить и тематические семинары. Например, на тему «Развитие недвижимости и управление недвижимостью», которые с 2003 г. организовывались на базе Международного института бизнеса.

«Подготовка специалистов на основе традиционных инженерно-строительных и архитектурных программ была недостаточной для решения таких рыночных задач, и поэтому в период становления рынка недвижимости в Украине подготовку профессионалов в этой сфере осуществлял сам рынок», — вспоминает Яна Литвинчук.

Реальным выходом из сложившейся ситуации стало создание на базе частных и государственных ВУЗов краткосрочных образовательных программ, основной целью которых стала адаптация специалистов с инженерным, экономическим образованием к потребностям современной отрасли real estate.

«Стремительное развитие в Украине строительства, девелоперской деятельности, выход на рынок управляющих компаний требовал качественных менеджеров для этих видов деятельности. В 2007 г. в

Международном институте бизнеса сформировался Центр девелопмента и управления недвижимостью, задачей которого стало формирование высоких стандартов в обучении профессионалов и разработка учебных программ, — рассказывает **Виктория Добровольская, заместитель директора Школы национальных профессиональных квалификаций Международного института бизнеса**. — В 2008 г. Центр разработал и выпустил на рынок учебную комплексную программу «Девелопмент недвижимости». Программа системно объединила знания преподавателей и опыт украинских специалистов-практиков в этой теме и позволила за счет обязательного выполнения учебного девелоперского проекта слушателями говорить о ее прикладном характере».

НИША ПУСТА?

На сегодняшний день ситуация кардинально не изменилась. ВУЗы по-прежнему отстают от потребностей рынка, специалисты отмечают дефицит учебных и образовательных программ. «Надо сказать, что профильного образования в украинских ВУЗах также нет; есть различные специализированные курсы для студентов последних курсов университета (например, в КНУБА), которые касаются различных аспектов в девелоперской деятельности или управлении недвижимостью», — говорит Виктория Добровольская.

Как справедливо отмечает Александр Лашко, отечественный системный подход к подготовке девелоперов по недвижимости в целом пока отсутствует.

Частично дефицит специалистов, конечно, покрывается украинской системой образования, но речь идет только об узких специалистах. Поскольку девелопер не может быть экспертом во всех аспектах девелоперского процесса, для выполнения профильных задач привлекаются специалисты строительного комплекса: землеустроители, геодезисты, архитекторы, проектанты, дизайнеры, строители. «Всех этих специалистов готовят национальные высшие учебные заведения в достаточном количестве и на удовлетворительном уровне, который можно в определенной мере сравнивать с ситуацией в данной сфере в других центрально-европейских странах. Налажена подготовка и переподготовка риэлторов, оценщиков и других участников девелоперского процесса, — комментирует Александр Лашко. — Что касается собственно девелоперов, то в Украине отсутствует национальный институт подготовки и повышения квалификации девелоперов по недвижимости. Отдельные усилия энтузиастов и общественных и профессиональных организаций имеют положительный опыт развития такого направления, но этих усилий оказалось недостаточно для создания национальной системы обучения девелоперов».

При отсутствии национальной программы подготовки на государственном уровне, эту нишу занимают частные организации.

«Для управленческой работы в сфере коммерческой недвижимости принципиально профессионально квалифицированных программ нет, — утверждает **Радомир Цуркан, управляющий партнер CBRE**. — Ниша пустая. Есть возможность проводить дистанционное обучение в рамках RICS и с помощью RICS-представителей в Украине. Это единственное верное решение на сегодня, которое востребовано рынком коммерческой недвижимости. Диплом Certified Property advisor как базовый курс всех аспектов коммерческой недвижимости универсально подходит и для оценщика, агента/консультанта, и управляющего, равно как и для более высоких позиций по asset&property management. В сфере отеля и туризма есть ряд местных образовательных программ, но их специализация — именно отельное управление».

ПОТРЕБНОСТИ МЕНЯЮТСЯ

Рынок видоизменяется, реагирует на внешнюю и внутреннюю политическую и экономическую ситуацию, соответственно изменяются требова-

СЛОВАРЬ ДЕВЕЛОПЕРА

RICS — Королевское общество оценщиков Великобритании, которое сертифицирует специалистов в области недвижимости. В рамках RICS Russia & CIA представлены: Группа по оценке (Valuation Group), Подгруппа по оценке бизнеса (Business Valuation Subgroup), (Группа по коммерческой недвижимости (Commercial Real Estate Group), Группа по строительству, ведению проектов и сметных работ (Construction & Built Environment Group), а также Группа по эксплуатации и управлению объектами недвижимости (FM Group).

TEGOVA — Европейская группа оценщиков основных фондов, была создана как некоммерческая ассоциация национальных организаций оценщиков западноевропейских стран в 1977 г. После слияния с аналогичной организацией EUROVAL, группа получила название Европейской группы ассоциаций оценщиков (TEGoVA). Одной из главных целей при создании было именно создание общих стандартов оценки, представляющих взгляды профессиональных организаций во всех странах ЕС.

IVSC — Международный комитет по стандартам оценки, независимая некоммерческая организация. Цели и задачи IVSC: разработка высококачественных международных стандартов и поддержка их внедрения и использования, совместная работа с другими международными организациями. IVSC — членская организация, открытая для широкого круга участников, в настоящее время включает 74 организации-члена из 54 стран.

Источники: www.rics.org, www.pandia.org, www.ivsc.org

ния, выдвигаемые к топ-менеджерам в сфере недвижимости, а значит — адаптируются и существующие образовательные программы.

По мнению Яны Литвинчук, сегодня рынок требует практических знаний и умений в области кризисного управления объектами недвижимости, оптимизации существующих портфелей объектов с целью минимизации потери их стоимости, гибкого подхода к формированию цены аренды и ведении переговоров с арендаторами. «В сфере девелопмента важным является аналитический подход к оценке инвестиционных проектов, профессиональной консультацион-ной деятельности, градостроения. С нашей точки зрения, наибольшей проблемой остается существенный разрыв между государственными нормативами и законодательными нормами (в том числе в градостроении) и требованиями современного рынка», — поясняет эксперт.

«Сегодня рынок недвижимости сузился, и наша программа также претерпела изменения, реагируя на кризис, — комментирует Виктория Добровольская. — Три учебных модуля программы: «Девелопмент недвижимости: практика решения правовых и регуляторных проблем», «Разработка и финансирование девелоперского проекта», «Управление девелоперским проектом» — позволяют рассмотреть девелопмент как проектную деятельность. Привлечение в качестве спикеров программы практиков сферы недвижимости украинского рынка дает возможность не отставать от актуальных проблем и потребностей современных специалистов, делает программу не академической. Также для рынка недвижимости МИБ готовит оценщиков недвижимости (сертификат государственного органа власти и нашего вуза), преподавательский состав которых обязательно предполагает участие специалистов-практиков из бизнеса, профессиональных объединений, что служит улучшению качества подготовки оценщиков недвижимости».

ОБМЕН ОПЫТОМ

В силу того, что направление девелопмента, да и в целом рынок недвижимости в Украине, находится все еще на этапе своего становления и поиска традиций, мы не можем провести адекватную аналогию с европейской системой образования в данной сфере. Соответственно, уровень и специфика подготовки в Украине и Европе существенно отличаются.

Наибольшая проблема — разрыв между государственными нормативами и требованиями современного рынка

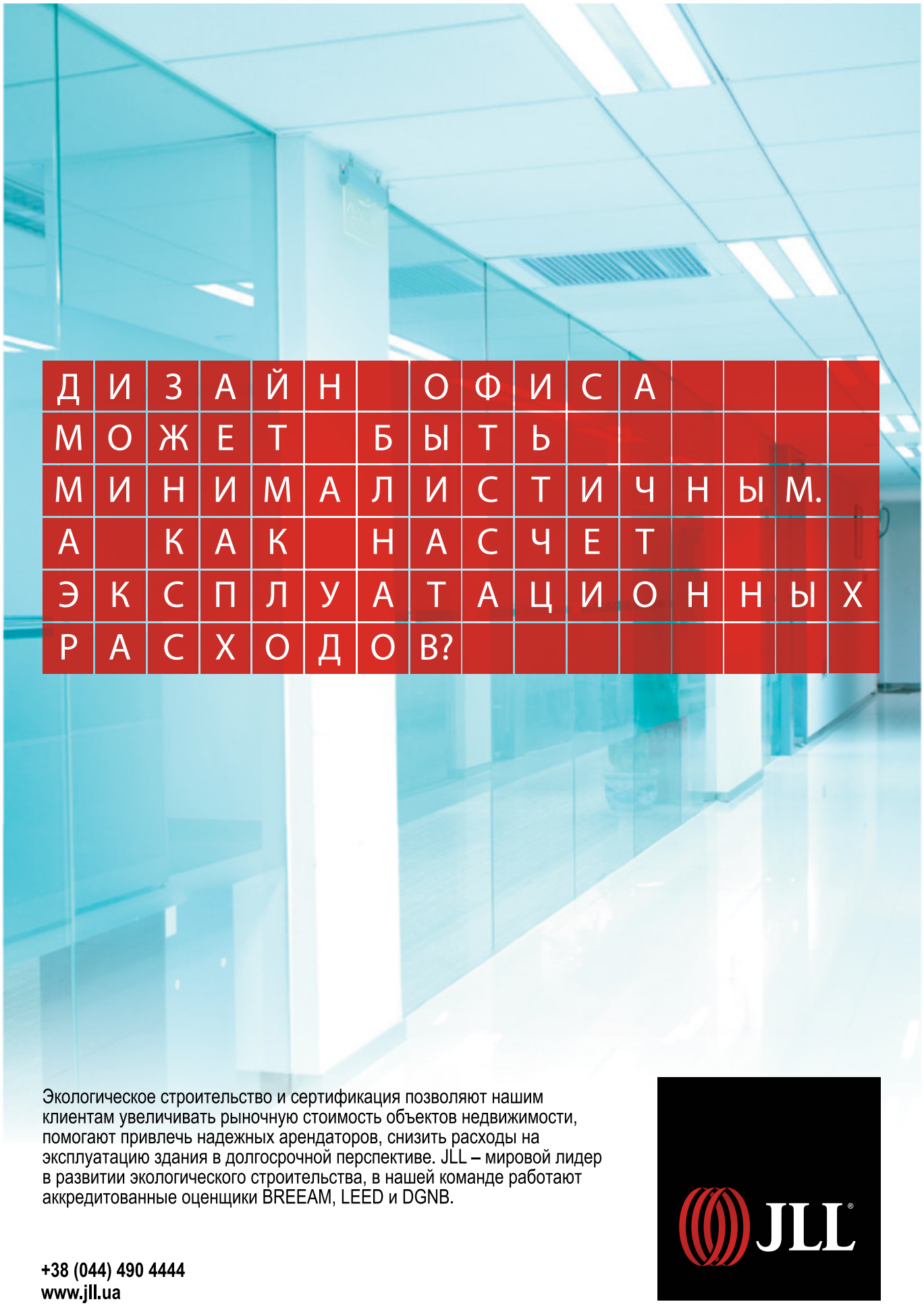
«На данном этапе развития образования в сфере недвижимости в Украине сложно говорить о каком-либо сопоставлении с европейским образованием, которое имеет более длинную историю и предлагает более широкий выбор программ по различным специализациям, в том числе и программы, аккредитованные признанными во всем мире организациями (RICS, TEGOVA, IVSC), — комментирует Яна Литвинчук. — По нашему мнению, проблема образования в Украине заключается в его теоретической направленности, уходе от реальных практических задач, которые бы ставились перед студентами».

В качестве конкретного примера эксперт приводит практическую задачу из курса программы Real Estate Management в европейском ВУЗе: ознакомление с одним из «проваль-ных» (но реальных) девелоперских проектов с нулевым уровнем продаж, нахождение возможных причин отсутствия продаж, разработка конкретных рекомендаций по оптимизации проекта совместно с руководством проекта. Также общепринятой практикой в образовательном процессе, по словам Яны Литвинчук, остается проведение студентами личных интервью с руководителями девелоперских, консультационных компаний в различных предметных областях.

Безусловно, нам есть чему поучиться у зарубежных специалистов. В этом аспекте важен обмен опытом. «Восполнить пробелы именно в профессиональных знаниях частично могут приглашенные зарубежные преподаватели в тематических выступлениях, семинарах (краткосрочных), поэтому МИБ, например, планирует возродить эту практику в своем портфеле учебных продуктов уже в этом году», — комментирует Виктория Добровольская.

«Совершенствование правовой базы, административная реформа, введение самоуправления и улучшения инвестиционного климата в Украине станут залогом развития рынка недвижимости, что будет способствовать становлению национальной системы подготовки и повышения квалификации кадров девелопмента недвижимости», — подводит итог Александр Лашко.

В любом случае, закрепить полученные теоретические знания без участия самого рынка невозможно. Каждый девелопер должен пройти закалку рыночными реалиями, а для модернизации методов работы и подходов в развитии проектов очень важен международный опыт, который можно получить на различных семинарах, круглых столах и бизнес-турах. Как говорится, век живи — век учись.



Экологическое строительство и сертификация позволяют нашим клиентам увеличивать рыночную стоимость объектов недвижимости, помогают привлечь надежных арендаторов, снизить расходы на эксплуатацию здания в долгосрочной перспективе. JLL – мировой лидер в развитии экологического строительства, в нашей команде работают аккредитованные оценщики BREEAM, LEED и DGNB.

+38 (044) 490 4444
www.jll.ua

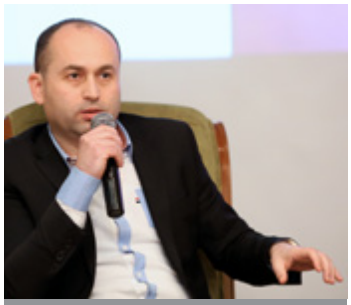
JLL®

ПОДНЯТЬ ЯКОРЯ!

28 ЯНВАРЯ В ОТЕЛЕ «ОПЕРА» ПРОШЛА ПЕРВАЯ В 2015-М ГОДУ НЕФОРМАЛЬНАЯ ВСТРЕЧА УЧАСТНИКОВ URE CLUB НА ТЕМУ «ЯКОРНЫЕ АРЕНДАТОРЫ КОММЕРЧЕСКИХ ПРОЕКТОВ НЕДВИЖИМОСТИ: ЧЕГО ОНИ ХОТЯТ, И "С ЧЕМ ИХ ЕДЯТ"?». СПИКЕРАМИ МЕРОПРИЯТИЯ ВЫСТУПИЛИ ВИТАЛИЙ СТЕФУРАК, MCDONALDS УКРАИНА, И АЛЕКСАНДР СТЕПАНОВ, SPORT LIFE DEVELOPMENT. В ХОДЕ ОФИЦИАЛЬНОЙ ЧАСТИ СПИКЕРЫ ВСТРЕЧИ РАССКАЗАЛИ О ТОМ, КАКИЕ ПРОЕКТЫ НЕДВИЖИМОСТИ ИМ ИНТЕРЕСНЫ ДЛЯ РАЗВИТИЯ В НАСТОЯЩЕЕ ВРЕМЯ, КАКИЕ ТРЕБОВАНИЯ ВЫСТАВЛЯЮТСЯ К АРЕНДУЕМЫМ ПОМЕЩЕНИЯМ, И НА КАКИХ УСЛОВИЯХ ОНИ ГОТОВЫ ЗАХОДИТЬ В ПРОЕКТЫ.

Начало мероприятия

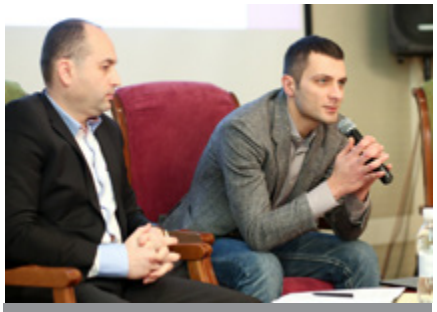
Александр Степанов, Sportlife Development



Виталий Стефурак, McDonalds Украина

Тарас Шелемех, Rustler Property Services, Игорь Забулонский, Arricano Group, и Александра Негода, CDA Real Estate

Марина Борута, Ektornet Management Ukraine, и Ольга Соловей, URE Club



Официальная часть встречи

Виктор Фролов, BILLA Ukraine

Источник: URE Club

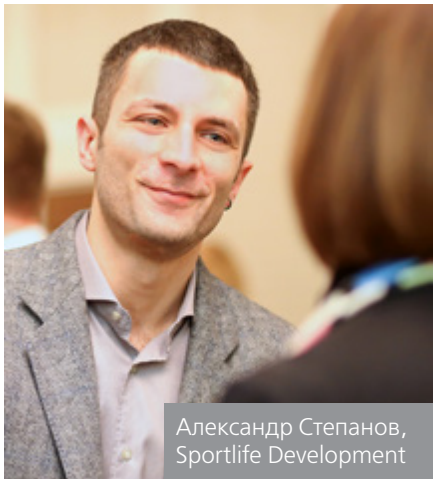
Гости мероприятия

Виталий Стефурак, McDonalds Украина

Филипп Бертере, Immochan Ukraine

Дмитрий Сокольский, DTZ Ukraine, и Тарас Шелемех, Rustler Property Services

Гости мероприятия



Александр Степанов, Sportlife Development

Виталий Тимофеев, MEP Engineering, Константин Браво, НЕСТ, и Ольга Соловей, URE Club

Юлия Чемериская, «Райффайзен Банк Аваль», и Олег Бойчук, «Егоров, Пугинский, Афанасьев и партнеры»

СДЕРЖАННЫЙ ОПТИМИЗМ

В КОНЦЕ НОЯБРЯ 2014 ГОДА ОТРАСЛЕВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ URE CLUB ПРОВЕЛА ИТОГОВОЕ МЕРОПРИЯТИЕ ОТРАСЛИ В МИНУВШЕМ ГОДУ – THE UKRAINIAN ANNUAL REAL ESTATE SUMMIT 2014. САММИТ ОХВАТИЛ ВСЕ СЕГМЕНТЫ РЫНКА НЕДВИЖИМОСТИ, А ТАКЖЕ ВКЛЮЧИЛ В СЕБЯ ЗАСЕДАНИЕ В ФОРМАТЕ ДИАЛОГА С ВЛАСТЬЮ.

В прогнозах по рынку недвижимости на 2015 год, представленных в ходе The Ukrainian Annual Real Estate Summit 2014, эксперты выразили сдержанный оптимизм. По мнению участников отрасли, Украина сохраняет к себе интерес иностранных компаний, но интерес этот, по большей части, остается отложенным.

В то же время, эксперты полагают, что при условии стабилизации ситуации внутри страны и принятия ряда эффективных законодательных инициатив, у Украины есть все шансы восстановить доверие международных инвесторов уже в 2015 году.

Анна Чуботина, JLL в Украине и Ник Коттон, DTZ Ukraine

Владимир Горащенко, Double W и Сергей Гайдайчук, CEO Club Ukraine

Виталий Ваврыщук, SP Advisor

Ярослава Чапко, City Development Solutions

Участники саммита

Андрей Ваврыш, Департамент градостроительства и архитектуры КГГА

Георгий Ясинский, секретарь постоянной комиссии Киевсовета по вопросам бюджета и социально-экономического развития

Алексей Евченко, ArtBuild Hotel Group и Владимир Горащенко, Double W

Константин Браво, НЕСТ

Источник: URE Club

Александр Грибан, Amstar Europe
и Владимир Мысак, DTZ Ukraine

Марина Исмаила, ЕБРР

Александр Спасибко, КГГА,
Георгий Ясинский, Киевсовет,
Алексей Полищук, КГГА

Первая сессия саммита

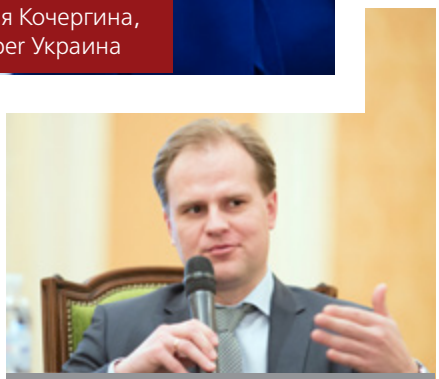
Виталий Бойко,
«Киевское инвестиционное агентство»

Александр Попов,
«Архиматика»

Наталия Кочергина,
DLA Piper Украина

Спикеры 4-й сессии: «Диалог с властью»

Гавайн Минкс,
Multi Development Ukraine



Алексей Полищук, Департамент
земельных ресурсов КГГА

Вопросы из зала

Михаил Артюхов, APRA Real Estate

Организатор

Партнеры

ПОБЕДИТЕЛЯМИ СТАЛИ

17 ДЕКАБРЯ В КОНЦЕРТ-ХОЛЛЕ «ОАЗИС» СОСТОЯЛОСЬ ЕЖЕГОДНОЕ МЕРОПРИЯТИЕ УКРАИНСКОГО ЦЕНТРА СТАЛЬНОГО СТРОИТЕЛЬСТВА – STEEL DINNER, В РАМКАХ КОТОРОГО ПРОШЛО НАГРАЖДЕНИЕ ФИНАЛИСТОВ STEEL FREEDOM 2014.

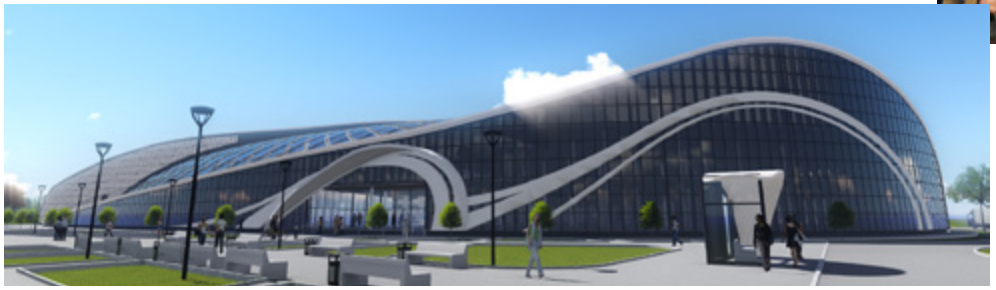
1-е место в категории ЛОФТ. Команда студентов из Харькова.

Елена Олейник, член жюри конкурса, награждает киевскую команду, занявшую 2-е место в категории ЛОФТ.

Помимо награждения победителей в основных номинациях конкурса, партнерами STEEL FREEDOM 2014 были отмечены команды, наиболее удачно реализовавшие свою идею с применением конструктивных материалов или продукции партнеров.

Антон Гливинский, директор по связям с общественностью компании "ЭСТА Холдинг", с командой из Ровно, занявшей 3-е место в категории ЛОФТ.

Василий Негребецкий, глава представительства завода Armstrong в Украине, награждает участников конкурса, занявших 2-е место в категории ТРЦ.



Источник: УЦСС

Главный инженер компании «Прушиньски» Вадим Пархоменко награждает победителей из Киева, занявших 1-е место в категории ТРЦ.

Дмитрий Каладжиев, архитектурный консультант компании Reynaers Aluminium, награждает победителей в категории ТРЦ за 3-е место.

Генеральный партнер конкурса – компания "МЕТИНВЕСТ", в лице главы пресс-службы Владимира Равинского, отметил киевскую команду поездкой на Biennale Venezia 2015 за наиболее удачную реализацию инновационного подхода к стальным конструкциям в проекте.

Елена Олейник и Юрий Серегин, члены жюри конкурса

Финалисты конкурса. Торжественное разрезание праздничного торта

Организацию и проведение STEEL FREEDOM 2014 сопровождала международная аудиторская компания KPMG, подтвердившая объективность методики оценки конкурсных работ и честность проведения процедуры голосования. На фото: Деян Бойковски, старший менеджер KPMG в Украине, Алина Севастюк, начальник отдела по развитию бизнеса KPMG в Украине, Роман Курашев, управляющий директор УЦСС, Владимир Носов, генеральный директор «УКРСТАЛЬКОНСТРУКЦИЯ»

Организатором STEEL FREEDOM 2014 выступила ассоциация Украинский Центр Стального Строительства. Генеральный партнер конкурса - группа "МЕТИНВЕСТ", официальные партнеры - компании Armstrong, Reynaers Aluminium и "Прушиньски"

СТИМУЛ БЫТЬ ЭФФЕКТИВНЫМ

12 ДЕКАБРЯ В ГОСТИНИЦЕ FAIRMONT GRAND HOTEL KYIV ОТРАСЛЕВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ UKRAINIAN REAL ESTATE CLUB СОВМЕСТНО С КОМПАНИЕЙ BOSCH ПРОВЕЛА КРУГЛЫЙ СТОЛ НА ТЕМУ ВНЕДРЕНИЯ ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНЫХ РЕШЕНИЙ В НЕДВИЖИМОСТИ. ОФИЦИАЛЬНЫМ ПАРТНЕРОМ ВСТРЕЧИ ВЫСТУПИЛА КОМПАНИЯ «ОПТИМА ТЕХНОЛОГИИ».

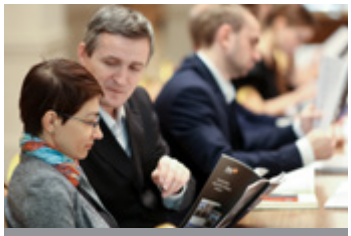
В ходе круглого стола эксперты отметили, что главным стимулом внедрения энергоэффективных технологий в недвижимости в Украине в настоящее время становится рост тарифов на энергоносители.

По словам **Александра Мурзина, руководителя отдела маркетинга компании BOSCH Термотехника Украина**, «еще несколько лет назад никто особенно не задумывался над вопросом энергосбережения, тарифы были низкими, и этот вопрос не был актуален. Сегодня же стоимость энергии — это главный драйвер, который движет отрасль в направлении энергосбережения».

Одним из важных моментов во внедрении энергоэффективных решений, по словам специалистов, становится аудит и оптимизация уже существующих тепловых систем в зданиях, анализ действительно необходимых мощностей и возможностей теплосетей и котельных для сокращения потребления газа, если его нельзя заместить альтернативными источниками.

По словам **Дениса Терновского, Генерального директора компании «Оптима Технологии»**, «главное — в проекте должен быть инженерный подход к делу. Необязательно покупать самые мощные и дорогие технологии. При внедрении новых решений важно определить реальные потребности здания в тепле, а также просчитать, как внедрить новые технологии так, чтобы инвестиции вернулись как можно быстрее».

Помимо этого, в ходе дискуссии специалисты отметили, что энергоэффективные технологии в недвижимости смогут привлечь иностранные инвестиции или стать стратегией удержания арендаторов в коммерческих объектах, а также стать дополнительным маркетинговым инструментом (например, в случае продажи квартир).



Жанна Коваленко и Дмитрий Кухаренко, ESTA Holding

Игорь Юрлов, EASTGATE Development, и Владимир Бандура, ГК «Континиум»

Виталий Тимофеев, MEP Engineering

Денис Терновский, «Оптима Технологии»

Участники круглого стола

Источник: URE Club

Участники круглого стола

Олеся Мельниченко, «АДС Групп»

Участники круглого стола

Мария Червоноградская,
JLL Ukraine

Анна Корягина, Immochan Ukraine, Владислав Ярлыков, ГЕРЦ, Максим Бойко, Engineering Development

Анна Корягина, Immochan Ukraine

БОЛЬШИЕ ГОРОДА

Анна Нестуля

ВСЁ ОСТРЕЕ СТАНОВИТСЯ ВОПРОС РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННЫХ ПРОЕКТОВ В УСЛОВИЯХ БЫСТРО РАСТУЩИХ МЕГАПОЛИСОВ И, ПРИ ЭТОМ, СОХРАНЕНИЯ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ И ИСТОРИЧЕСКОГО ГОРОДСКОГО ЛАНДШАФТА. ОЧЕРЕДНАЯ ПОДБОРКА КНИГ ИЗ БИБЛИОТЕКИ ДЕВЕЛОПЕРА РАССКАЖЕТ ЧИТАТЕЛЮ О СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЯХ В ЭТОЙ СФЕРЕ И НЕ ТОЛЬКО.

«ПРИНЦИПЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ СТРОИТЕЛЬСТВА: РУКОВОДСТВО ПО ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОМУ ПАРТНЕРСТВУ»

Автор: Dr. Arthur C. Nelson
Оригинальное название: Foundations of Real Estate Development Financing. A Guide to Public-Private Partnerships
Дата издания: ноябрь, 2014 (2-е издание)
Издательство: Island Press
ISBN: 978-1610915625

Представляем книгу из серии «must-read» для урбанистов, экономистов, государственных чиновников и всех, кто связан с развитием жизни города, и понимает, как государственные и некоммерческие ресурсы способны привлечь частные фонды для девелопмента.
В этой книге автор поднимает вопросы естественного цикла городской застройки, объясняет, как преодолеть основные барьеры на пути к эффективному строительству, что требуется частному сектору для обоснования инвестиций в редевелопменте, а также какова роль государственного и некоммерческого сектора в привлечении частного капитала в проекты, которые не гарантируют достаточный доход от вложенных инвестиций.

Источник: islandpress.org

«СОЦИАЛЬНОЕ ЖИЛЬЕ В ЕВРОПЕ»

Авторы: Kathleen Scanlon, Christine Whitehead, Melissa Fernandez Arrigoitia
Оригинальное название: Social Housing in Europe
Издательство: Wiley-Blackwell
Дата издания: сентябрь, 2014
ISBN: 978-1118412343

Все страны нацелены на улучшение жилищных условий для их населения, но многие, ввиду финансового кризиса, вынуждены снижать государственные затраты на данный сегмент. Социальное жилье является ключевым в этом вопросе.
В книге представляется сравнительный обзор социального жилья европейских стран на основе глубокого анализа международных экспертов сегмента. Среди анализируемых стран представлены: Австрия, Дания, Англия, Франция, Германия, Ирландия, Нидерланды, Швеция, страны ЦВЕ за исключением Венгрии. В книге предоставляется актуальное сравнение политики и практики социального жилья, а также анализируется, как система социального жилья работает в каждой из стран.

Источник: eu.wiley.com

«АРХИТЕКТУРНО-СТРОИТЕЛЬНОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ В ГОРОДАХ И МЕГАПОЛИСАХ»

Авторы: Gordon Power, Michael Parfect
Оригинальное название: Planning for Urban Quality. Urban Design in Towns and Cities
Издательство: Routledge
Дата издания: июнь, 2014 (новое издание)
ISBN: 978-0415159678

Достижение реального качества городской среды еще никогда не было настолько важным и противоречивым. Данная книга поможет понять, насколько важны все составляющие такой среды и ее качественных характеристик.
Прослеживая практику градостроительства от истоков, авторы обращают внимание как на исторический, так и на современный аспекты урбанистки. В книге исследователи рассмотрят и проанализируют, как ключевые физические, политические, экономические, а также социальные контексты влияют на провалы и успехи в градостроительном проектировании.

Источник: routledge.com

«ПЛАН КОМПЛЕКСНОГО РАЗВИТИЯ АДАПТИВНОГО ГОРОДА: ВЫЧИСЛИТЕЛЬНЫЙ УРБАНИЗМ В 21 ВЕКЕ»

Авторы: Tom Verebes
Оригинальное название: Masterplanning the Adaptive City. Computational Urbanism in the Twenty-First Century
Издательство: Routledge
Дата издания: февраль, 2014
ISBN: 978-0415534796

Автоматизированное проектирование широко принято в архитектуре, но это — первая книга, рассказывающая, как его можно применить в создании адаптивного планирования в условиях быстрорастущих городов и урбанистической гетерогенности (разнородности).
Книга поделена на 4 части (исторический и теоретический обзор, анализ настоящей ситуации, методологии и классические практики), и включает ряд эссе, интервью, обзоры кейсов, исследования ведущих участников строительной отрасли, архитекторов, экономистов и урбанистов.

Источник: routledge-ny.com

Примечание. При составлении обзора редакция D. Real Estate Development не сотрудничала с каким-либо издательством. В обзоре представлены книги исключительно по выбору редакции. Для удобства читателей для каждой книги приведен международный стандартный книжный номер (ISBN) и QR-код ссылки на сайт издательства.

IV TH INVESTMENT REAL ESTATE SUMMIT 2015

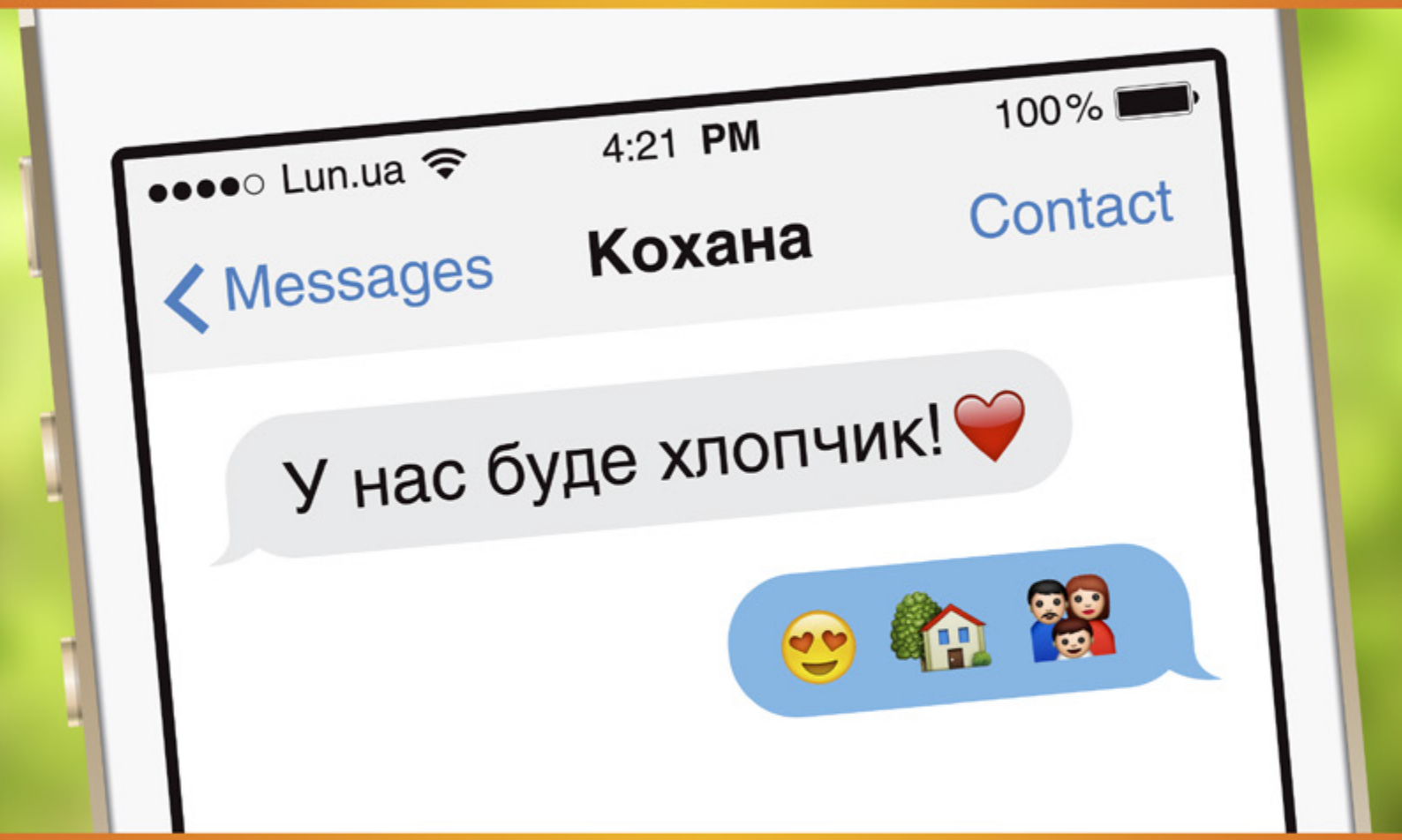
November 26, 2015
Fairmont Grand Hotel, Kyiv, Ukraine

THE ANNUAL SUMMARIZING EVENT
AND II ND UKRAINIAN REAL ESTATE AWARDS.

URE club CREATING THE OPPORTUNITIES
mk ILLUMINATION
DLA PIPER
interfax-UKRAINE UKRAINE NEWS AGENCY
delo.ua
EuropaProperty.com
ПЕРВЫЙ ДЕЛОВОЙ ТЕЛЕКАНАЛ
BusinessLife.Today

www.ureclub.com info@ureclub.com +38 044 227-67-53

ЛУН UA



Час шукати квартиру?

novostroyki.lun.ua