

Минский рынок строительства: инвестиционный потенциал и привлекательность

01.04.2005

При непосредственном участии сотрудников и партнеров компании «Менка» разрабатывались концепции проектов, которые уже реализованы или, что тоже характерно для рынка, канули в лету. Результаты многолетних наблюдений и анализа по рынку торговой недвижимости, а также и другим секторам недвижимости вылились в ряд публикаций. В данной рубрике размещены в том числе и архивные материалы. Мы надеемся, что данные публикации помогут аналитикам компаний, занятых в реализации инвестиционных проектов, сравнить сегодняшнее состояние рынка недвижимости с «новой историей» - 2003-2006 годами, чтобы определить цели на перспективу.

Размещением архива публикаций компания «Менка» начинает серию тематических публикаций, в которых будет оценено современное состояние рынка недвижимости и приведено сравнение с недавним прошлым. Естественно, учитывая нашу специализацию на секторе розничной торговли, торговой недвижимости и инвестиции в торговую недвижимость, уклон в новых материалах будет сделан на сектор рынка торговой недвижимости.

Автор данного материала, а в настоящее время маркетолог-аналитик компании «Менка» Сергей Сенкевич, участвовал в разработке концепций строительства и инвестиционных меморандумов ряда проектов в области недвижимости. В данной публикации представлены выводы того периода.

Накопленная в процессе работы информация позволяет делать некоторые обобщенные выводы о состоянии и тенденциях рынка строительства. Причем, на собственном опыте мы уже можем констатировать, что наши выводы иногда не совпадают целиком, а то и полностью противоречат мнениям профессиональных игроков рынка строительства. Но в этом и заключается прелесть для инвесторов и девелоперов, пришедших на рынок с других сфер бизнеса: услышать альтернативное мнение.

Увы, не в обиду будет сказано риэлторам, но иногда продвигая свои идеи и подталкивая девелоперов к реализации проектов, интересных с точки зрения риэлтерского бизнеса, они втягивают их в проекты, которые вызывают сомнения в успехе с точки зрения инвестиционно-банковского бизнеса. В данном материале мы не будем делать упора на каждый конкретный проект, реализуемый в Минске, а рассмотрены наиболее широкие направления.

Жилищное строительство

Даже поверхностный взгляд на рынок новостроек показывает, что все, что не относится к социальному жилью панельного домостроения, позиционируется как элитное жилье. И здесь ситуация парадоксальная: то, что три года назад преподносилось, как элитное, на фоне сданных объектов последнего времени выглядит блеклым и непривлекательным. Однако это не останавливает игроков рынка бороться за кошельки и души прослойки наиболее платежеспособного населения. Однако, проведя, иногда высосанную из пальца, оценку возможностей этого платежеспособного населения, нередко не берут в расчет, что состоятельные люди – это полные индивидуалисты. Психоз массового потребления им не свойственен (исключения, конечно, есть). Поэтому они предпочитают как строить, так и приобретать жилье соответствующее индивидуальным запросам. И делать массовое предложение в расчете на этот сегмент – очень опасная ловушка для инвесторов.

Еще одна опасная ловушка – переоценка емкости высшего сегмента. Здесь невольно вспоминаются слова г-на Ленина: “Слишком узок их круг, слишком далеки они от народа”. Увы, прослойка богатых людей – очень консервативное сообщество, сложившееся в 90-ых гг., и обновление его происходит не столь стремительно, как хотелось бы. Представители данного

сообщества, как правило, за эти годы перепробовали все, что им предлагал рынок жилья, владеют иногда не одним объектом и рассчитывают, что с легкостью переключатся на очередную «завлекаловку» из элитного сегмента - нецелесообразно.

В то же время нет ни на одном из сегментов жилищного строительства достойного предложения для среднего класса. Имеется в виду прослойка не того среднего класса, к которому у нас относят всех, чей доход выше прожиточного минимума, а высший средний класс, доходы которого находятся в диапазоне 25-50 тыс. долл. в год на семью. Как отдельный сегмент потребителей данную группу в расчет практически не берут. Иногда ошибочно его относят к состоятельной прослойке, хотя данный сегмент позволить себе то, что позволяют домохозяйства с годовым доходом в несколько сот тысяч долларов никогда не смогут.

Иногда сомневаются вообще в существовании данной прослойки. Практика общения с компаниями, впервые входящими на девелоперский рынок, показала, что для некоторых как откровение звучит факт, что к этому сегменту относятся...наемные топ-менеджеры или менеджеры среднего звена. Увы, привычка измерять мир по себе, когда считают, что «осчастливили» человека, взяв на работу за 200 долларов, переносится и на оценку возможностей рынка. Плюс существует ряд других групп, на корне появления которых заострять внимания не будем. Между тем, данная прослойка сформировалась и она более привлекательна, так как включает в себя домохозяйства, для которых актуален жилищный вопрос, домохозяйства, лояльно относящиеся к массовому продукту и, главное, это более оперативно обновляемый сегмент в отличие от высшей доходной группы. Т.е., чаще появляются «голодные и активные». И не стоит забывать, что эта группа имеет на много большие возможности доступа к кредитным ресурсам, чем население, десятилетия стоящее в очереди за социальным жильем.

Следующий актуальный для инвесторов вопрос – доходность и возврат инвестиций. Поверхностный взгляд на рынок жилой недвижимости показывает, что существует огромный неудовлетворенный спрос. Но вся беда, что этот спрос не подтверждается платежеспособностью потенциального потребителя. Можно сказать, что цены на недвижимость в Минске достигли той величины, где дальнейший стремительный рост в отличие от периода двухлетней давности, невозможен. Спекулятивное повышение приведет лишь к одному – увеличению сроков реализации объектов и большим затратам на единицу реализации (имеются ввиду затраты маркетингового и рекламного характера). В то же время затраты на строительство продолжают расти хотя бы из-за двух основных параметров: рост зарплаты в производстве и строительстве и рост цен на металл и энергоносители, а производство стройматериалов – отрасль энергоемкая. Поэтому, максимум что позволяют себе девелоперы в настоящее время – повышать цены пропорционально росту затрат на строительство. Соответственно, не плохим показателем заработка девелоперских компаний можно считать 150-200 долларов с 1 м кв. жилья. И сопоставимая маржа будет как в сегменте «элитки», так и в сегменте, рассчитанном на средний класс.

В целом, в ближайший год-полтора имеют шансы на успех несколько масштабных дорогих проектов, рассчитанных на состоятельных людей. При этом девелоперам не стоит впадать в самообман: позиционировать элитный комплекс в месте, где над головой каждые полчаса пролетает самолет, как жилье в самом престижном «уникальном» и экологически чистом месте – извините, но этот фокус еще пройдет с нефтяником, впервые приехавшим в Минск с Тюмени, но не с минчанином, принадлежащим к высшему эшелону белорусского бизнеса.

В дальнейшем в «элитном» домостроении будет застой. В конце концов, и самому богатому белорусу надоест каждый год переезжать с места на место, чтобы оценить все новинки, что предлагает рынок. Но тот, кто реально оценит сегмент высшего среднего класса, о котором шла речь и оптимизирует концепцию предложения для этого сегмента, будет иметь успех как теперь, так и в среднесрочной перспективе, что особенно важно с учетом предпроектных и проектных работ, длящихся до 2 лет.

Офисное строительство

В начале этого года в белорусских СМИ прошел ряд публикаций о фактическом начале конца рынка офисной недвижимости класса А. Если говорить честно, стагнация наступила не входя в

стадию расцвета. Однако только совсем неподготовленному игроку подобные заявления могут показаться громом с ясного неба.

Мы уже более двух лет назад разрабатывали концепцию строительства объекта офисной недвижимости для одной известной белорусской компании. Уже на тот период было понятно, что даже с учетом только известных на тот период проектов бизнес-центров, к 2005 г будет насыщение рынка. Реальная суммарная оценка потребностей в площадях класса А или В+ составляла ориентировочно 50 тыс. м кв. В настоящее время суммарное предложение новых проектов из этого сектора, находящихся на разной стадии строительства, составляет ориентировочно 140 тыс. м кв. Даже при условии, что часть площадей – площади общего пользования, насыщение рынка налицо. (А добавьте еще фактически неснижаемое ежемесячное предложение офисов площадью около 100 тыс. м кв. в разношерстных зданиях).

Основная же проблема проектов в сфере офисной недвижимости все таки не избыточное предложение, а проблема “длинных денег”. Вариант, когда возврат инвестиций не произойдет в течение 5 лет, девелоперами фактически не рассматривается. Отсюда возникает и типично минское явление: преобладает не сдача офисных площадей в аренду, а продажа, причем, еще на стадии строительства. Ни в Прибалтике, ни в Польше, ни в Украине и России нет такого стремления инвесторов быстрее избавиться от своих детищ. Однако исключительно оптимистические оценки собственных проектов чреватые и рискованны. Текущий год наверняка станет экзаменационным для ряда проектов.

В Минске фактически никто не пытается рассматривать офисную недвижимость, как “дойную корову”. А проблема (кроме проблемы “длинных денег”), зачастую кроется в умении управлять недвижимостью. Пусть не обижаются те управляющие компании, которые делают первые шаги на рынке, но нет у нас профессионалов. В общем, это проблема даже в Москве, где история данного сектора рынка недвижимости уходит в 90-ые гг. Естественно, девелопер также не знает, как потом вести себя и с арендаторами, и с управляющей компанией, да и где взять эту управляющую компанию? Самому влезать в непрофильный бизнес или искать на стороне? Хорошо, на стороне, но где?

А еще отдельной главой стоит возможность белорусских фирм покупать недвижимость в собственность. У тех, у кого возможность есть, встает закономерный вопрос: а есть ли смысл покупать соты в неуправляемом улье, когда можно построить небольшой особнячок и не от кого не зависеть?

Из этого следует, что поле деятельности для новых проектов на данном сегменте сужается. Тем не менее, проект с большим потенциалом, продуманной концепцией и оптимизированной стратегией поведения на рынке может перехватить инициативу у более ранних конкурирующих проектов. В этой связи представляет интерес проект российской компании “Манолиум-Процессинг” в районе площади Победы. Не смотря на то, что там строительство начнется только в 2006 г, он уже повлияет на ожидания тех проектов, которые в 2006-07г будут завершены. Судя по взвешенному подходу и концептуальной проработке проекта, “Манолиум-Процессинг” детально выстраивает современную и будущую стратегию поведения и конкуренции на рынке с существующими проектами.

В настоящее время стагнация сектора офисной недвижимости класса А носит скорее моральный характер. О реальной стагнации можно будет говорить в 2006 г, поскольку ряд игроков рынка, ощущая острую конкуренцию, будет стремиться быстрее “спихнуть” побольше “квадратов”: купивший площадь нигде не денется, будет сидеть. А не захочет – его проблемы. Увы, большей фантазии и маркетинговых ходов пока никто из девелоперов не проявляет. Ни к чему хорошему это не приведет. Во всяком случае, о ценах в 1200-1400 долл. США за 1 м кв. в данном секторе придется забыть. Варианты “ценового заговора” с целью удержания предельно высоких цен практически исключены: во-первых, у всех игроков рынка разные сроки реализации проектов и “передовики” будут пытаться по максимуму “бросить” “аутсайдеров”, во-вторых, чтобы осуществить спекулятивное удержание цен, все без исключения участники должны обладать “длинными деньгами”.

Как уже говорилось, компания работала с проектом офисного строительства. Компания-заказчик в девелоперский бизнес все таки не пошла. Но что удивительно, прошло два года, а никто и близко не пытается повторить хотя бы что-то приближенно-аналогичное. Суть концепции раскрывать нет смысла, как и нет смысла ее идеализировать – все таки мы не риэлтеры и не девелоперы. Но когда изучаешь 13 проектов-близнецов из сектора офисной недвижимости, создается впечатление, что инвесторы руководствуются подходом к рынку по принципу “глаз плюс палец”. Или вообще не имеют подхода к рынку.

Торговая недвижимость

Этот сектор коммерческой недвижимости в настоящее время, пожалуй, один из самых горячих. Строительство гипермаркетов или торговых центров с крупными якорными супермаркетами будоражит всю деловую общественность последние два с половиной года.

Минская специфика данного сектора недвижимости – большая концентрированность в центре города. Кроме хорошо знакомых объектов торговли, построенных еще в СССР, в центре разместились и многие новостройки (“Европа”, “Зеркало”, “Атлантик”, “Паркинг” и другие). Да и площадки, выделенные под гипермаркеты, находятся в городской черте, что не характерно для подобных объектов в других странах. Здесь уместно отметить, что у муниципалитета все-таки хватило решительности отменить строительство гипермаркета в центре города, на площадке между улицами Танковой и Кальварийской: инвестиционный потенциал этого земельного участка на много превышает вариант строительства безликой панельной коробки, и даже предложенный “Итерой” проект Минск-Сити для данного места более уместен.



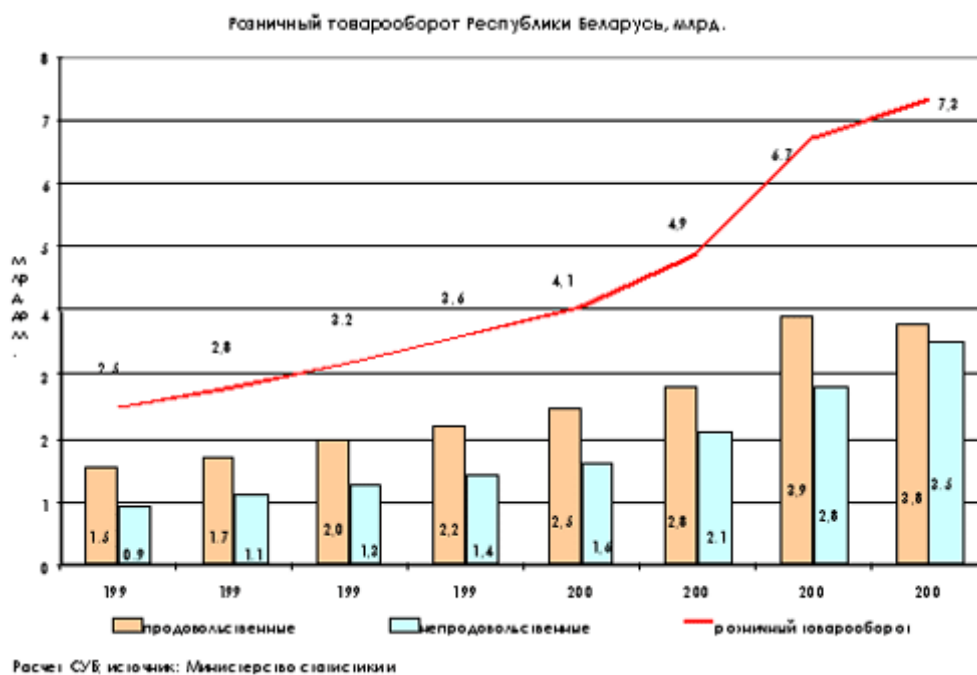
Следующая особенность белорусского ритейлерского рынка заключается в том, что торговые площади, в отличие от офисных, в основном сдаются в аренду. Это свидетельствует, во-первых, о выгоде сдачи (цена аренды торговых площадей составляет 30-40 долл. США за 1 м кв. в менее популярных центрах, 80-90 в более популярных, а также есть исключения, где ставки и того выше); во-вторых, это свидетельство того, что белорусские ритейлеры сами не в состоянии выступить в качестве инвесторов. А зарубежные не спешат. Но если и решатся выходить, так однозначно не через те “ворота”: например, известную группу “Метро” вряд ли привлечет кто-либо из белорусских девелоперов, поскольку на любое предложение получит приблизительно такой ответ: “Мы придем сюда только после переговоров с властями и если придем – построим сами то, что нам нужно”. Аналогичную стратегию входа на белорусский рынок выберет и ИКЕА (если когда-

либо решится, на что у компании есть свои причины), хорошо зарекомендовавшая себя не только как ритейлер, но и девелопер со своими комплексами “Мега”.

Ситуация с гипермаркетами коренным образом отличается от упомянутых торговых центров. Мы прорабатывала концепции и инвестиционные меморандумы по 4 из 12 площадок, а также еще по площадке под торгово-развлекательный комплекс, так что реальную ситуацию представляем не понаслышке. А реальность печальная, поскольку в моменты эйфории многие участники конкурсов на участки руководствовались принципом: лишь бы «застолбить» землю, а там – разберемся. Соглашались на все условия, совершенно не представляя, что такое особенности розничной торговли. Причем, если некоторые более реально смотрели на вещи и еще на стадии инвестиционного проекта задумывались, как сделать проект более привлекательным, чтобы сюда с удовольствием пришел или российский сетевик, или белорусский сетевой оператор, а сами полностью концентрировались на девелоперской деятельности, то в других случаях приходилось сталкиваться с идеями, когда компания, которая за свою историю даже стакана семечек не продала, всерьез собиралась выступить и девелопером, и управляющей компанией и оператором торговых площадей.

В общем, ура-подход, царивший два года назад, на данный момент привел к тому, что некоторые из участников тех проектов сейчас ищут партнеров для строительства, соглашаясь уступать долю в бизнесе, другие начинают искать способы, чтобы им разрешили изменить концептуальные подходы к будущим объектам, поскольку не видят целесообразности в реализации первоначальных идей...

В целом, рынок торговой недвижимости остается привлекательным и будет привлекательным в среднесрочной перспективе не смотря на возрастающую конкуренцию. Анализ доходов/расходов населения и их структура, а также целый ряд других факторов еще два года назад вырисовывали ситуацию, что Минск достиг уровня, при котором оправдано функционирование объектов современной торговли.



Другое дело, что инвесторам надо менять концептуальный подход. Городу достаточно существующих торговых центров и планируемых гипермаркетов. А вот тема торгово-развлекательные комплексов остается открытой. И даже после завершения строительства подземного комплекса на площади Независимости, после реализации комплексного проекта компании “Манотиум-Процессинг”, реализация локальных проектов, рассчитанных на жителей густонаселенных районов города, будет перспективной. Да и возможности для реализации проектов общегородского уровня еще не исчерпаны.

Гостиничная недвижимость

Также весьма специфичен белорусский рынок отельного бизнеса. Витает много проектов и идей, но они все упираются в одну неприятную реальность: белорусы не могут позволить себе жить в отелях даже уровня 3* (при условии, если отменить порочную практику спеццен для граждан РБ), не говоря о 4-5*, а иностранцы к нам не едут. Вернее, едут, но не в том количестве, чтобы сделать рынок гостеприимства инвестиционно привлекательным.

Отсюда и царящая неразбериха на рынке: те проекты, что реализуются, по ходу начинают корректировать количество будущих звезд на фасаде здания.

Так, о 5* пока реально идет речь только по отношению к отелю “Европа”. Мы сделали инвестиционный меморандум строительства еще одного отеля высшей категории, но ответить, какая судьба будет у этого проекта не сможет не только наша компания, но и Заказчик...

Изначально на проект 5* претендовал и превратившийся в долгострой Центр коммерческих связей на проспекте Машерова. Потом речь пошла уже о 4*. В реальности, хорошо, если его когда-нибудь завершат трехзвездным проектом.

Также колебания в отношении количества звезд были и у “Минск-Принцесс-Отеля”, и существуют в проекте компании “Манوليум-Процессинг”. Да и всем известные гостиницы Минска вынашивали планы, чтобы не только пройти аттестацию на звездную категорию, но и повысить звездность. Однако опять же, все упирается в вопрос: а где клиенты? Найти деньги под проекты куда проще, чем найти тех, кто придет заселяться в реализованные проекты.

Заполняемость отелей едва дотягивает до 40% при существующем ценовом предложении. В отелях более высоких категорий (без учета небольших частных отельчиков) едва получается заполнить номерной фонд на 20%.



В таких условиях о быстром возврате инвестиций речи и быть не может. Так, даже в Москве, где средний показатель заполняемости отелей превышает 60%, сроки окупаемости проектов в гостиничном бизнесе сместились с 3-5 лет до 8 и более лет. Поэтому девелоперам, рассчитывающим на быструю оборачиваемость вложенных инвестиций, привлекательность сектора выглядит ниже средней или даже очень низкой.

Однако инвесторам, владеющим “длинными” деньгами и для которых сроки окупаемости на уровне 8-10 лет не выглядят критичными, ситуация вполне приемлема: все еще можно найти привлекательные места под застройку гостиничного комплекса, конкуренция, как это может показаться не парадоксально, напрочь отсутствует. И, например, даже при условии работы отеля “Минск”, “Минск-Принцесс-Отеля”, “Европы”, новый проект не будет проигрывать, поскольку для гостей страны все эти отели – темные лошади. Достаточно выйти на рынок проекту под маркой

одной из международных сетей, как все преимущества более ранних проектов будут нивелированы.

Для инвесторов, владеющих “короткими” деньгами, в этом секторе недвижимости также существуют вполне удачные возможности. Только здесь надо несколько опуститься на землю, перестать хватать звезды (в прямом смысле), а реально оценить структуру клиентуры сферы гостеприимства, структуру и потребности существующего потока въездного туризма и с учетом этой информации проработать концепции объектов гостиничного бизнеса и ценовой диапазон, в котором предстоит работать.

Логистическая и складская недвижимость

Складов в Минске и регионе для обслуживания внутреннего товарооборота достаточно. Да и стоят они не дорого: цена аренды варьируется в пределах 1-5 долларов за 1 м кв. Некоторые компании, работающие с большими грузопотоками, успели обзавестись собственными складскими помещениями, хотя доля частных складов мизерная.

Однако что такое современный склад белорусский бизнес может судить лишь по картинкам из Интернета, а что такое логистический комплекс – вообще многие представляют смутно. Как вам, к примеру, идея на территории логистического комплекса, размещенного в промзоне, строительство отеля уровня 4* и бизнес-центра класса В? Это-то на фоне, когда в центре Минска проблемы со сбытом и функционированием аналогичных объектов. А ведь это не вымысел, а серьезное предложение в одной из концепций развития логистического комплекса.

Если отойти от утопических идей в проектах строительства логистических центров, то актуальность хорошего многофункционального комплекса существует. Более того, лет 5 назад надо было приступать к реализации подобного проекта. Пока мы кичились своим географическим положением в центре Европы и надеялись что мы этакий столп, через который будут проходить все потоки между востоком и западом, севером и югом, наши соседи массово реализовывали проекты из области логистической инфраструктуры, причем, при прямом участии международных логистических компаний. В результате оказалось, что столб перепрыгнуть действительно невозможно, но его легко обойти, а в плане складской и логистической инфраструктуры мы стали вообще неконкурентны. И конкурентные возможности нового проекта в случае его реализации уже будут заведомо более низкие, чем могли бы быть: возможности использования комплекса, как международного перевалочного терминала, ограничены. Да и в целом, Беларусь страна транзитная, но маленькая, ее можно “проскочить” за несколько часов.

Современный логистический комплекс актуален для обслуживания белорусского экспорта и внутренних грузопотоков.





Вот только некоторые предпосылки для обоснованности его строительства. Во-первых, Минск – достаточно крупный мегаполис, формирующий и принимающий значительные объемы грузов. Во-вторых, земля в пределах города постепенно приобретает все большую стоимость, поэтому содержание складских помещений в центральной части и прилегающих к ней территориях становится экономически невыгодно. В-третьих будут ужесточаться экологические требования, что приведет к ограничению возможности въезда грузового транспорта в городскую черту и, соответственно, возрастет роль развозного средне- и малотоннажного транспорта. В-четвертых, развитие проектов области крупноформатного ритейла также будет вызывать синергетический эффект по отношению к потребностям в современной логистическо-складской инфраструктуре.

Есть и другие факторы, которые, не смотря на все риски, делают данный сектор недвижимости привлекательным для инвесторов. И главное, нет игроков.

Если сделать обобщенный вывод, рынок недвижимости Минска подходит к той черте, за которой реализация массовых проектов (за исключением массового жилищного строительства и строительства многоуровневых автомобильных парковок) будет невозможной по всем секторам. Это несколько усложнит положение девелоперских компаний. С другой стороны, сделает работу более интересной: приоритеты переключатся с массового копирования на реализацию индивидуальных и неповторимых проектов, игроки серьезнее начнут задумываться о проработке концепций будущего бизнеса, архитектурных концепций, глубже изучать рынок, его потребности и тенденции. В результате город получит более качественную инфраструктуру, удобства и привлекательные решения с эстетической и функциональной точки зрения.

Сергей Сенкевич