# УМНОЖЕНИЕ ФУНКЦИЙ

**ПОНЯТИЕ МНОГОФУНКЦИОНАЛЬНЫХ КОМПЛЕКСОВ (МФК) ПОЯВИЛОСЬ НА РЫНКЕ ПЕТЕРБУРГА БОЛЕЕ ДВАДЦАТИ ЛЕТ НАЗАД. ДО СИХ ПОР ЭТО ПОНЯТИЕ, КАК СЧИТАЮТ ЭКСПЕРТЫ, ОСТАЕТСЯ ДОСТАТОЧНО РАЗМЫТЫМ. ОДНАКО С РОСТОМ СЕГМЕНТА АПАРТ-ОТЕЛЕЙ ЧИСЛО МФК СТАЛО РАСТИ, И ТЕПЕРЬ ЧАСТО ЭТО НОВЫЙ УРОВЕНЬ КАЧЕСТВА ПРОДУМАННОСТИ КОНЦЕПЦИЙ.** РОМАН РУСАКОВ



ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

**ЧЕМ БОЛЬШЕ ФУНКЦИЙ — ТЕМ БОЛЕЕ ГИБОК ОБЪЕКТ. ПРАВДА, В ЭТОМ ЕСТЬ И СЛОЖНОСТЬ, ВЕДЬ ЧЕМ БОЛЬШЕ ФУНКЦИЙ, ТЕМ СЛОЖНЕЕ ОН В УПРАВЛЕНИИ**

Евгений Хохлов, директор по маркетингу девелопера AAG, говорит: «Если под МФК подразумевать объекты, объединяющие в себе жилье, апартаменты и коммерческие помещения, то число таких объектов в городе значительно увеличилось. При этом расположены они, как правило, в кварталах с исторической застройкой или на территориях „серого пояса“».

Трудность создания многофункциональных комплексов всегда заключалась в бюрократических процедурах и переводе статуса земли в жилой фонд — на это требуется много существенных вложений сил и средств, при этом сроки согласований почти невозможно спрогнозировать. Поэтому львиная доля проектов в историческом центре — именно апартаменты, а называть такие объекты МФК не совсем верно, даже с учетом того, что зачастую они обладают качественным коммерческим наполнением, считает господин Хохлов.

«Ситуация начала меняться три-четыре года назад, когда все больше застройщиков, в том числе и мы, стали анонсировать многофункциональные комплексы с проработанной концепцией. Из последних примеров — квартал Avant на территории бывшей фабрики „Красное знамя“ на Петроградской стороне, где реализуются жилые корпуса, апартаменты для жизни и работы, а также создается насыщенная социальная функция с торговыми променадами, парками и объектами досуга»,— рассказал он.

Из интересных проектов МФК господин Хохлов называет анонсированный в апреле этого года проект реконструкции бывшего СИЗО «Кресты». «Однако здесь, опять же, ввиду отсутствия жилья, вряд ли его можно назвать полноценным многофункциональным комплексом»,— полагает он.

**ЖИЛЬЕ ПОДХОДИТ ТОЖЕ** С ним не согласен Олег Дмитриев, директор филиала CORE.XP в Санкт-Петербурге. Он считает, что многофункциональные комплексы (МФК) могут включать жилую составляющую или обходиться без нее.

«Второй вариант более распространен. Однако стоит учесть, что большинство МФК в Санкт-Петербурге сегодня — это апарт-отели. В Северной столице формат апартаментов существенно отличается от московского: в большинстве случаев апартаменты входят в состав апарт-отелей. Среди сетевых отелей можно выделить YE'S, Avenir, Artstudio, Docklands, Avenue Apart и множество других»,— перечисляет эксперт.

Сервисные апарт-отели сочетают функции средне- и долгосрочного проживания резидентов, инфраструктурные зоны и общественные функции. К инфраструктуре относятся лобби, переговорные, коворкинг, кафе, спортзалы и другие удобства.

«Также популярностью у девелоперов и инвесторов пользуются небольшие офисные блоки на втором-третьем этажах таких апарт-отелей. В них, помимо классических небольших офисов юристов, дизайнеров, психологов и представительств компаний, также очень часто открываются салоны красоты, барбершопы, наращивание ресниц и иные бьюти-услуги для резидентов и местных жителей»,— рассказывает господин Дмитриев.

На первых этажах девелоперы в таких проектах размещают, как правило, помещения для стрит-ритейла площадью от 200 до 800 кв. м с возможностью устройства второго уровня за счет высокого первого этажа. В зависимости от локации, района, трафика и концепции девелопера в них размещаются супермаркеты, медицинские центры, фастфуд и небольшие рестораны и шоурумы одежды или различных компаний, продающие, например, отделочные материалы.

«Таким образом, за последние пять лет петербургские апарт-отели ворвались в сегмент многофункциональных центров и завоевывают в них свои позиции»,— полагает господин Дмитриев.

Стоит отметить тенденцию, отмечает он, возникшую после ухода иностранных компаний из России. Торговые центры в моменте лишились множества арендаторов. И в этой связи девелоперы придумывали новые форматы интеграций и коллабораций. «Так, в торговых центрах начали открываться коворкинг-зоны и библиотеки, появилось большее разнообразие различных досуговых и развлекательных зон и операторов не только для детей и подростков, но и для взрослых, стало открываться больше ресторанов и в ТРК появились фуд-холлы. Прямой связи между открытием фуд-холлов во множестве ТРК и февральскими событиями нет: многие девелоперы строили планы по реализации таких проектов еще до начала СВО. Однако данный процесс во весь рост встал как раз в последние два года,— замечает господин Дмитриев.— Наличием же при крупных ТРК и ТЦ офисных помещений уже давно никого не удивить: ДЦ „Невский центр“, Au Pont Rouge, ТК „Пик“, „Континент“ на Звездной и другие. Таким образом, крупные и популярные ТРК превращаются именно в МФК».

Что касается многофункциональных жилых комплексов (МФЖК), то там набор функций очень сильно зависит от девелопера и его подхода к реализации проекта. Есть игроки рынка, которые строят только жилье, с минимумом встроенных помещений и элементов инфраструктуры. Есть другие игроки, которые формируют среду. «И здесь можно отметить среду внутреннюю и внешнюю. Внутренняя — это набирающие популярность инфраструктурные зоны в жилых домах бизнес- и премиум-класса, которые включают в себя бизнес-лаунджи, переговорные, гостиные для жильцов и их гостей, массажные, спортивные комнаты, спа. Необычным элементом становятся медитационные комнаты. Набирают популярность также небольшие комнаты для работы персональных мастеров сферы красоты жителей этих домов»,— перечисляет господин Дмитриев.

Внешняя среда в МФЖК, по его словам,— это те функции, которыми могут пользоваться как жители, так и все окружающие. «В первую очередь это социальная инфраструктура: детские дошкольные учреждения и развивающие кружки, медицинские услуги, спортивные центры и клубы. Как частные, так и государственные. Во вторую — сервис: общепит, продуктовые и non-food retail, e-com-пункты выдачи и другие»,— говорит эксперт.

Такие факторы, как стоимость земли и себестоимость строительства, все меньшее количество земельных участков под застройку и, вероятно, петербургские традиции плотной застройки, обусловили то, что инфраструктура в жилых комплексах размещается во встроенных помещениях первых этажей. Они менее привлекательны для покупателей квартир, и такие квартиры на первых этажах, как правило, продаются дешевле, а коммерческие помещения девелопер продаст дороже.

Ольга Шарыгина, вице-президент Becar Asset Management, считает, что понятие МФК сейчас несколько размыто. «Любой жилой комплекс или комплекс апартаментов можно отнести к этой категории. Офисный центр тоже можно отнести к МФК. Я бы сказала, что доля МФК стремится к 80%. Чем больше функций — тем более гибок объект. Правда, в этом есть и сложность, ведь чем больше функций, тем сложнее он в управлении. Не все УК могут управлять, например, и офисами, и отелем, и торговым центром одновременно. Но выживаемость у такого формата, как правило, выше»,— указывает она.

Олег Дмитриев также полагает, что серьезных минусов у проектов МФК нет. «При проработанной концепции они дают главное преимущество — вариативность. Покупатель может выбрать „классическую“ квартиру в новостройке, апартаменты для жизни, сервисные апартаменты для сдачи в аренду или совместить формат work & live, купив двухуровневые апартаменты, в которых можно оборудовать офис на первом этаже и спальни с гостиной на втором»,— рассуждает эксперт.

**ТРЕНД НА МНОЖЕСТВЕННОСТЬ** Помимо многофункциональности, на рынке недвижимости вновь стал актуальным тренд и на многособственничество. Примерно до 2006–2008 годов это был тренд для торговых и бизнес-центров. Многие объекты строились, нарезались на отдельные помещения и продавались в розницу. Например, торговый центр «Ульянка», мебельный центр «Круиз».

Потом покупатели стали более опытными и начали понимать, что в будущем такой объект будет сложен в управлении и эксплуатации. Станислав Ступников, генеральный директор компании «МТЛ. Управление активами» (ГК «Бестъ»), вспоминает: «На тот момент еще недостаточно было квалифицированных и качественных управляющих компаний с подобным опытом, которые могли бы на себя взять такие непростые многособственнические объекты. И спрос упал. На сегодняшний день мы видим, что этот тренд возродился. Одна из основных причин — то, что сегодня количество компаний, готовых купить крупный объект пусть и по оптовой цене, но за высокую абсолютную стоимость, существенно сократилось, и девелоперам приходится делать более мелкую нарезку и продавать в розницу». Господин Ступников считает, что на сегодняшний день уже есть управляющие компании, которые могут взять на себя такие объекты. «У нас, например, есть опыт управления не только многособственническими гостиничными объектами апарт-отелями, но и торговыми и офисными центрами. Большинство покупателей таких объектов сегодня смотрит на то, кто и как будет управлять этим объектом»,— рассказал эксперт. По функциям чаще всего это бизнес-центры, апартаменты, торговые центры. «Что особенно важно для успешности таких проектов: иметь утвержденную общую концепцию, проект управления и эксплуатации на ранней стадии, управляющую компанию с опытом работы с такими объектами. Если заранее все это не продумать, то с повторными продажами в новых объектах у девелопера возникнут сложности»,— заключает господин Ступников. ■