

ТРЕНДЫ



Год назад консультанты бывшей «большой пятерки» — NF Group , CORE.XP , IBC Real Estate , Nikoliers , Commonwealth Partnership — в составе Moscow Research Forum представили обновленную впервые с 2013 года классификацию офисной недвижимости Москвы. В январе НКО «Альянс экспертов недвижимости» (в рабочую группу вошли консультанты, оценщики, девелоперы, банкиры и пр.) — классификацию объектов формата light industrial. Параллельно разными экспертными сообществами и на государственном уровне актуализируются или разрабатываются другие классификации сегментов. Некоторые из них входят или могут войти в состав различных дайджестов, в том числе дайджестов корректировок и индикаторов рынка, а также отраслевых справочников — предполагается, что ими будут пользоваться банки и оценщики для определения стоимости объекта или работы с инструментарием мониторинга залогового портфеля. В условиях беспрецедентных санкционных ограничений, закрытости рынков, ухода из страны международных рейтингов и глобальных оценщиков, подобных инструментов будет становиться все больше, считают игроки. Однако пока в работе над ними и в их применении экспертному сообществу сложно прийти не только к общему знаменателю, но даже диалогу.

ПОРТФЕЛЬ С ИНСТРУМЕНТАМИ:

**КАК НА КРИЗИСНОМ РЫНКЕ НА ОЦЕНКУ НЕДВИЖИМОСТИ
ВЛИЯЮТ КЛАССИФИКАЦИИ, ДАЙДЖЕСТЫ И СПРАВОЧНИКИ**

Упорядочивание классов и параметров коммерческой недвижимости — важный шаг к развитию и оздоровлению ее рынка, который сделает его более прозрачным, понятным и предсказуемым для всех игроков, включая девелоперов, инвесторов, арендаторов, банки, убеждена **Евгения Борзова, директор по коммерческой недвижимости Forma**. «Когда все оперируют едиными стандартами и критериями, работают в едином информационном поле, снижается риск недопонимания и разногласий, — уверена она. — Это позволяет принимать более взвешенные и обоснованные решения, например, при оценке стоимости объекта, определении арендных ставок или привлечении финансирования».

Классификаторы объектов недвижимости остаются важным инструментом определения качественного уровня продукта в коммерческой недвижимости, соглашается **Михаил Иоаннесянц, заместитель коммерческого директора по вопросам развития Business Club**. «Когда мы, например, говорим об объекте класса А в офисах, то знаем, что у него есть подземная/крытая парковка, что будут соблюдены обязательные характеристики климатических систем, требования по эффективности этажей, качеству материалов и тому подобное, — перечисляет эксперт. — Аналогично в складской недвижимости пользователь ожидает соблюдения требований по высоте потолков, нагрузке на пол, уровню пола над землей, коэффициенту застройки участка и так далее. Таким образом, пользователь, выбирая объект класса А, рассчитывает на определенный уровень качества объекта в целом, а собственник и кредитующий банк ожидают попадания лота в определенную ценовую нишу. Кроме того, принадлежность объекта к определенному классу автоматически определяет его пользовательскую аудиторию, скорость реализации и, соответственно, инвестиционную привлекательность,

поскольку некоторые интересные в принципе рассматривают для себя только объекты класса А». «Проблема, с которой мы столкнулись в части торгового сегмента — как раз отсутствие актуальной классификации, — добавляет **Полина Жилкина, управляющий партнер RETEX**. — Со времен адаптированной РСТЦ международной классификации ULI в России так и не было единой согласованной версии. Поэтому силами рабочей группы, куда вошли представители инвестиционно-девелоперских компаний, крупнейших банков, консультантов и УК, мы разработали и утвердили версию, определения которой знакомы профессионалам рынка, а содержание отвечает современным трендам и учитывает актуальные форматы и концепции торговых объектов».

В свою очередь, гостиничная классификация в России принята не только на уровне экспертных сообществ, но и законодательно, а значит, обязательна для всех средств коллективного размещения, напоминает **Станислав Ивашкевич, куратор гостиничного направления «Сафмар»**. «В отличие от классификации офисов и других коммерческих объектов гостиничная система классификации обязательна к исполнению и носит довольно четкий характер, — поясняет эксперт. — Российские системы классификации индустрии гостеприимства существуют более тридцати лет и регулярно модернизируются. Неклассифицированные же отели не могут выполнять свои функции, и могут быть просто закрыты надзорными органами. Напомню, что наша система классификации пятизвездочная и основывается на бальной системе. Гостиницы, набравшие необходимое количество баллов, получают официальный государственный сертификат от авторизованного органа. На основании него может быть рассчитана как кадастровая стоимость, так и государственные льготы. Сейчас идет работа



Евгения Борзова
директор
по коммерческой
недвижимости
Forma



Полина Жилкина
управляющий
партнер
RETEX



Станислав Ивашкевич
куратор
гостиничного
направления
«Сафмар»



Виктор Рослов
председатель
комитета
по залогам
и оценке АБР



Евгения Мерлакова
начальник отдела
экспертизы
залогового
обеспечения
«Альфа-банка»



Яна Кузина
партнер «Ricci |
Аналитический
центр»



Иван Починщиков
управляющий
партнер IPG
Россия

над системой классификации апарт-отелей».

РЕКЛАМНАЯ ПАУЗА

Очевидно, что условиях турбулентной экономики банки снижают аппетит к рискам, констатирует **Виктор Рослов, председатель комитета по залогам и оценке АБР**. И если сами инструменты анализа и оценки, по его словам, те же — модели, то подходы к их применению меняются: более короткие горизонты прогнозирования, более осторожные предпосылки и т.п. «Для любого банка одним из важнейших критериев остается качество залогового портфеля, его своевременный анализ, как с точки зрения ценовых показателей, так и ликвидности, востребованности на рынке, — напоминает **Евгения Мерлакова, начальник отдела экспертизы залогового обеспечения «Альфа-банка»**. — Поэтому при анализе сотрудники всегда стараются быть «в рынке». Хорошим подспорьем здесь являются актуальные классификации, которые демонстрируют современные тенденции рынка, важные показатели недвижимости, направления развития сегментов на ближайшие годы».

Другое дело, что практически любая классификация создана все-таки для определения и уточнения характеристик продукта брокерами и может использоваться в том числе как рекламный инструмент, указывает **Яна Кузина, партнер «Ricci | Аналитический центр»**. «Классификации как систематизация категорий объектов недвижимости на основе их качественных отличий (например, офисов А, В+, В) в первую очередь помогают потенциальным покупателям/арендаторам без детального изучения лота понять его основные характеристики, — соглашается **Иван Починщиков, управляющий партнер IPG Россия**. — Но классификация не включает в себя, например, корректировки. В этом случае справочник по корректировкам и дайджест — более

узкоспециализированные инструменты, которые содержат конкретные коэффициенты и методы корректировки стоимости объектов в зависимости от различных факторов (местоположение, состояние, рыночные условия)».

Сейчас банкам приходится опираться на мнение нескольких источников, перечисляет Яна Кузина: они могут использовать справочники Лейфера, аналитику консультантов и пр. Среди сложностей такого подхода эксперт называет возможную неактуальность корректировок, например справочников, и убеждена, что «рынку давно нужен обновляемый, грамотный и корректный инструмент — дайджест». Сейчас, по ее словам, продолжается работа над одним из таких продуктов — дайджестом корректировок коммерческой недвижимости для оценщиков. «В чем различия для оценщиков между классификациями и дайджестами, между дайджестами и справочниками по корректировкам? — рассуждает Виктор Рослов. — Сравнивать вообще не очень корректно: дайджест построен на базе классификаторов недвижимости и содержит необходимую для оценщиков информацию в части применяемых корректировок. По сути дайджест — тот же справочник. Но его отличие от большинства последних в том, что дайджест сформирован на основе консолидированного мнения участников рынка — брокеров, консультантов, девелоперов, оценщиков и банковских экспертов. И чем больше пользователей будет у дайджеста, тем большее количество специалистов будут использовать те же классификации, лежащие в его основе, и вообще разговаривать на одном языке».

Сама методология классификации (внутри дайджестов) и оценки коммерческой недвижимости учитывает также неочевидные факторы, которые тем не менее имеют влияние на стоимость актива, добавляет **Дмитрий Кланша, генеральный директор Remain**. По его словам,

подобный продукт дает объективную и детализированную оценку различных сегментов коммерческой недвижимости, что делает его интересным как для опытных, так и для новых игроков.

В свою очередь, **Иван Горбунов, руководитель отдела аналитики и ценообразования «ДОНСТРОЙ»**, считает дайджесты одновременно и классификаторами, и справочниками корректировок. Среди преимуществ он называет широкую экспертизу сообщества (банки, девелоперы, аналитики и т.д.), «упаковку» информации в максимально компактном виде и ее регулярное обновление. «На рынке ведь давно пытаются выработать, в том числе для жилья, какой-то единый подход по присвоению классов, — напоминает эксперт. — Да, сейчас есть маркетинговая классификация, которую указывают маркетологи в буклетах, но ее недостаточно».

ПОКАЖИТЕ КЛАСС

Подавляющее большинство сделок с недвижимостью совершаются с привлечением заемного финансирования, напоминает Виктор Рослов. Соответственно, использование одних и тех же классификаций и корректировок — при условии адекватного и достоверного отражения ими рынка — инвесторами, девелоперами, консультантами, оценщиками и банковскими специалистами существенно облегчит и ускорит работу по финансированию и структурированию сделок.

Эксперт полагает, что, например, дайджесты и подобные продукты могут получить развитие в автоматизированных модельных инструментах, которые, в свою очередь, позволят значительно ускорить и унифицировать оценку и мониторинг. «Собственно крупнейшие банки сейчас идут как раз по такому пути, — продолжает г-н Рослов. — Другое дело, что повсеместное использование справочников практически уничтожило «живую»

работу оценщиков по анализу рынка, выбору наиболее адекватных аналогов, подбору корректировок и тому подобного. Очень бы не хотелось, чтобы развитие справочников привело к превращению оценки в некую формализованную расчетную процедуру и, как следствие, к «вымиранию» самой профессии».

Могут ли такие инструменты быть интересны потенциальным инвесторам, в том числе непрофильным, и как их могут использовать в работе девелоперы? «Безусловно, — считает Евгений Борзова. — В офисном и складском



Дмитрий Клапша
генеральный директор
Remain



Иван Горбунов
руководитель
отдела аналитики
и цено-
образования
«ДОНСТРОЙ»



Антон Вовк, руководитель департамента залогов, старший вице-президент банка «ВТБ (ПАО)», руководитель комитета по оценочной деятельности Российской гильдии управляющих девелоперов (ГУД):

– Технологии в кризис и вне него не отличаются. При оценке объектов недвижимости просто принимаются во внимание текущие тенденции. Если же говорить об инструментах, то сегодня активно развивается модельная оценка типовых объектов (например, небольшие коммерческие помещения или жилые квартиры). При работе с нетиповыми объектами используется классическая техника оценки: объекты оцениваются как самостоятельно внутри банков, так и с привлечением независимых оценщиков.

Справочники и дайджесты же, по сути, очень похожи, они преследуют одну цель — дать рынку инструмент для проведения корректного расчета рыночной стоимости объектов недвижимости. Главное отличие в том, что при подготовке дайджестов используется мнение профессионалов рынка недвижимости, реально участвующих в реализации сделок по купле-продаже объектов.

В общем, дайджест — это эффективный инструмент для проведения корректной оценки стоимости предметов залога. Банку важно понимать, сколько реально стоят объекты недвижимости, при определении стоимости которых учитываются все актуальные тренды на рынке, а также размеры ценообразующих параметров. Для инвесторов ровно также это инструмент, с помощью которого можно понять реальную стоимость приобретаемого актива. Для девелоперов — инструмент, который можно использовать при оценке собственных инвестиций. Кроме того, важно, что все стороны будут в одной системе координат, что позволит эффективно реализовать все проекты. Ну а классификации — основа для подготовки любого дайджеста.



“



Александр Гутекулов,
руководитель
департамента
коммерческого
девелопмента
ГК «Михайловский
девелопмент»:

– Указанные инструменты не просто интересны, они жизненно необходимы, поскольку работа с недвижимостью без них подобна рулетке, которая при собственном богатом выборе случайных вариантов имеет еще и субъективное управление человеческим фактором. Оцифровать же можно только математическую модель, которая построена на объективных критериях и заданных допущениях. Соответственно, базой для такой модели может быть только классификация.

Классификация поможет участникам рынка и их партнерам принимать решения быстрее, делать их взвешенными, основанными на понятных и согласованных критериях, поставить будущее развитие на рельсы стандартизации и прозрачности, следовательно, и повысить ликвидность сегмента путем быстрого и объективного привлечения инвестиций.

В свою очередь, дайджест выделяет важные критерии и тенденции и помогает игрокам сфокусироваться на объективном принятии классификации. Хорошо подготовленный дайджест должен показать, что происходит на рынке/в сегменте; каковы ведущие тенденции, краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные; куда рынок может прийти на указанных горизонтах; как помочь всем участникам ускорить процесс и стандартизировать процедуры обслуживания. Именно эти показатели помогут привлекать средства и делать это быстро, основываясь на понятных и общепризнанных критериях.



Дмитрий
Герастовский
директор
«Ricci | Склады»

сегментах, например, появляется все больше новых игроков, для которых крайне важна четкая и оперативная информация о состоянии рынка. Дайджесты помогут им отслеживать, как меняются требования конечных покупателей к объектам, оценивать ликвидность активов в долгосрочной перспективе, принимать более обоснованные инвестиционные решения и минимизировать риски. Что касается девелоперов, то для нас дайджесты корректировок станут незаменимым инструментом

для планирования и проектирования новых объектов. Мы ведь должны четко понимать, как меняются требования к классам недвижимости, что сегодня считается современным и востребованным. Класс «А» десять лет назад и класс «А» сегодня — это совершенно разные продукты. И, поскольку цикл строительства занимает не менее трех лет, важно действовать на опережение, учитывать актуальные тенденции и требования к классификации уже на этапе проектирования».

Иван Горбунов соглашается: оценки и экспертиза станут более прозрачными и точными. «Все игроки рынка с разных сторон окажутся в одном информационном поле: банки, консультанты, оценщики будут понимать, как строится ценообразование объектов у девелоперов, — поясняет г-н Горбунов. — Инвесторы — каким образом сложилась та или иная оценка, соответствует ли она их ожиданиям. В общем, подобные решения помогут сделать базу рынка коммерческой недвижимости более классифицированной, и расширить в ней количество параметров, на основе которых можно будет делать тот или иной анализ. И, повторяюсь, что ключевой посыл здесь — прозрачность рынка». «Но для всего этого, во-первых, банки и оценщики должны начать массово использовать, например, новый дайджест и его данные, а отдельные брокерские компании — осознать, что те же классификации не должны быть исключительно продуктом, принадлежащим им, — перечисляет *Дмитрий Герастовский, директор «Ricci | Склады»*. — И девелоперы, и остальные участники рынка обязательно должны массово участвовать в процессе внесения изменений и уточнений к любым классификациям. Но на самом деле даже одного того, что банки и оценщики начнут массово использовать дайджест, уже хватит, чтобы несколько ведущих брокеров подстроились и перестали перетягивать одеяло в свою сторону в вопросе унификации классификаций для рынка», cRe

”