



АПЕКС
НЕДВИЖИМОСТЬ



Владимир Молчанов

Заместитель генерального
директора компании

АН Апекс Недвижимость

В компании с момента её основания
в 2002 году

- ✓ Руководитель учебного центра компании «АН Апекс Недвижимость»
- ✓ Участник международных конкурсов WEB-Realtor 2013 и 2015
- ✓ Участник Международных выставок и форумов коммерческой недвижимости IREX; Лидеры Недвижимости; RusRealExpo; Выставок российской и зарубежной недвижимости «ДОМЭКСПО»

Как выбрать объект с максимальной доходностью для себя или для клиента

1. Сравнение способов инвестиций
2. Подбор объекта
3. Как посчитать окупаемость коммерческих объектов и выбрать объект для инвестиций
4. Оценка коммерческих и технических факторов помещения
5. Сервисы геомаркетинга
6. Подводные камни
7. Юридическая экспертиза
8. Перспективы уменьшения окупаемости объекта
9. Дорожная карта покупателя

Виды инвестиций

1. Банковский депозит (Надежный если в банк в ТОП ☺, если нет то 1.4 млн страховка. Доходность 6-8 %)
2. Вложения в акции и облигации (Акции рискованные операции, если консервативная методика под управлением фондов или облигации то доходность 7-11%)
3. Инвестиции в жилую недвижимость (Была хорошая окупаемость при вложении на уровне котлована 5-7%, сейчас при сдаче в аренду 2-3%)
4. Инвестиции в коммерческую недвижимость (Относительно высокий порог входа от 10 млн, трудности в управлении, доходность 6-17%)

Определяемся с целями и методами

1. Определение бюджета и способа финансирования (сколько вы можете и готовы вложить, какая окупаемость и доходность Вас устроит, привлечение кредитных средств)
2. Способы и цели инвестиций (покупка пустого помещения с дальнейшей упаковкой и продажей, развитие собственного бизнеса с дальнейшей продажей, покупка готового арендного бизнеса)
3. Модель управления (самостоятельно, управляющая компания)
4. Вид недвижимости (торговая, street reatail, общепит, офисная, отели и хостелы, складская, производственная, апартаменты)

Подбор объекта для инвестирования

Заключение договора с АН или самостоятельный поиск

Инструменты:

- Собственные базы в CRM (агрегация всех предложений с рынка)
- Агрегаторы: Циан, Авито, Realto и.т.д
- Помещения с торгов ДГИ <https://investmoscow.ru/>
- Переуступка прав аренды с возможностью выкупа
- Помещения с торгов по банкротству
- Аукционы по недвижимости (заниженная цена)
- Обход ногами, сарафанное радио, закрытые чаты и.т.д

Самостоятельно или через АН

1. Самостоятельный поиск (упускается много вариантов, медленная скорость реагирования, неправильная оценка доходности)
2. Поиск через АН (неправильно формируется запрос - не сформулированы данные по ожидаемой доходности и окупаемости, не дается реальный бюджет покупки, если не платить АН за поиск будут предлагать только «свои» варианты)

Что выясняем в результате подбора?

1. Окупаемость объекта недвижимости (на сколько реальна стоимость относительно наших ожиданий)
2. Коммерческие и технические факторы (Анализ локации – геомаркетинг, технические характеристики, наличие договоров с коммунальщиками или управляющей и.т.д)
3. Возможность покупки с юридической точки зрения (права собственности или возможность их возникновения, незаконные перепланировки и самострой, обременения и залого)

Как понять стоимость за сколько покупать?

Цена приобретения 1 900 000



Рыночная оценка

2 000 000



Оценка банка для залога

500 000



Оценка БТИ

200 000



Кадастровая оценка для целей налогообложения

10 000 000



Оценка покупателя

900 000



Виды оценки коммерческих помещений

1. Затратный (Метод Продавца. Обычно включает затраты продавца по приобретению и содержанию объекта, за вычетом полученной прибыли и амортизации. Обычно далеко от рыночной стоимости)
2. Доходный метод (Метод Покупателя. Оценка с точки зрения окупаемости инвестиций. Наиболее приближен к рынку, но есть нюансы)
3. Сравнительный метод (Оценка на основании аналогичных объектов и кадастровой стоимости. Не очень точный из за небольшого количества аналогов и сильной зависимости от специфики помещения. Тип помещения, расположение, трафик, коммуникации, мощности, незаконные перепланировки и.т.д)

Методика вычисления рыночной стоимости объекта недвижимости:

1. Коммунальные и эксплуатационные платежи
2. Узнаем у Собственника или смотрим в Росреестре кадастровую стоимость объекта недвижимости
3. Налог на имущество с кадастровой стоимости (по Москве это в среднем 1.6% от кадастровой стоимости)
4. Если есть арендаторы, то входящий арендный поток, если нет то оцениваем реальную ставку почем можно сдать. (Может быть подлог со стороны собственников!)
5. Смотрим стоимость аналогичных помещений по рынку в этом районе
6. Вычисляем окупаемость объекта из расчета 8-10 лет. (Покупатели хотят помещения с окупаемостью 5-7 лет)

Формула

(Валовый доход за год - налог 6% – коммунальные и эксплуатационные расходы – налог на имущество - простой помещения 5% от месяца - оплата риэлтора 50% от месяца)*8 лет окупаемости = цена объекта

Сравниваем с аналогами по рынку и кадастровой стоимостью, должно быть равно или меньше

Оценка коммерческих и технических факторов для торговых помещений, ПСН и общепита

Делаем анализ факторов и проставляем баллы для помещений

- 1) Характеристики локации (Метро, станции, остановки, количество жителей. Лучше делать с помощью сервисов геомаркетинга <https://geointellect.com> и др, или специализированных компаний)
- 2) Трафик (замеряем 3 раза в сутки по 10-15 мин рядом с объектом счетчик и видеосъемка, мин 400 чел в сутки, в спальниках 200)
- 3) Расположение (относительно пешеходного потока, различие в цене может быть в два раза)
- 4) Dead Coner – мертвый угол и в ТЦ и в Street Retail конец улиц, тупиковые
- 4) Наличие конкурентов (анализ выживаемости арендатора или посадки нового)
- 5) Потенциал развития локации (Дополнительная застройка, планы развития, реновация, открытие метро и.т.д)

Оценка коммерческих и технических факторов для торговых помещений, псн и общепита

6) Потенциал платежеспособного спроса (замеры по чекам в точках конкурентов, стоимость жилья в районе-геокарта Яндекс)

7) Внешний вид облик и окружение (год постройки/реконструкции, что находится рядом)

8) Видимость (с проезжей части, относительно пешеходного трафика)

9) Витринные окна

10) Высота потолков (для многих лицензионных бизнесов не ниже 2.7 м)

11) Электрическая мощность (Возможность подключения) (McDonalds – 200 Квт)

12) Наличие входов/зоны разгрузки (Возможность обустройства дополнительных входов)

13) Планировка, возможность перепланировки, возможность сдачи частями

Оценка коммерческих и технических факторов для торговых помещений, псн и общепита

- 14) Парковка своя или рядом
- 15) Уровень конкуренции в районе
- 17) Востребованность формата у потребителя
- 18) Стабильность бизнеса арендатора (сетевой, франшиза, давно находится)
- 19) Оставшийся срок аренды (если есть арендаторы)
- 20) Индексация (если прописано в договоре)
- 21) Уровень доходности (на текущий момент и в перспективе 5 лет)
- 22) Возможность размещения арендаторов разных профилей
- 23) Наличие трафикообразующего арендатора, который арендует в соседнем помещении или здании

Фото и видеоотчеты при анализе

1. 3-5 фотографии объекта с основных точек, обязательно с трафиком людей, фото фасада
2. Фотографии внутри помещения: Несколько общих, прикассовая зона, сан узлы, подсобные помещения;
3. Фотографии пола, стен, потолка, кондиционера, если есть.
4. Фотографии непосредственно входной группы
5. Фотографии места под вывеску.
6. Две фотографии от входа. Встаем спиной к входу и фотографируем вправо и влево (должны быть люди)
7. Видео круговое. Отходите от входа на несколько метров, встаете к нему спиной и начинаете снимать видео, медленно поворачиваясь вокруг своей оси. Стараемся захватить людей, жилой массив, сам объект.
8. Видео трафика непосредственно на стороне объекта. Нужно сделать 5 видео по 40-60 секунд.
9. Видео внутри объекта. Снимать начинаем с открытия двери в помещение

Как считать оборот в месяц

- 1) Берем чек в точке конкурентов, смотрим номер и дату, на следующий день тоже самое.
- 2) Или у администраторы можно уточнить количество чеков в день, объяснив, что вы планируете арендовать площадь под островок.
- 3) Подсчитываем количество чеков
- 4) Считаем количество касс, умножается погрешность на 1.5
- 5) Примерно высчитываем средний чек покупки (Пятерочка 400-500, Азбука Вкуса 600 и.т.д)
- 6) Умножаем на 30 дней получаем оборот в месяц

Необходимы мощности для сетей

1. Красное и белое – 15- 30 кВт
 2. Мясные магазины – 100 м²- 35 Квт
 3. Пятерочки (500 м²) 50-60 Квт
 4. Mcdonalds – до 250 кВт
 5. Аптеки 10-15 Квт
 6. Ресторанный бизнес мин 80-100 кВт
 7. Банки – под серверные 30-35 Квт
- и.т.д

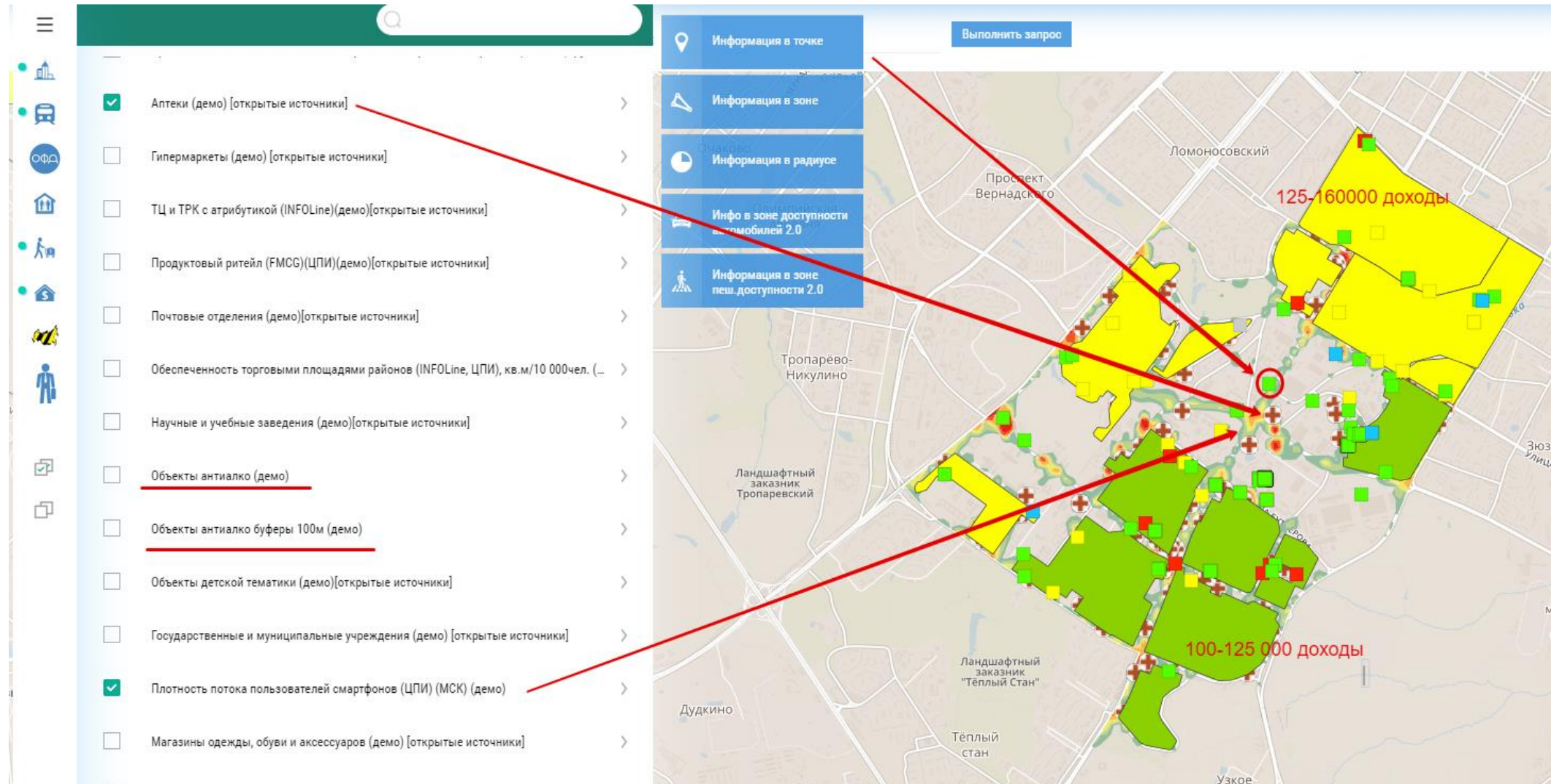
Сервисы геомаркетинга - geointellect.com, плотность населения, остановки, объекты

The screenshot displays the geointellect.com web application interface. On the left, a list of data layers is shown with checkboxes and expandable arrows. The top of the interface features a search bar and a 'Выполнить запрос' (Execute request) button. The main map area shows a city district with various data points overlaid, including population density, bus stops, and commercial real estate. Red arrows indicate the mapping between the list items and their visualizations on the map.

Layer Name	Checked
Коммерческая недвижимость. Продажа (демо)	✓
Модель распределения работающих в бизнес-центрах (демо)	☐
Жилые дома. Оценка домохозяйств. Данные по домам (ЦПИ)(демо)	☐
Численность населения по избирательным участкам (Избирком, ЦПИ), чел. (демо)	✓
Дачи, коттеджи и садовые участки. Количество домов и участков (демо)	☐
Плотность населения (Избирком, ЦПИ), чел./кв.км (демо)	✓
Численность домохозяйств (количество квартир) по районам (ЦПИ) (демо)	☐
Плотность потока пользователей смартфонов (ЦПИ) (МСК) (демо)	✓
Загруженность остановки в будний день (МСК), баллов (демо)	☐
Загруженность остановки в выходной день (МСК), баллов (демо)	☐
Остановки общественного транспорта (OSM)(демо)	✓
Пассажиропотоки по станциям метро, тыс.чел. в сут (Метрополитен) (демо)	✓
Пеш доступность к остановкам общественного транспорта (демо)	✓
Численность населения по административным округам (Росстат), чел. (МСК)	☐

Map Labels: Ломоносовский, Проспект Вернадского, Тропарёво-Никулино, Дудкино, Теплый стан, Узкое, Эозино, Улица Кра, микрорайон Семеновский, Чертановский, Ландшафтный заказник Тропаревский, Ландшафтный заказник "Теплый Стан".

Конкуренты, пешеходные потоки, доходы населения, объекты из баз данных



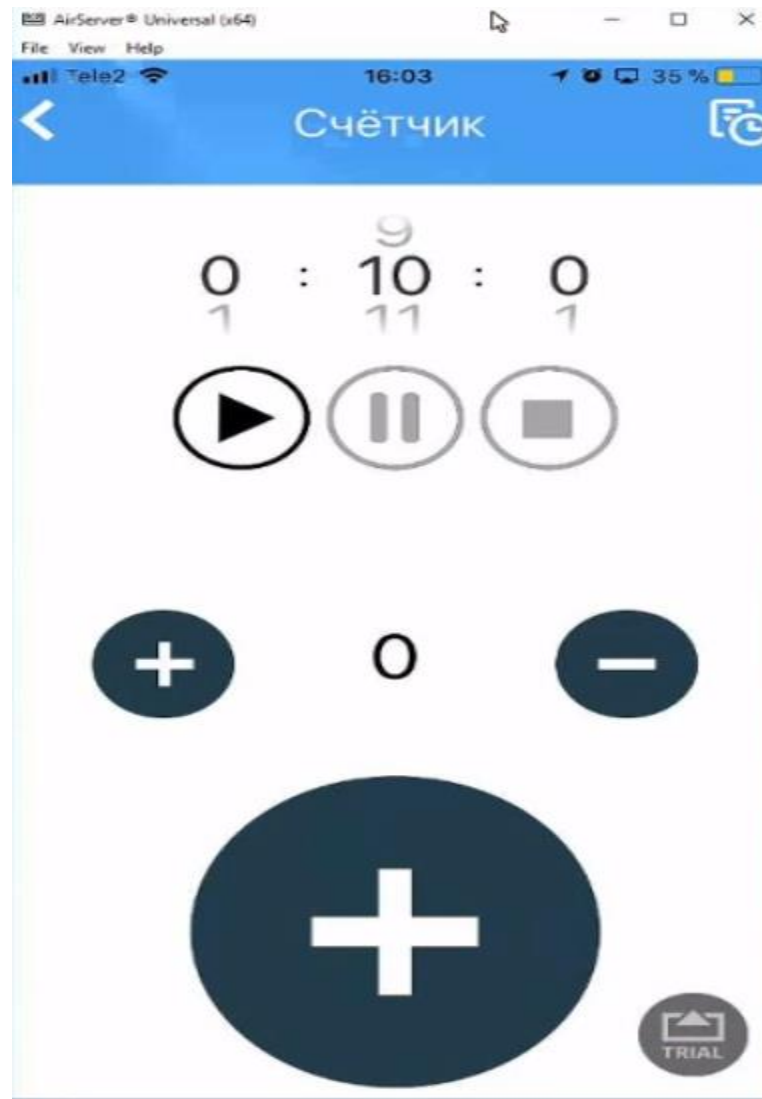
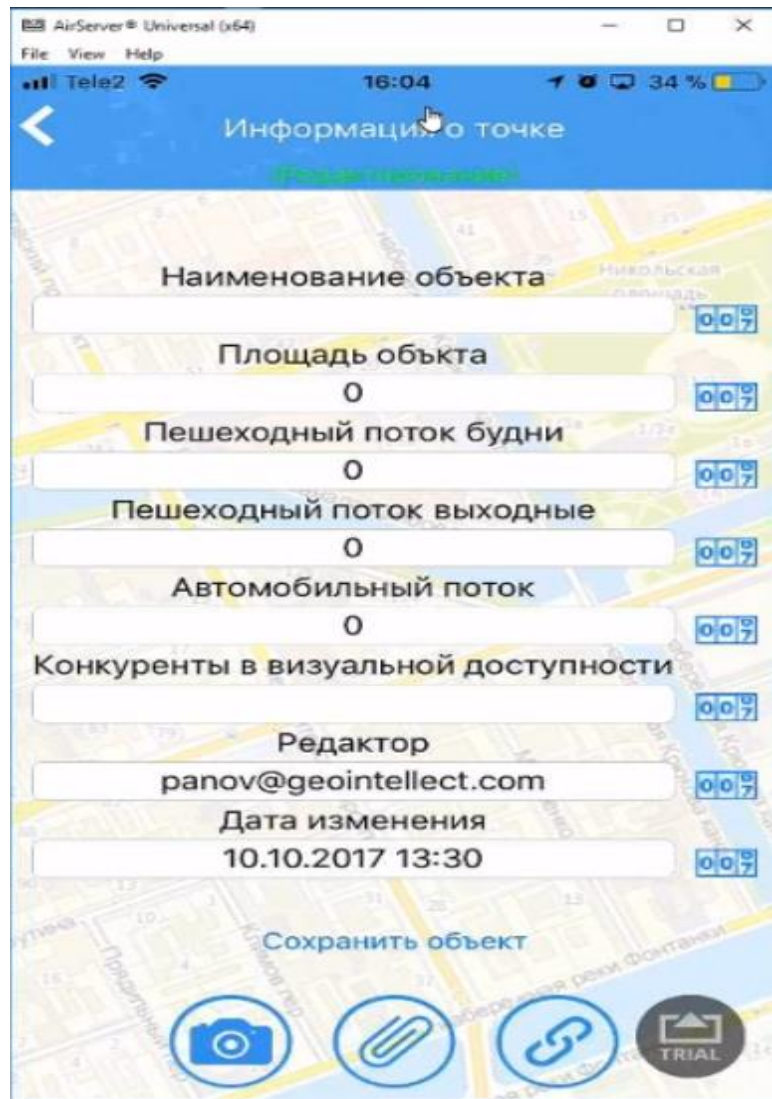
Что оцениваем с помощью сервисов -1

1. Что предлагается в аренду и на продажу рядом (подгружается Циан, Авито, CRM)
2. Плотность и численность населения домов (реальная и ожидаемая-идет строительство) в 5 и 10 мин пешком
3. Плотность и численность населения в транспортной доступности (Реальная и ожидаемая-идет строительство) 5,10, 15 мин транспортом
4. Удаленность от метро
5. Доходы населения в расчете дохода семьи из 2-х работающих, по данным МТС

Что оцениваем с помощью сервисов -2

6. Конкуренцию по различным видам деятельности (аптеки, продуктовики, промтовары, бытовые и.т.д)
7. Тепловые карты движения пешеходов (народная тропа)
8. Плотность на остановках общественного транспорта
9. Количество точек конкурентов
10. Объекты антиалко
11. Бизнес центры по классам
- 12.....

Есть мобильное приложение которое удобно для подсчетов вручную



Промокод на geointellect.com

арех2020

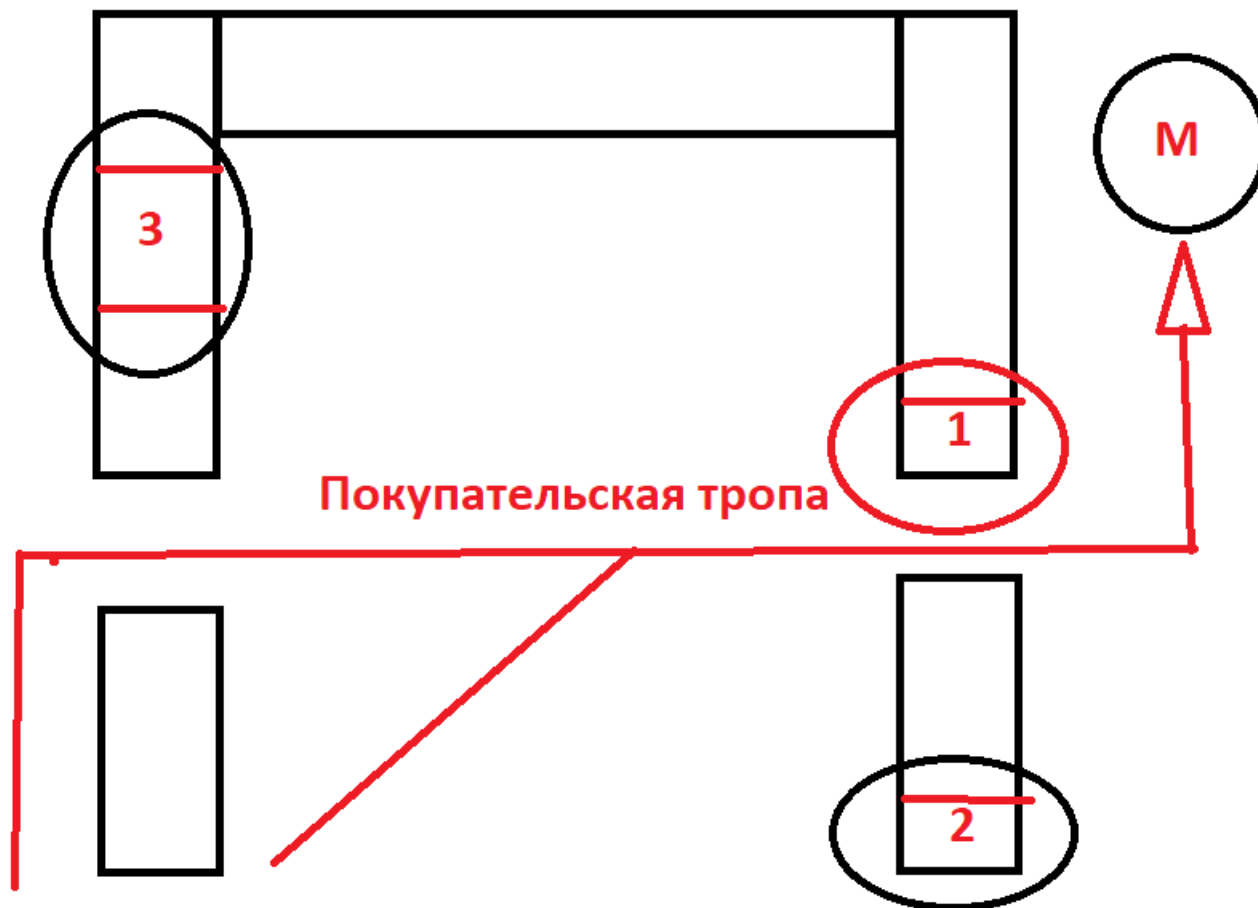
40 %

На любой тариф

Но, по каждому типу помещений есть нюансы

1. На 1000 чел примерно 500 м² бытовых и торговых помещений (смотрим конкуренцию в районе)
2. Торговые, стритритэйл, общепит в одной локации, очень зависят от покупательской тропы (Поток в метро, к остановке, в крупный ТЦ)
3. Расходы на управляющие компании в офисных зданиях могут съесть всю прибыль
4. Невозможность подключения дополнительных мощностей или очень дорого
5. Попадают в планы развития района
6. По участку или рядом с помещением проходит природоохранная зона, или проложены коммуникации
7. Завышение стоимости аренды в договорах специально под продажу

Покупательская тропа



Плюсы и минусы работы с сетевыми арендаторами и покупки с ними бизнеса

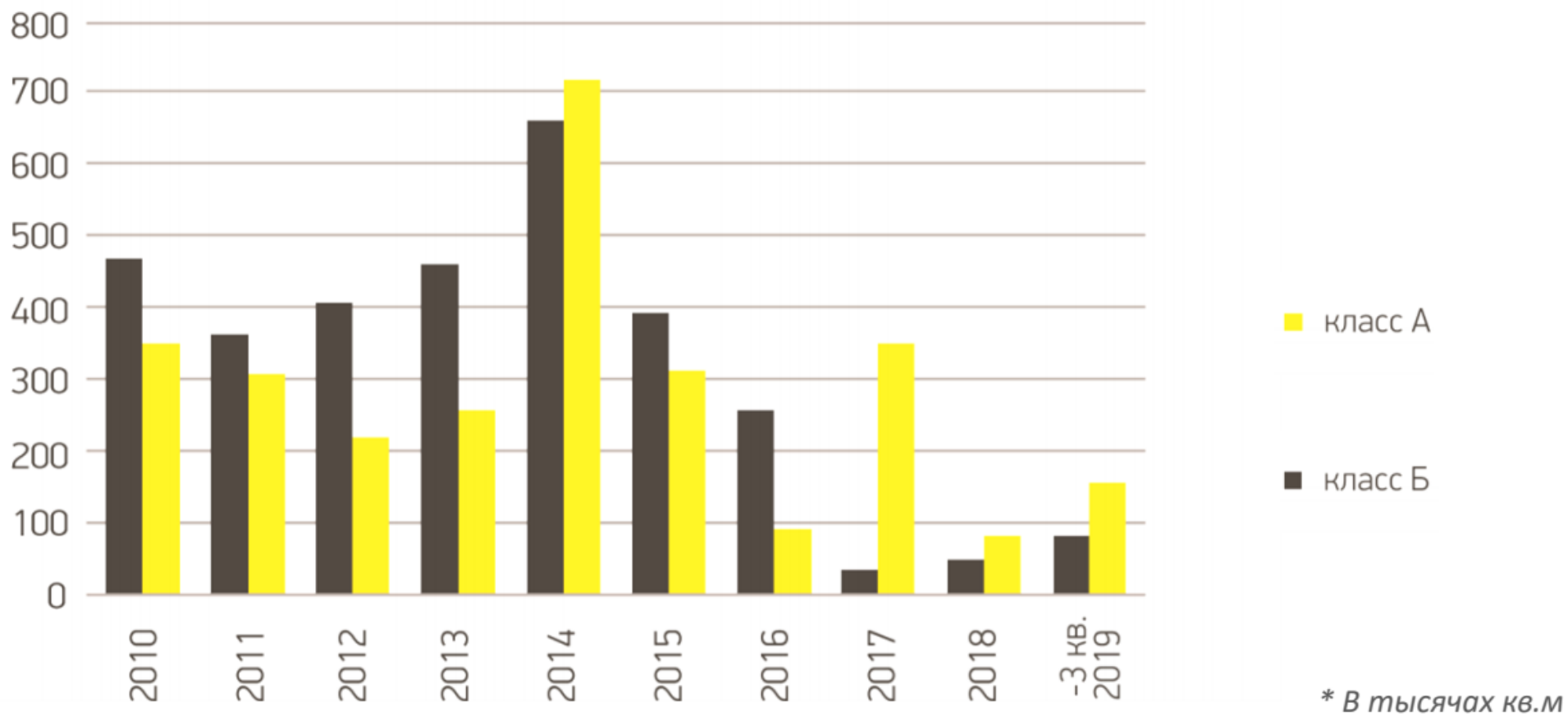
- + Стабильность арендаторов (правда не всех 😊 Вкус Вилл сидит по 2 недели и уходит если не нравится)
- Жесткие договора (Различная ответственность собственника за аварийные ситуации, штрафы за расторжение и.т.д)
- Риск выкручивания рук – понижение арендной ставки

Для каждой сети свои требования

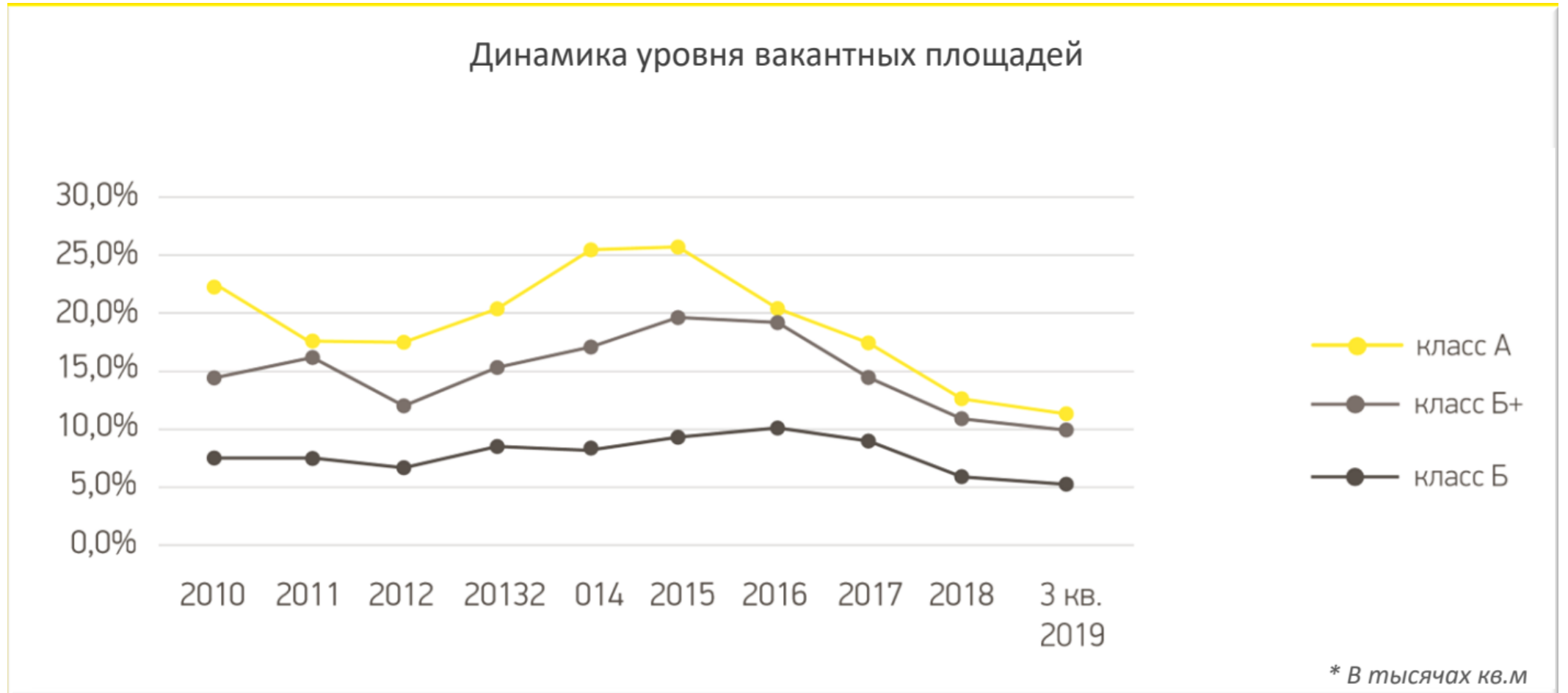
1. Необходимо составлять таблицу с требованиями основных сетей и франшиз (При анализе выбираемых помещений это может сыграть ведущую роль в покупке)
2. Если сеть сейчас активно развивается, и мы понимаем, что помещение подходит под ее требования, можно заключать предварительные договора. (Яндекс лавка – смотрит все)

Динамика прироста офисных площадей по данным ILM

Динамика прироста новых качественных офисных площадей



Динамика уровня вакантных офисных площадей по данным ILM



Юридический аудит

1. Анализ правоустанавливающих документов, сведения об ограничениях или обременениях права (СБИС, КОНТУР, Росреестр)
2. Проверка контрагента (<https://egrul.nalog.ru>)
3. Проверка истории владения объектом
4. Проверка незарегистрированных перепланировок
5. Проверка расположения помещения на публичной кадастровой карте. (<https://pkk5.rosreestr.ru>, кадастр.москва)

Географические координаты

1. Географические координаты – если есть кадастровый номер, а координат нет, то опасно
2. Здание стоит на учете кадастровом, но нет координат.
3. Когда проводятся измерения то здание вылезает за границы участка. Сделку провести невозможно

Для чего нужно анализировать

1. Если Вы инвестор или подыскиваете помещение под инвестора, то анализ этих факторов поможет поднять рейтинг помещения или наоборот
2. Если Вы проводите консалтинг по договору, то вы можете доказать, что не проходящее по каким-то параметрам помещение является потенциально интересным, в случае устранения некоторых факторов или проведения реконцепции и.т.п

Что можно предлагать потенциальному покупателю объекта после аудита в случае покупки

1. Повышение и поддержание стоимости объекта недвижимости как актива
2. Заполняемость арендопригодных площадей от 95% по рыночным арендным ставкам (помощь в сдаче арендных площадей или взять в управление)
3. Увеличение арендного потока, за счет оптимизации (коридорные коэффициенты, укрупнение блоков, перепрофелирование 1-х этажей под ритейл или реконцепция всего здания)
4. Сокращение/оптимизация расходов на эксплуатацию объекта
5. Улучшение качества содержания и обслуживания инженерных коммуникаций (внутренних сетей).
6. Модернизация оборудования теплогенерации, внешних тепловых и водопроводных сетей, канализации
7. Профессиональный клининг, профессиональная охрана и безопасность на объекте.
8. Эффективное управление парковочным пространством

Реконцепция помещения

1. ПСН на Ленинградском проспекте д 2, было 2-3 больших помещения.
Выкупили, разделили кадастр, теперь сдают и продают по частям
2. Ставка аренды возросла в 2 раза, окупаемость всего помещения соответственно тоже снизилась

Реконцепция помещения Ленинградский пр. 2



Работа с помещениями от ДГИ

1. Находим интересующие варианты на investmoscow.ru
2. Производим осмотр с представителями ДГИ
3. Делаем ЭЦП
4. Вносим залог (10% от лота)
5. Участвуем в торгах
6. Оформляем договор аренды с правом выкупа или договор купли продажи. При аренде добросовестно выполняем договор 2 года, что бы выкупить
7. Оцениваем возможность выкупа объекта согласно 159-ФЗ;
8. При выкупе получаем рассрочку 3% на 5 лет
9. Есть альтернатива. Покупаем права аренды, где срок 2 года уже прошёл или подходит к концу, или это старые договора. Надо смотреть, что бы не подавалось на Выкуп, можно 1 раз.

<https://www.apex-realty.ru/business.html>

Где брать средства?

- 1) Ипотека (Многие банки сейчас кредитуют коммерческую недвижимость)
- 2) ДГИ рассрочка 3 % на 5 лет по 159 ФЗ



Дорожная карта покупателя

1. Выбираем помещение
2. Оцениваем окупаемость и доходность
3. Проводим анализ коммерческих и технических факторов
4. Проводим юридическую оценку и возможность устранения недостатков
5. Принимаем решение о покупке



Вопросы?



Владимир
Молчанов



Тел. 8 495 369-01-55

Моб. 8 916 149-46-75

