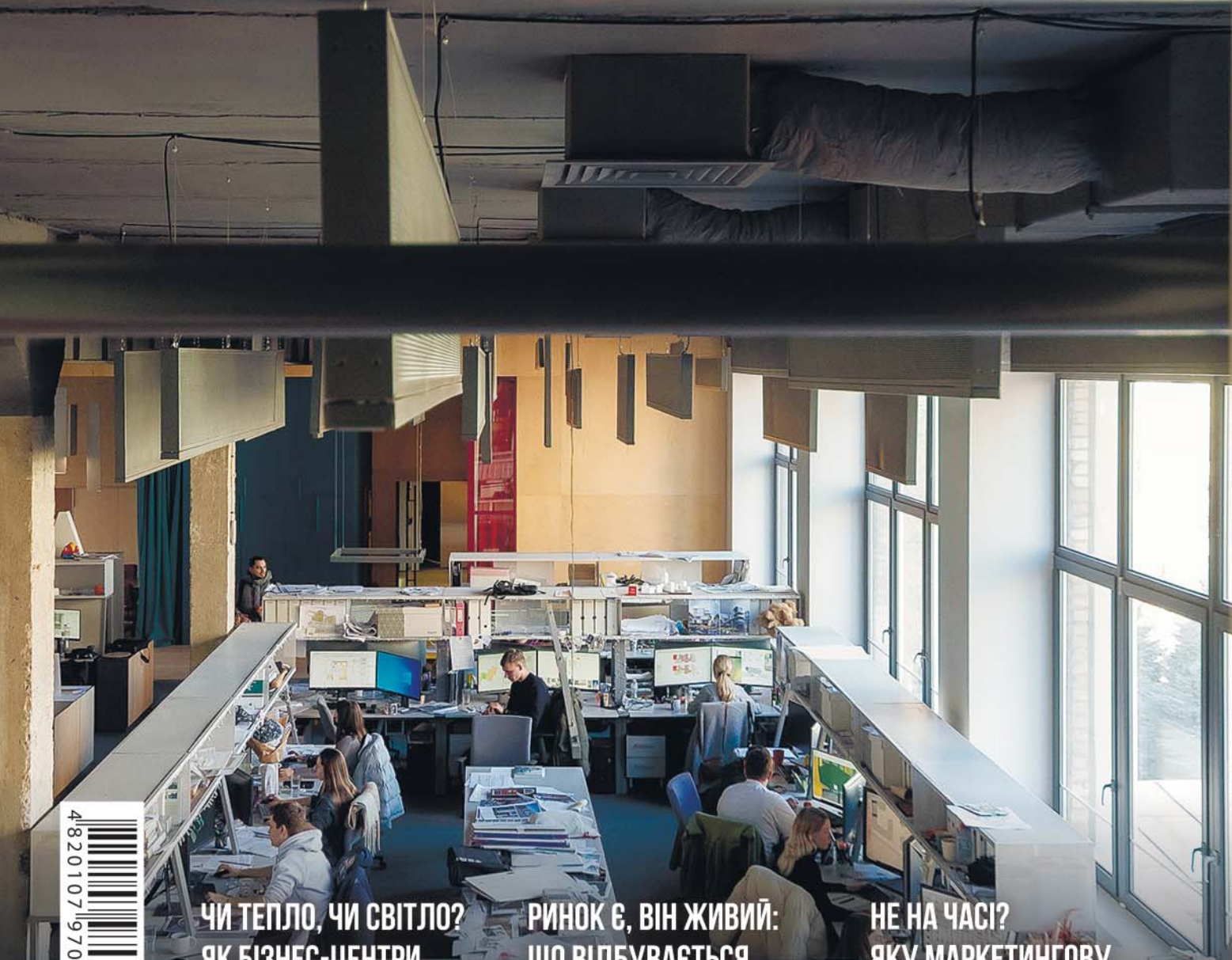


РЕЛОКАЦІЯ. АДАПТАЦІЯ. ЕКСПАНСІЯ. ЯК ПРАЦЮЮТЬ УКРАЇНСЬКІ АРХІТЕКТОРИ В ПЕРІОД ВІЙНИ



4 820107 970015



033

**ЧИ ТЕПЛО, ЧИ СВІТЛО?
ЯК БІЗНЕС-ЦЕНТРИ
ПІДГОТУВАЛИСЯ
ДО ЗИМИ 2022/2023**

**РИНОК Є, ВІН ЖИВИЙ:
ЩО ВІДБУВАЄТЬСЯ
У СЕКТОРІ ЖИТЛОВОЇ
НЕРУХОМОСТІ ЛЬВОВА**

**НЕ НА ЧАСІ?
ЯКУ МАРКЕТИНГОВУ
СТРАТЕГІЮ ОБРАЛИ
УКРАЇНСЬКІ ТОРГОВІ ЦЕНТРИ**

ДЕВЕЛОПМЕНТ НЕРУХОМОСТІ

СЕРТИФІКАЦІЙНИЙ КУРС

15 ЛЮТОГО 2023 - 17 ЧЕРВНЯ 2023



school@c-p.com.ua
+38 (044) 461 90 52
ocenka@iib.com.ua
+38 (067) 819 07 17

ОРГАНІЗАТОРИ



АДАПТОВАНА ПРОГРАМА ПІД СУЧАСНІ РЕАЛІЇ

МОДУЛЬ 1
СУТНІСТЬ
І НОРМАТИВНО-ПРАВОВІ
ОСНОВИ ДЕВЕЛОПЕРСЬКОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ

МОДУЛЬ 2
УПРАВЛІННЯ
ДЕВЕЛОПЕРСЬКИМ
ПРОЄКТОМ

МОДУЛЬ 3
ІНСТРУМЕНТИ МАРКЕТИНГУ
ТА ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ
В ДЕВЕЛОПЕРСЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

МОДУЛЬ 4
ОСОБЛИВОСТІ ДЕВЕЛОПМЕНТУ
РІЗНИХ ТИПІВ НЕРУХОМОСТІ

МОДУЛЬ 5
УПРАВЛІННЯ ТА ЕКСПЛУАТАЦІЯ
ОБ'ЄКТІВ НЕРУХОМОСТІ



ЗМІСТ

- 6 СЛОВО РЕДАКТОРА
- 7 ІНДЕКС
- 8 НОВИНИ
- 8-10 Новини компаній. Український ринок
- 11 Skogur: будуємо дім для життя та відпочинку в Карпатах ©
- 12-14 Міжнародні новини
- 15 Досвід EVB: до чого бути готовим, працюючи із замовниками з Великої Британії ©
- 16 ТОПТЕМА
- 16-21 Релокація. Адаптація. Експансія. Як працюють українські архітектори в період війни
- 22 ФОКУС
- 22-23 Об'єднані для відбудови
Інтерв'ю Вікторії Куликової, керівниці департаменту комітетів Європейської Бізнес Асоціації
- 24 ЖИТЛОВА НЕРУХОМІСТЬ
- 24-27 Ринок є, він живий. Що відбувається у секторі житлової нерухомості Львова
- 28 ГОТЕЛЬНА НЕРУХОМІСТЬ
- 28-30 Працювати, попри складнощі. Результати опитування гравців готельного ринку України від готельної асоціації та агентства туризму
Стаття Ірини Сідлецької, генеральної директорки компанії Vertex Hotel Group, президента Української Асоціації Готелів та Курортів



Чи тепло, чи світло? Як бізнес-центри підготувалися до зими 2022/2023
32



Відновлення та масштабування. Ілля Кенігштейн про роботу та плани мережі Creative States
36

- 32 ОФІСНА НЕРУХОМІСТЬ
- 32-34 Чи тепло, чи світло? Як бізнес-центри підготувалися до зими 2022/2023
- 35 Реконструкція інженерних систем: зниження витрат і гнучкість керування приміщеннями ©
- 36 КОВОРКІНГИ
- 36-40 Відновлення та масштабування. Ілля Кенігштейн про роботу та плани мережі Creative States
Інтерв'ю генерального директора та засновника мережі офісних рішень Creative States
- 41 Colliers Ukraine: основні тренди на ринку коворкінгів
- 42 МАРКЕТИНГ
- 42-45 Не на часі? Яку маркетингову стратегію обрали українські торгові центри
- 46 Маркетинг ТЦ/ТРЦ під час війни
Авторська колонка Олени Яковенко, керівної партнерки агенції prcom
- 47 ТОРГОВЕЛЬНА НЕРУХОМІСТЬ
- 47 Індекс Самопочуття: на ринку торговельної нерухомості з'явився новий показник
- 48 ФОРЕНЗІК
- 48-49 Тема-табу: корпоративне шахрайство в девелоперських і будівельних компаніях
Інтерв'ю Олени Макаренко, партнерки, консультаційні послуги, керівниці групи форензик і наряду сталого розвитку та ESG компанії KPMG в Україні
- 50 ПРАВО
- 50 Вплив українських санкцій на ринок комерційної нерухомості
Стаття Антона Рекуна, юриста практики будівництва та нерухомості, та Яни Бабиц, старшої юристки практики корпоративного права та M&A, АО Arzinger
- 52 ДЕВЕЛОПМЕНТ
- 52-53 Промислове будівництво України: на які нові проекти чекати?
Стаття Олександра Соколова, генерального директора компанії Pro-Consulting
- 54 ВИСТАВКИ ТА КОНФЕРЕНЦІЇ
- 54-56 Фокус на відбудову. Підсумки участі України в EXPO Real 2022
- 58 ARCHITECTURE & DESIGN
- 58-61 Вище, екологічніше, сучасніше: нові хмарочоси світу



вул. Шовковична, 42-44
01004 Київ, Україна



З усіх питань звертайтеся
за телефоном:
тел.: +380 (96) 349 88 08

БІЗНЕС-ЦЕНТР

HORIZON OFFICE TOWERS

ЗАТИШНИЙ, КОМФОРТНИЙ, СВІТЛИЙ, ТЕПЛИЙ
ТА ЗАВЖДИ ВІДКРИТИЙ ДЛЯ ОРЕНДАРІВ.



Тетяна Антонюк,
головна редакторка Commercial Property

Шановні читачі!

У вересні наша команда підготувала перший випуск Commercial Property воєнного часу – це було повністю електронне/онлайн-видання, в якому ми зібрали статті й інтерв'ю про ситуацію на ринку комерційної та житлової нерухомості України та в інших бізнес-сегментах. Тоді ми фокусувались на темі відбудови, відновлення та ведення бізнесу в умовах війни.

Продовжуючи її, ми підготували новий випуск журналу.

У цьому номері, який також представлений в електронному/онлайн-форматі, ми висвітлюємо ситуацію у секторі житлової нерухомості Львова, представляємо огляд роботи архітектурних бюро та студій в умовах воєнного часу, поспілкувалися з експертами на тему роботи бізнес-центрів в умовах кризи енергоресурсів, а ще розповідаємо про маркетинг торгових центрів у нинішній період. Вікторія Куликова, керівниця департаменту комітетів Європейської Бізнес Асоціації, розкажує про роботу Комітету Відновлення України, Ілля Кенігштейн, генеральний директор і засновник Creative States, – про відновлення роботи мережі офісних просторів і плани щодо розширення бізнесу в Україні та Європі. І це не вичерпний перелік публікацій, які підготовлені в новому випуску Commercial Property.

Ми продовжуємо працювати й віримо, що скоро зможемо висвітлювати вже новий – переможний період в історії нашої країни. Слава Україні!

СЛОВО РЕДАКТОРА

Commercial Property, №3 (224-225),
жовтень-листопад 2022 р.
Видається з вересня 2003 р.
Видання зареєстроване Державним комітетом
телебачення і радіомовлення України 17.02.2004 р.
Свідоцтво про реєстрацію: КВ №8450

Засновник і видавець: UCMGroup LLC

Головна редакторка:

Тетяна Антонюк
t.antonyuk@c-p.com.ua

Комерційна директорка:

Юлія Адеєва
y.adeyeva@c-p.com.ua

Редакційні матеріали:

Тетяна Антонюк, Оксана Бабенко,
Люсія Бондар, Тетяна Маєвська,
Марина Паралюш

З питань реклами:

v.sakhno@c-p.com.ua

З питань передплати та розповсюдження:

subscribe@c-p.com.ua

Новини та пресрелізи:

news@c-p.com.ua
Журналістські матеріали та пропозиції:
editor@c-p.com.ua

Інтернет: www.commercialproperty.ua

Юридичний супровід:

юридична фірма «Антика»



На обкладинці: офіс архітектурної компанії archimatika,

Київ

Фото надане компанією archimatika

Фотограф Тарас Безпалый

Адреса редакції: 03115, м. Київ, а/с 94

Телефони: +38 (044) 461 90 52 (89)

© UCMGroup LLC

© Commercial Property – журнал про ринок комерційної нерухомості України. Концепція видання, його дизайн-проект, ідеї оформлення, тексти, фотографічні й інші матеріали є об'єктами авторського права.

Відповідальність за достовірність і точність фактів, цитат, власних імен й інших даних, наведених у матеріалах видання, несуть автори публікацій. При використанні матеріалів видання, в тому числі частковому, оповіщення редакції та посилання на Commercial Property обов'язкові.

Відповідальність за достовірність даних та інформації в рекламних оголошеннях несе рекламодавець.

КОМПАНІЇ ТА ПЕРСОНАЛІЇ

- О**
101 Tower, БЦ 8
- А**
АВЕК та Ко 9
Аранчій Дмитро 16-20
АрселорМіттал Кривий Ріг 53
- Б**
Бабич Яна 50
Барабашово, ТЦ 9
Баумгартнер Клеменс 55
Бережна Тетяна 10
Бондаренко Олександр 10
Букало Олена 33, 34
Бушмакін Дмитро 43-45
- В**
Ван Доорн Лізетт 55, 56
Васильєв Дмитро 16-21
Величко Ілля 55
Возняк Ярослав 24-27
Вробель Ендрю 55
- Г**
Гаврюшин Максим 47
Гатто Мануела 8
Герасимов Андрій 24-26
Герасимчук Роман 25-27
Гері Френк 58
Гомерник Вольфганг 55
Григоришин Роман 8
- Д**
Де Карлі Джуліо 9
- Є**
Європейська Бізнес Асоціація 22
Європейський банк реконструкції та розвитку 12
Ємець Роман 55
- Ж**
Журанківська Катерина 43-45
- І**
Інтергал-Буд 24-26
- К**
Каваллі Леонардо 9
Карнаухова Алєся 16-20
Кенігштейн Ілля 36, 37
Ковальська 8
Кубраков Олександр 9
Кулинова Вікторія 22
- Л**
Лінська Надія 42, 44, 45
Луков Віталій 9
ЛУН 24-26
- М**
Макаренко Олена 48
Максименко Максим 55, 56
Маркушин Олександр 10
Мартишук Андрій 11
Мельник Нестор 11
Метінвест 53
Метрополіс, ТРЦ 8
- Н**
НЕСТ 22, 55, 56
Нестуля Анна 55
Нувель Жан 61
- О**
Островський Олександр 25, 27
- П**
Пилипенко Сергій 8
Полстер Тамаш 55
- Р**
Рекун Антон 50
Росс Колін 56
Руммель Штефан 55
Ряска Наталія 43
- С**
Свириденко Юлія 8
Сенатор, БЦ 33, 34, 37
Сенкевич Олександр 9
Сідлецька Ірина 28, 29
Сіза Альваро 61
Соболевські Аркадіуш 35
Соколов Олександр 52
Старк Філіп 61
Структум 53
- Т**
Топольський Дмитро 47
- У**
Уейд Роджер 14
Українська Асоціація Готелів та Курортів 17, 28
Українська Рада Торгових Центрів 45-47
Укргідроенерго 53
- Ф**
Файна Таун, ЖК 17
Федоров Андрій 33, 34
Фон дер Ляен Урсула 23
- Ч**
Чегусов Анатолій 15
- Ш**
Школьнік Ірина 33, 34
Шморгун Олександр 33, 34
Шольц Олаф 23
- Я**
Яковенко Олена 46
Ярмілко Юрій 55
Яцентюк Андрій 16-20
- А**
A Development 37, 39
Albertsons 13
APA Wojciechowski 8
Aranchii Architects 16
Arzinger 50
Astarta Organic Business Centre, БЦ 33, 34
Atlantis The Royal Dubai, курорт 13
Avalon 24-27
AVELLUM 55
Azadea 14
- В**
Battersea Power Station, БФК 12
Bjarke Ingels Group 59
Boxpark 14
Budhouse Group 43, 44
Bureau of Investment Programs 10
- С**
CapitaLand Development 59
Capital Towers, БЦ 40
CapitaSpring, БФК 59
Carlo Ratti Associati 59
City Capital Group 22, 33, 34
City Development Solutions 25, 26
- Colliers Ukraine 8, 41
Cooling Systems 35
Creative Quarter 41
Creative States 36-41
- Д**
Daher 14
Danfoss 35
DELTA Group 55
Design Hub International 16
Dragon Capital Property Management 33, 34, 42, 43, 45
DREAM 42-44
- Е**
EDGE 61
Emerging Europe 55
EVB 15
- Ф**
FABRIKA, ТРЦ 43
Forum Group 33, 34
Forum Lviv, ТРЦ 43
Foster + Partners 58, 60
- Г**
GA Design 13
Gensler 10
Gleeds Ukraine 56
GORODOK Gallery, ТЦ 22
Groupe BPCE 61
Gulliver, ТРЦ 37, 39, 42-45
- Н**
Happy.Mall, ТРЦ 46
HB Reavis 60
HotelMatrix 29
- І**
Iberdrola 12
Inditex 14
Invest in Projects 54, 55
Ivanhoé Cambridge 61
IWG 41
- К**
KAN Development 17
Kerzner International 13
KFC 12
Kingspan 10
KPF 12, 13
KPMG в Україні 48
Kroger 13
- Л**
LAKE PLAZA, БФК 8
LENY 61
LEV Development 25-27
Lloyds Development Capital 14
Lubava, ТРЦ 43, 46
LUWR, БЦ 41
LvivTech.City, інноваційний центр 41
- М**
MAG.NETT, БЦ 41
Mango 12
McDonald's 9
Messe München 55
Murka Games 37
MVRDV 61
- Н**
National Retail Federation 13
Nikolsky, ТРЦ 43, 45
NOVO, індустріальний парк 10
- О**
One Works 9
- Р**
Panattoni 14
P&G 37
Platforma 41
Platforma Korolenkivska, БЦ 33, 34
prcom 46
Pro-Consulting 52, 53
- Р**
Reikartz Hotel Group 14
Related Companies 58
Respublika, ЖК 17
Rive Gauche, ТЦ 46
RJB 61
- С**
Skogur 11
Sky Park, ТРЦ 42, 43
Smart Service 12
Smart Urban Solutions 55, 56
Sumaida + Khurana 61
- Т**
The Grand, БФК 58
THE LINE 13
Tours Duo, БФК 61
- У**
Ukraine Invest 10
Ukrainian Research Bureau 47
ULI Europe 55
UNIT.City, інноваційний парк 57
Urbanite Advisors 55
- В**
Valley, БФК 61
VARUS 8
Vertex Hotel Group 28, 29
Victoria Gardens, ТРЦ 43, 45
- W**
WilkinsonEyre 12
- Y**
Yum! Brands 12
- Z**
Zaha Hadid Architects 8
Zara 14
ZIKZAK Architects 16

НОВИНИ КОМПАНІЙ. УКРАЇНСЬКИЙ РИНОК

БЮРО ZAHA HADID ARCHITECTS РОЗРОБИЛО ПРОЄКТ ДЛЯ УЧАСТІ ОДЕСИ У ВИСТАВЦІ EXPO 2030



ВІЗУАЛІЗАЦІЯ: FACEBOOK.COM/EXPO2030ODESA

Британське архітектурне бюро Zaha Hadid Architects у співпраці з українськими архітекторами та партнерами підготувало проєкт виставкового центру для участі нашої країни в конкурсі на проведення міжнародної виставки Expo 2030. Тема заходу буде «Відродження. Технології. Майбутнє» (Renaissance. Technology. Future). Вартість проєкту генерального плану й архітектурної концепції майданчика проведення виставки становить 1,3 мільйона євро, однак він був подарований нашій державі – зазначають у Міністерстві економіки України.

Для створення виставкового центру пропонується територія площею близько 250 гектарів у межах Одеси. Про це повідомляє «Суспільне» з посиланням на Романа Григоришина, директора Департаменту інвестиційної та зовнішньоекономічної діяльності, міжнародного співробітництва і туризму Одеської обласної державної адміністрації.

Зокрема, проєктом виставкового центру передбачається зведення чотирьох мобільних павільйонів. «Вони будуть побудовані у такий спосіб, щоб їх можна було легко перебудувати під інші цілі, виставки та заходи. Ми також знаємо про інтерес ІТ-сектору до цих павільйонів, тому спроектували їх так, щоб можна було легко переміщати вздовж узбережжя Чорного моря та Дніпра. А використання екологічних елементів у будівництві стане запорукою того, що Expo 2030 пройде з мінімальними наслідками для довкілля», – зазначила Мануела Гатто, директорка компанії Zaha Hadid Architects.

Заявку на участь у відборі Україна подала в жовтні 2021 року, запропонувавши обрати Одесу містом проведення Expo 2030. У серпні поточного року було створено Координаційний комітет із підготовки та участі нашої держави у відборі країни-господаря виставки. Його очолила Юлія Свириденко, перший віцепрем'єр-міністр, міністр економіки України. У вересні Україна офіційно подала реєстраційне досьє до Міжнародного бюро виставок у Парижі.

Крім Одеси на проведення Expo 2030 претендують Пусан (Південна Корея), Рим (Італія) та Ер-Ріяд (Саудівська Аравія). Результати відбору будуть відомі у листопаді 2023 року.

РЕКОНСТРУКЦІЯ БФК LAKE PLAZA ЗАВЕРШИЛАСЯ

19 листопада в Києві відкрилася для відвідувачів торгова частина багатофункціонального комплексу LAKE PLAZA. Трохи згодом запрацює його офісна частина.

LAKE PLAZA – це колишній ТРЦ «Метрополіс». У 2021 році він був повністю закритий для відвідувачів і розпочалася реконструкція об'єкта, яка передбачала збільшення орендної площі, розширення функцій, оновлення дизайну фасаду й інтер'єрів. Завершити повне переобладнання будівлі планувалось навесні 2022 року. Однак через воєнні дії в Україні терміни робіт та відкриття БФК змістилися.

Нині три поверхи комплексу відведено під торговельні площі. Орендарями стали продуктовий супермаркет VARUS, магазини EVA, «АЛЛО», «Золотий Вік», «Укрзолото», Rieker, MasterZoo та інші оператори. Ще три поверхи в LAKE PLAZA займає бізнес-центр.

У КИЄВІ ЗАВЕРШЕНІ ДВІ НОВІ ОФІСНІ БУДІВЛІ

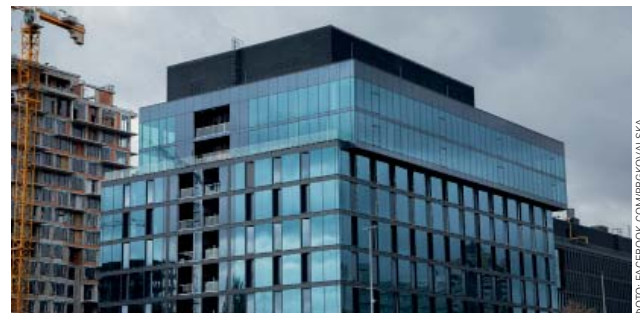


ФОТО: FACEBOOK.COM/PRGKOVALSKA

Промислово-будівельна група «Ковальська» завершила будівництво двох кампусів у київському інноваційному парку UNIT.City. Це B04 та B06 сукупною орендною площею майже 28 000 м². Вони спроектовані польським архітектурним бюро APA Wojciechowski.

Будівництво кампусів стартувало у 2020 році, а завершення планувалося через 1,5 роки – в березні 2022. Але розпочалася війна. «На той момент кампуси були готові на 80-85%. Спочатку було незрозуміло, як продовжувати роботу під час війни. Але згодом у Київській області ситуація стабілізувалася, тому в травні повернули підрядників і відновили роботи. Тобто через війну довелося відкласти термін завершення проєкту на 5-6 місяців», – повідомив Сергій Пилипенко, CEO ПБГ «Ковальська».

Нині це поки що єдині офісні будівлі, які були відкриті в Києві в поточному році.

За даними консалтингової компанії Colliers Ukraine, на середину 2022 року загальної обсяг офісних приміщень Києва становив 2,3 мільйона м².

Водночас цього року через воєнні дії декілька бізнес-центрів було пошкоджено, тому обсяг доступної офісної нерухомості зменшився. Наприклад, внаслідок обстрілів столиці в жовтні був пошкоджений бізнес-центр 101 Tower орендною площею 46 405 м²: постраждали скляний фасад, інженерні системи, внутрішні стіни, обладнання тощо.

ЗАКОРДОННЕ АРХІТЕКТУРНЕ БЮРО КООРДИНУЄ РОЗРОБКУ ГЕНПЛАНУ МИКОЛАЄВА

Міжнародне архітектурне бюро One Works залучене до створення перспективного генерального плану Миколаєва.

Зокрема, ще на початку осені Європейська економічна комісія ООН (UNECE) запросила міжнародних архітекторів, щоб допомогти Миколаєву розробити перспективний генеральний план. Координує цю роботу компанія One Works.

Як повідомляє Миколаївська міська рада, бюро й залучені експерти виконують збір та аналіз матеріалів чинних планувальних документів, проводять фахові консультації з місцевими спеціалістами, досліджують економічну складову міста.

Також One Works співпрацює з цільовою групою UNECE, Фондом Нормана Фостера та владою Миколаєва над п'ятьма тематичними макрообластями, які сформують основу для аналізу та визначення стратегій, якими керуватиметься розробка нового генерального плану розвитку міста. Ці області – транспорт та інфраструктура, зелена та водна система, соціальне житло, промисловий/виробничий розвиток.

«Під час серії онлайн-зустрічей із мером Миколаєва Олександром Сенкевичем і заступником мера Віталієм Луковим ми змогли обговорити перші кроки, які необхідно зробити для задоволення найнагальніших потреб і підтримки зусиль із відновлення для кращого завтра», – прокоментував Джуліо Де Карлі, керівний партнер One Works. Він разом із Леонардо Каваллі є співзасновником цього бюро, яке вони створили у 2007 році. Нині One Works має дев'ять офісів у Європі й Азії. Головний офіс компанії – в Італії.

MCDONALD'S ПОВЕРТАЄТЬСЯ ДО РОБОТИ



З кінця вересня міжнародна мережа ресторанів швидкого харчування McDonald's почала відновлювати роботу в Україні після майже семи місяців простою. Станом на кінець листопада знову працювала більша частина її закладів: це майже 60 локацій у Києві, Львові, Житомирі, Івано-Франківську, Луцьку, Тернополі тощо. На момент зупинки роботи 24 лютого через повномасштабну війну в Україні мережа охоплювала понад 100 закладів.

Окрім того, в листопаді компанія відкрила перший за час війни повністю новий McDonald's. Він був збудований на початку року у Львові та планував приймати відвідувачів з березня. Тож з ухваленням рішення про поступове відновлення роботи в Україні львівський ресторан додали до переліку закладів до відкриття.

Протягом найближчих місяців компанія має намір запустити роботу ще двох нових закладів, які були майже повністю добудовані на початку року.

ЧАСТИНУ ТЕРИТОРІЇ ХАРКІВСЬКОГО ТЦ ВІДДАДУТЬ ПІД ОФІСИ ТА ЖИТЛО



На харківський торговий центр «Барабашово», що постраждав внаслідок російських бомбардувань навесні – влітку 2022 року, чекає масштабна реконструкція.

Концепція відновлення передбачає перетворення території «Барабашово» на «місто» з будівлями торговельного, офісного, житлового та соціально-культурного призначення.

Тобто «Барабашово» як торговий центр збережеться. Заплановані роботи спрямовані на відновлення знищеного через ворожі обстріли й осучаснення об'єкта.

Водночас на частині зруйнованих майданчиків передбачається розміщення офісів, житла, споруд розважального, культурного, освітнього, рекреаційного та іншого призначення із транспортною логістикою. Планується, що їх будівництво відбуватиметься поетапно без повного переривання роботи ТЦ.

Нині концерн «АВЕК та Ко», власник ТЦ «Барабашово», завершив розробку концепції відновлення та розпочав роботу над детальним проектом реконструкції. Повідомляється, що він буде затверджений лише після обговорень і консультацій з підприємцями ТЦ, вітчизняними та світовими галузевими фахівцями, пройде процедуру за форматом громадських слухань. Передбачається, що цей проект відповідатиме оновленому генплану міста й стане одним із 13 яскравих проєктів повоєнного відновлення Харкова.

«Барабашово» – це оптово-роздрібний торговий центр. Він містить вісім торгових майданчиків, його площа перевищує 75 гектарів. На території ТЦ «Барабашово» розташовано понад 15 000 торгових і складських місць, є відділення банків, заклади харчування, медичний комплекс, поштові відділення тощо.

За час повномасштабного вторгнення РФ в Україну торговий центр був обстріляний тричі: в березні, травні, липні.

ОЛЕКСАНДР КУБРАКОВ ОЧИЛИВ МІНІСТЕРСТВО РОЗВИТКУ ГРОМАД, ТЕРИТОРІЙ ТА ІНФРАСТРУКТУРИ

1 грудня Олександра Кубракова було призначено на посаду віцепрем'єр-міністра з відновлення України – міністра розвитку громад, територій та інфраструктури України.

Відтак, Олександр Кубраков очолив відомство, створене на основі об'єднання двох міністерств. «Об'єднання Міністерства інфраструктури та Міністерства розвитку громад та територій має на меті досягнення однієї ключової цілі – підвищення ефективності виконавчої влади в питанні управління відбудовою», – прокоментував він.

Іншими напрямками роботи відомства буде завершення реформ у сфері будівництва, розвиток логістики для українських експортерів, пошук моделей для інвестицій в інфраструктурні проєкти на залізниці, в дорожньому та портовому господарствах, в авіа- та поштовій галузях тощо.

ІНОЗЕМНІ АРХІТЕКТОРИ ДОПОМОЖУТЬ ВІДНОВЛЮВАТИ ІРПІНЬ



ФОТО: IMR.GOV.UA

Міжнародна архітектурна компанія Gensler допомагатиме відбудувати Ірпін на Київщині, який зазнав руйнувань на початку повномасштабного вторгнення росії. Це передбачає Меморандум про взаєморозуміння, який підписали 8 листопада у Вашингтоні (США) – повідомив Олександр Маркушин, мер Ірпеня. «Відтепер Gensler є нашим партнером і допомагатиме нам у процесі комплексного відновлення міста», – прокоментував він.

Gensler – міжнародна архітектурна, дизайнерська та проєктувальна фірма з 52 офісами в Азії, Європі, Австралії, на Близькому Сході та в Америці. Нині її штат об'єднує майже 7000 фахівців. У 2022 році Gensler була визнана архітектурною фірмою №1 у світі журналом Interior Design і архітектурною фірмою №1 у США за версією Architectural Record і Building Design + Construction.

За словами Олександра Маркушина, компанія Gensler, зокрема, сприятиме залученню до відбудови міста міжнародних фахівців, надаватиме консультації щодо розробки детального плану реконструкції з урахуванням інфраструктурних, транспортних, спортивних, освітніх, екологічних та інших потреб Ірпінської громади.

За даними проєкту RebuildUA, в Ірпені російськими військами було пошкоджено 10 596 будинків із 22 149. Зокрема, зазнали руйнувань 28 із 32 готелів міста, 26 із 31 санаторію, 9 із 11 дитячих таборів, 38 із 58 офісів і конференц-центрів. Повністю зруйновано 1836 об'єктів.

В УКРАЇНІ З'ЯВИВСЯ НОВИЙ ІНДУСТРІАЛЬНИЙ ПАРК

21 листопада в Нововолинську (Волинська область) було відкрито індустриальний парк NOVO. Керівна компанія проєкту – Bureau of Investment Programs.

Індустриальний парк NOVO розташований за 20 хвилин від Польщі. Він займає територію площею 20 гектарів. Проєктом передбачено будівництво шести виробничих майданчиків, логістичного терміналу та офісної будівлі. Також на ділянці буде торгова та рекреаційна зона.

Олександр Бондаренко, голова компанії Bureau of Investment Programs, заявив, що вже є попередні домовленості про зобов'язання увійти в індустриальний парк із підприємствами зі сфери переробки риби, виробництва харчової продукції та логістики.

За даними Міністерства економіки, нині Реєстр індустриальних парків в Україні охоплює 59 промислових майданчиків. 11 листопада Кабінет Міністрів включив до Реєстру два об'єкти: «Еко-смайт індустриальний парк «ГАЛІТ» (Львівська область) і «Західноукраїнський промисловий ХАБ» (Тернопільська область).

КОМПАНІЯ KINGSPAN ВИЗНАЧИЛАСЯ З МІСЦЕМ ДЛЯ БУДІВНИЦТВА ТЕХНОЛОГІЧНОГО ХАБА

Ірландська компанія Kingspan засвідчила готовність інвестувати 200 мільйонів євро у створення будівельного технологічного хаба у Львові – повідомила Львівська міська рада.

Зазначимо, що про плани будівництва такого проєкту компанія заявила у червні поточного року. Тоді повідомлялося, що кампус, імовірно, буде зведено на заході України.

Технологічний хаб Kingspan у Львові виготовлятиме теплоізоляційні матеріали з низьким викидом вуглецю та будівельні конструкції для централізованого опалення. Згідно з попередніми підрахунками на виробництві буде створено від 600 до 1000 робочих місць. Його будівництво планується протягом наступних п'яти років. Інвестиційний проєкт супроводжує урядовий офіс із залучення та підтримки інвестицій Ukraine Invest.

Передбачається, що в майбутньому львівський хаб Kingspan стане основним експортним центром продукції в країні ЄС, а також підтримуватиме процес реконструкції в Україні.

Kingspan – публічна компанія, заснована в Ірландії. Вона працює у сфері енергоефективних будівельних рішень, теплоізоляційних технологій і постачання огорожувальних матеріалів. Компанія має філії у 70 країнах світу та понад 200 заводів.

Дочірнє підприємство Kingspan працює на ринку України з 2006 року.

В УКРАЇНІ РЕЛОКУВАЛОСЯ 772 ПІДПРИЄМСТВА

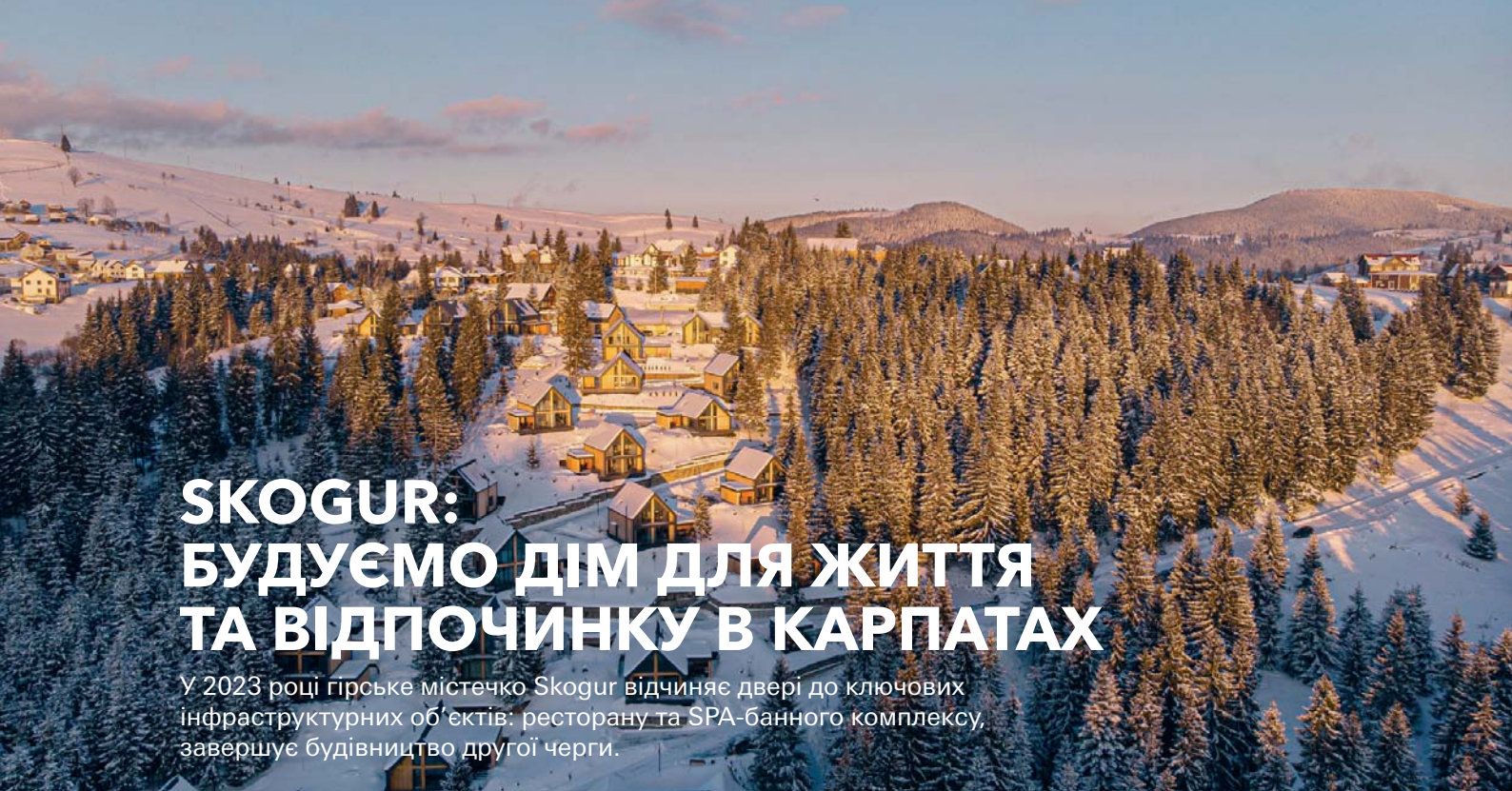
За програмою релокації з небезпечних регіонів переміщено 772 підприємства, 605 із них відновили роботу на новому місці. Про це повідомила Тетяна Бережна, заступниця міністра економіки України.

Найбільше підприємств релокувалося до Львівської (28,6%), Закарпатської (17,9%), Чернівецької (12,2%), Івано-Франківської (8,3%), Тернопільської (7,5%) та Хмельницької (7,5%) областей.

Серед релокованих підприємств, які вже відновили діяльність на новому місці, найбільша частка припадає на компанії, що працюють у сфері оптової та роздрібної торгівлі, ремонту автотранспортних засобів і мотоциклів (40,7%), переробної промисловості (30,2%), інформації та телекомунікацій (6,7%), професійної, наукової та технічної діяльності (6,2%), будівництва (4,4%).

За даними Міністерства економіки, нині для близько 260 підприємств здійснюється пошук підходящої локації або способу транспортування. 634 компанії, що подали раніше заявки на переміщення, відмовились від релокації через деокупацію територій, на яких вони розташовані.

СР



SKOGUR: БУДУЄМО ДІМ ДЛЯ ЖИТТЯ ТА ВІДПОЧИНКУ В КАРПАТАХ

У 2023 році гірське містечко Skogur відчиняє двері до ключових інфраструктурних об'єктів: ресторану та SPA-банного комплексу, завершує будівництво другої черги.

Працюємо далі та розвиваємо гірський регіон – девіз 2022 року девелоперської та сервісної компанії, яка обслуговує котеджі проекту Skogur. Це містечко в містечку, побудоване на схилах с. Яблуниця за 13 км від ТК «Буковель». Будівництво ведеться у складних гірських умовах. Сьогодні тут є всі комунікації та передбачена обширна інфраструктура, яка по завершенні проекту обслуговуватиме 600-700 осіб.

СКАЗАНО – ЗРОБЛЕНО

Попри виклики та проблеми у році, що минає, керівники гірського містечка Skogur створили нові робочі місця, забезпечуючи роботою людей з Одеси, Києва, Харкова, Краматорська. І, що важливо, продовжуючи проект, підтримують економіку України.

Станом на грудень завершується будівництво **другої черги**, де ще можна встигнути придбати один із восьми вільних котеджів. Сьогодні в будинках проводяться внутрішні ремонтні роботи.

У новому році відбудеться відкриття ключових **об'єктів інфраструктури**. Це панорамний ресторан із басейном і лаунж-зоною, який стане першим концептуальним закладом у Карпатах із краєвидом на Говерлу та Петрос, та оздоровчий банний комплекс.

Також триває будівництво **готелю для працівників Skogur**, адже коли команда на місці, значно легше забезпечити сервіс на належному рівні. Ми прагнемо виховувати свої кадри – людей, які не просто працюють у Skogur, а поділяють цінності компанії.

Ідейник і засновник містечка Skogur Андрій Мартишук поділився, як триває перебіг будівництва у другій черзі: «Ведуться роботи з облаштування ландшафту, монтуються фасади будинків, а також обрешітка на котеджах-зрубках. На фінішній прямій в'язка каркасів і монтаж опалубки очисної споруди, будівництво готелю для працівників, ремонтні роботи». До слова, товщина лафету в котеджах типу «зруб» досягає 40 см! Також розпочалася комплектація будинків під ключ: від меблів і побутової техніки до текстилю, декору та посуду. Перевага Skogur якраз у тому, що котеджі після здачі вже готові до заселення.

Паралельно тривають будівельні роботи з облаштування чаші штучного озера, яке є частиною SPA-комплексу. «Банний комплекс відчиняє двері навесні 2023 року, – продовжує Андрій Мартишук. – Тут ми поєднали традицію та сучасні архітектурні рішення: будівля зведена зі зрубу та має два крила з відкритою терасою та озером біля лісу. Завдяки цьому в SPA-комплексі збережений особливий мікроклімат і затишок».

ОСОБЛИВОСТІ БУДІВНИЦТВА В ГОРАХ

Люди купують дім у Карпатах, а девелопер інвестує в необхідні комунікації та розвиває інфраструктуру. Будувати в горах значно складніше, ніж поблизу міста чи в ньому.

Наприклад, через специфіку ґрунтів ландшафт потребує спеціального укріплення, мінералізована вода – очистки, аби зберегти справними всі труби системи водопостачання.

Підведення комунікацій теж має свою специфіку, зокрема, електромережі невеликих населених пунктів у горах не розраховані на збільшення потужностей. Тому у Skogur працюють дві власні генераторні станції. Крім того, керівна компанія потурбувалася про наявність інтернет-терміналів Starlink, щоб забезпечити потреби мешканців і гостей містечка. «Зважаючи на всі ці особливості, однозначно вартість квадратних метрів будинку в гірській місцевості некоректно порівнювати з ціною тих же метрів у містах», – пояснює Андрій Мартишук.

СЕРВІСНА КОМАНДА SKOGUR ПІКЛУЄТЬСЯ ПРО ВАШ ДІМ

Як виникла концепція Skogur? Все почалося із того, що Андрій Мартишук познайомився з Євгеном, який мріяв про власний дім у Карпатах. Однак мрія залишилася лиш мрією через проблему постійного догляду за будинком на відстані.

Нині приклад Skogur змінює уявлення людей про життя та відпочинок у горах. «Наша сервісна команда щодня доглядає дім і територію, а за бажанням здає ваш котедж в оренду, – розповідає **Нестор Мельник, керівний партнер Skogur**. – Для цього разом зі стартом будівництва ми почали створювати власну сервісну команду».

Кожен власник будинку у Skogur вже знає, що таке життя в горах без турбот, адже команда містечка бере на себе такі зобов'язання: клінінг котеджів, догляд за територією, страхування, ландшафтний дизайн, охорона та відеонагляд, забезпечення пасивного прибутку, онлайн-звітність, маркетинг, ціноутворення тощо.

«Завдяки досвіду всіх структур, нам вдалося створити сучасний ліквідний проект. Котеджі у Skogur зросли у вартості на 150% завдяки розвитку бренду та новій інфраструктурі: ресторану, SPA-комплексу, кафе, крафтовому магазину, дитячим і спортивним зонам. У планах – будівництво апарт-готелю, басейну, кінного клубу, – додає Нестор Мельник. – Власники насолоджуються життям у горах, все інше – турботи Skogur».

МІЖНАРОДНІ НОВИНИ

БАТТЕРСЕА POWER STATION ВІДКРИТО ПІСЛЯ ВОСЬМИ РОКІВ РЕДЕВЕЛОПМЕНТУ



14 жовтня у Лондоні (Велика Британія) відбулося відкриття багатофункціонального комплексу Battersea Power Station. Це проект редевелопменту вугільної електростанції, яка була поетапно зведена у 1920-1950-х роках і працювала до 1980-х: будівлю було виведено з експлуатації у 1983 році.

Редевелопментом електростанції займався міжнародний консорціум. Проект реалізувався компаніями з Малайзії: S P Setia Berhad, Sime Darby Property, The Employees Provident Fund і Permodalan Nasional Berhad, його архітектор – бюро WilkinsonEyre. Загалом у редевелопмент, який тривав вісім років, було інвестовано п'ять мільярдів фунтів стерлінгів (приблизно 5,7 мільярда євро).

Нині Battersea Power Station – це БФК, який містить торгово-розважальну частину, офісні приміщення та простори для проведення заходів, житло.

Зокрема, тут вже працюють такі бренди, як Nike, UNIQLO, Mulberry, HUGO BOSS, Theory, Mango, Lacoste, Ralph Lauren, Jo Malone London та інші. Загалом у торгово-розважальній частині буде представлено близько 100 магазинів, ресторанів, барів, розважальних закладів, які вже працюють чи відкриватимуться у 2022-2023 роках. Серед них – одна з атракцій проекту Lift 109. Це ліфт, що розташований в одному з реконструйованих димоходів станції, з якого відкривається панорамний краєвид на місто. А з наступного року в Battersea Power Station працюватиме фуд-холл Arcade Food Hall на 2230 м².

Окрім того, частина будівлі відведена під апартamenti – загалом тут запроєктовано понад 250 житлових юнітів.

Відкриття Battersea Power Station – це друга із восьми фаз комплексного девелоперського проекту, який передбачає розвиток та реновацію промислової території площею близько 17 гектарів. Перша частина забудови, Circus West Village, була завершена у 2017 році, це комплекс із житлом, закладами харчування, кінотеатром тощо.

АМЕРИКАНСЬКА КОМПАНІЯ YUM! BRANDS ПРОДАЄ БІЗНЕС KFC У РОСІЇ

Компанія Yum! Brands продає права власності на свої російські ресторани KFC, операційну систему та основну франшизу. Покупцем стане локальний оператор Smart Service. Згідно з угодою, майбутній власник має провести ребрендинг локацій, які вже не працюватимуть під назвою KFC. Завершення процесу продажу залежить від схвалення регуляторних та урядових органів, а також інших умов, узгоджених сторонами.

Раніше компанія Yum! Brands завершила передачу права власності на всі російські активи франшизи Pizza Hut місцевому оператору, який ініціював процес ребрендингу локацій.

Тож після завершення транзакції із KFC Yum! Brands припинить корпоративну присутність на цьому ринку.

Yum! Brands (головний офіс – США) працює у сфері громадського харчування. Їй належать чотири бренди – Taco Bell, KFC, Pizza Hut, The Habit Burger Grill. Yum! Brands вважається найбільшим оператором ресторанів швидкого обслуговування у світі за кількістю точок. Так, її портфель охоплює понад 54 000 ресторанів у більш ніж 155 країнах.

ЄБРР ПЕРЕНОСИТЬ ШТАБ-КВАРТИРУ В ЛОНДОНІ ДО CANARY WHARF

Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР) змінив локацію своєї лондонської штаб-квартири з Exchange Square в районі Citi, де він базувався з 1993 року, до ділового району Canary Wharf. Тепер банк розміщується в будівлі Five Bank Street, орендуючи 13 із 27 поверхів бізнес-центру. В офісі, який відповідає сучасним вимогам до гібридної роботи, працюють 2800 співробітників ЄБРР.

Бізнес-центр Five Bank Street спроектувало архітектурне бюро KPF. Це одна з найбільш екологічних будівель у країні. Вона отримала сертифікат BREEAM Outstanding у 2020 році, а також рейтинг А згідно із Сертифікацією екологічної ефективності (Environmental Performance Certificate).

Окрім штаб-квартири в Лондоні, ЄБРР має понад 50 офісів у країнах, де він працює, а також представництва в Брюсселі (Бельгія) та Токіо (Японія).

В ІСПАНІЇ ПРАЦЮЄ НАЙБІЛЬША В ЄВРОПІ СОНЯЧНА ЕЛЕКТРОСТАНЦІЯ

Компанія Iberdrola збудувала найбільшу в Європі сонячну електростанцію. Об'єкт, який має назву Francisco Pizarro PV, розташований на заході країни в регіоні Естремадура. Він почав працювати у серпні поточного року.

На цьому заводі встановили близько 1,5 мільйона сонячних панелей, інвестувавши в його будівництво 300 мільйонів євро. Francisco Pizarro PV вироблятиме достатньо електроенергії для постачання в понад 334 000 будинків.

У САУДІВСЬКІЙ АРАВІЇ СТАРТУВАЛО БУДІВНИЦТВО ФУТУРИСТИЧНОГО МЕГАПРОЄКТУ



ВІЗУАЛІЗАЦІЯ: NEOM.COM

У Саудівській Аравії, в північно-західній її провінції, розпочалося будівництво мегапроєкту THE LINE – це ціле місто, яке оформлене у вигляді двох паралельних будівель, взаємопов'язаних між собою. Їхня довжина сягатиме 170 кілометрів, а ширина – 200 метрів. Висота споруд становитиме 500 метрів. Для порівняння: найвищий у світі хмарочос – Burj Khalifa (OAE) – сягає 828 метрів. За даними Council on Tall Buildings and Urban Habitat, у світі є лише 10 будівель заввишки понад 500 метрів.

Конструктивно ці вертикальні хмарочоси складатимуться зі зв'язаних між собою модулів. Зовні фасади проєкту будуть рівномірними та дзеркальними, завдяки цьому будівлі ніби зливатимуться із довкіллям. Будівництво THE LINE відбуватиметься поетапно і може тривати 50 років. Загалом він займатиме площу у 34 км².

Очікується, що по завершенні робіт у місті проживатимуть дев'ять мільйонів осіб. Заявляється, що інфраструктура, необхідна для повсякденного життя мешканців, буде організована в 5-хвилинній доступності. У місті зовсім не буде машин, однак проєктом передбачена швидкісна залізниця, завдяки якій час на пересування між кінцями 170-кілометрових споруд становитиме лише 20 хвилин. Місто буде на 100% забезпечене відновлювальною енергією.

THE LINE є однією із трьох частин більшого проєкту – NEOM, який передбачає також будівництво промислового міста, частково на воді, та курортно-розважального комплексу.

РИТЕЙЛ-РИНОК США КОНСОЛІДУЄТЬСЯ: KROGER І ALBERTSONS ОГОЛОСИЛИ ПРО ЗЛИТТЯ

У жовтні американські ритейл-оператори Kroger і Albertsons оголосили про плани щодо злиття. Відповідно до умов угоди, Kroger придбає всі прості та привілейовані акції Albertsons. Компанії планують завершити злиття у 2024 році, однак воно має бути схвалене відповідними органами. У разі позитивного рішення угода на суму \$24,6 мільярда стане однією з найбільших в історії роздрібної торгівлі США.

Нині в компаніях Albertsons і Kroger сукупно працюють понад 710 000 співробітників. Оператори керують загалом майже 5000 магазинами, 66 розподільними центрами, 52 заводами-виробниками, понад 3970 аптеками та 2015 автозаправками. У разі об'єднання компанії будуть представлені у 48 штатах та окрузі Колумбія й обслуговуватимуть разом 85 мільйонів домогосподарств у США. Водночас аналітики кажуть, що Kroger і Albertsons, ймовірно, закриють деякі зі своїх магазинів, особливо в тих містах, де вони суттєво зосереджені.

Albertsons і Kroger входять у десятку найбільших ритейлерів у США за таким показником, як обсяги продажів. Так, за даними National Retail Federation, компанія Kroger посідає 5-те місце (у 2021 році її продажі сягали \$136,5 мільярда), а ритейлер Albertsons – 10-те місце (за результатами минулого року її продажі становили майже \$71,9 мільярда). Зазначимо, що найбільший ритейлер у США – це Walmart (майже \$460 мільярдів продажів у 2021 році в цій країні).

ВІДКРИТТЯ ATLANTIS THE ROYAL DUBAI ЗАПЛАНОВАНЕ НА 2023 РІК



ВІЗУАЛІЗАЦІЯ: KPF.COM

У першому кварталі наступного року відкриється і почне приймати гостей ультра-курорт Atlantis The Royal Dubai в Дубаї (OAE). Проєкт створений архітектурним бюро KPF на замовлення девелопера – компанії Kerzner International. У розробленні інтер'єрів курорту брала участь, зокрема, студія GA Design.

З архітектурного погляду будівля курорту чимось нагадує гру дженга: викладені один на одного продовгуваті блоки. Довжина комплексу становить 600 метрів, висота – приблизно

180 метрів, загальна площа сягає 193 600 м². Візуально здається, що це одна споруда, хоча, насправді, це дві будівлі, з'єднані між собою мостом. Одна з них відведена переважно під готель, інша – житло. В Atlantis The Royal Dubai передбачено 795 номерів, 17 ресторанів і барів, найбільший у світі акваріум з медузами, низку басейнів, 230 апартаментів тощо.

Обсяг інвестицій у його реалізацію становить \$1,6 мільярда, а будівництво тривало з 2016 року.

КОМПАНІЯ PANATTONI БУДУЄ НАЙБІЛЬШИЙ ЛОГІСТИЧНИЙ КОМПЛЕКС У ВЕЛИКІЙ БРИТАНІЇ



Panattoni, міжнародний девелопер логістичної нерухомості, розпочав будівництво логістичного комплексу поблизу міста Бристоль у Великій Британії. Назва проєкту – Panattoni Park Avonmouth. Його загальна площа становитиме майже 120 000 м². Комплекс міститиме дві будівлі на 37 720 м² і 81 940 м². Остання, як заявляє девелопер, стане найбільшим спекулятивним логістичним об'єктом у Великій Британії.

Обидва блоки плануються завершити у вересні 2023 року за \$294 мільйони. Panattoni Park Avonmouth буде збудований відповідно до стандартів «зеленої» сертифікації BREEAM.

Компанія Panattoni була заснована в США у 1986 році. До 2022 вона працювала в Америці та Європі, а з поточного року представлена ще й на ринку Азії, де девелопер відкрив перший офіс в Індії. Загалом Panattoni має понад 50 офісів по всьому світу, а її портфель – це понад 50,5 мільйона м² нерухомості.

INDITEX ПРОДАЄ БІЗНЕС У РОСІЇ, АЛЕ НЕ ВИКЛЮЧАЄ МОЖЛИВОСТІ ПОВЕРНЕННЯ



Ритейлер модного одягу Inditex досяг початкової домовленості про продаж свого бізнесу в Росії. Покупцем виступить група Daher. Як повідомляє Bloomberg, це компанія з ОАЕ, яка має зв'язки з Azadea, що керує франшизами Inditex на Близькому Сході.

Умови угоди між Inditex і Daher передбачають, зокрема, передачу більшості договорів оренди, пов'язаних із магазинами. За згодою орендодавців у цих приміщеннях розміщуватимуться магазини брендів, що належать групі покупця, але не пов'язані з Inditex.

Завершення угоди означатиме припинення діяльності Inditex на ринку Росії. Водночас компанія повідомила: якщо в майбутньому нові обставини даватимуть змогу її брендам повернутися на цей ринок, то Inditex і Daher матимуть можливість потенційної співпраці через франшизу.

Inditex – міжнародний ритейл-оператор (головний офіс – Іспанія), портфель якого містить такі бренди, як Zara, Oysho, Massimo Dutti, Bershka, Pull and Bear, Stradivarius та інші. У компанії було понад 500 магазинів у Росії, з 5 березня вона призупинила всі продажі в цій країні.

МЕРЕЖА VOXPARK ВИЙДЕ ЗА МЕЖІ ЛОНДОНА



У 2023 році відкриється новий заклад мережі Voxpark у Великій Британії. Він розташується в Ліверпулі й стане першою локацією під цим брендом поза межами Лондона.

Оператор орендував на 15 років складську будівлю, зведену у 1980-х роках. В цьому приміщенні площею приблизно 1470 м² буде розташовано понад 10 закладів харчування та барів. Крім цього, буде облаштована зовнішня тераса площею понад 500 м² з додатковими закладами.

Проєкт Voxpark був заснований у 2011 році Роджером Уейдом і перетворився з першого у світі рор-ап торгового центру на один із найвідоміших у Лондоні закладів громадського харчування, відпочинку та роздрібної торгівлі. Перший об'єкт мережі – Voxpark Shoreditch – був відкритий у 2011 році. Нині їх три, і всі працюють у Лондоні. У найближчих планах компанії – відкриття ще трьох. Водночас два з них працюватимуть як новий преміальний суббренд VoxHall.

Торік оператор Voxpark знайшов інвестора, який підтримує його плани з розширення на національному рівні. Ним стала приватна компанія Lloyds Development Capital (LDC). Як повідомлялося, завдяки її підтримці мережа Voxpark відкриє 10 нових локацій у Великій Британії.

МЕРЕЖА REIKARTZ ВІДКРИЛА НИЗКУ ГОТЕЛІВ У ГРУЗІЇ ТА УЗБЕКИСТАНІ

У поточному році до міжнародної мережі готелів Reikartz додалося дев'ять об'єктів.

Зокрема, цього року оператор відкрив новий готель у Тбілісі в Грузії. Це другий об'єкт компанії в цьому місті й країні загалом.

Більш масштабне розширення мережі відбулося в Узбекистані. У 2022 році оператор дебютував на цьому ринку й відкрив вісім готелів. Станом на листопад мережа Reikartz була представлена в таких містах, як Бухара, Коканд, Андижан, Ташкент та Ургенч. Незабаром під цим брендом запустяться ще два готелі в Узбекистані.

Reikartz Hotel Group – міжнародна мережа готелів, материнська компанія якої зареєстрована в Турецькій Республіці. Вона охоплює понад 70 об'єктів в Узбекистані, Україні, Грузії, Казахстані, Швеції та Німеччині.

CP

ДОСВІД EVB: ДО ЧОГО БУТИ ГОТОВИМ, ПРАЦЮЮЧИ ІЗ ЗАМОВНИКАМИ З ВЕЛИКОЇ БРИТАНІЇ

**АНАТОЛІЙ ЧЕГУСОВ,
ГЕНЕРАЛЬНИЙ ДИРЕКТОР EVB**



Цього року EVB здає свій другий об'єкт, реалізований у Великій Британії. Це Compass: 16-поверхова будівля для студентів, розташована у самому серці Бірмінгема. Нині там закінчується зовнішнє оздоблення й от-от буде знято риштування. Втім, це не заважає студентам, які, завдяки вчасному завершенню робіт із фасадного скління, вже мешкають у своїх кімнатах із початку навчального року – як і було обіцяно.

Дотримуватися слова – це для Великої Британії справа не тільки букви контракту, але й честі. Для українських компаній – також. Як це: працювати на британському ринку і які відмінності від українського, ділюся з власного досвіду.

Передусім зазначу, що британський ринок прозорий і забюрократизований до останньої крапки в контракті. «Зайти» в проєкт можливо винятково шляхом **тендера**. Уже на етапі отримання завдання ти розумієш, що йти до кінця – це вже питання принципу. Адже британське завдання на проведення тендера – це комплекс документів і креслень (80-100 аркушів), що максимально описують усі можливі роботи підрядника, вимоги до матеріалів, вимоги до проектування та до конструкцій.

Відповідно, компанія EVB подавалася на конкурс уже з підготовленим концептуальним проєктом, розрахунками по кожному з матеріалів і детальним бюджетом.

Під концептуальним проєктом мається на увазі те, що **проекткування** здійснюється з урахуванням стандартних профільних систем. На їхній основі згодом буде розроблено спеціальний профіль. Також описуються типові вузли примикання віконного або фасадного блока до отворів у стіні. Проектування, до речі, ведеться з використанням BIM-технологій. Адже у складі тендерної документації серед усього іншого є кваліфікаційний опитувальник, що дає змогу замовнику оцінити рівень BIM-обізнаності потенційного підрядника.

Після оголошення результатів тендера компанія-переможець має 1,5-2 місяці часу на доробку вузлів примикання саме під цей проєкт. Кожне креслення, кожен параметр перевіряється командою вузькоспеціалізованих фахівців під керівництвом фасадного консультанта з боку замовника. Перевіряються такі параметри, як акустика, теплопровідність, навантаження тощо, й кожен розрахунок має бути підтвердженим. Паралельно партнер-постачальник профільних систем веде роботи з виготовлення спеціального профіля, з якого ми вже на заводі збиратимемо конструкції.

Також у наші обов'язки входить виготовлення **мокапа** – зразка, що має відповідати габаритам і перетинам майбутнього фасаду. Один такий взірець, а саме повноцінний фрагмент фасаду розміром 6х6 м, ми виготовляли та монтували у випробувальному центрі в Бельгії, де він проходив низку тестувань на відповідність його характеристик міжнародному стандарту CWCT. Ще один, трохи менший за габаритами, відправився з нашого виробництва в Києві до Бірмінгема на остаточне затвердження архітектурного рішення міською владою (планувальниками).



І лише після цього, отримавши всі дозволи від архітекторів і «добро» від міських планувальників, ми можемо братися за детальне проектування та **виготовлення конструкцій**.

Кожна з готових конструкцій має суворо відповідати британській нормативній базі. Часто вимоги до навантажень і технічних властивостей матеріалів є значно вищими, ніж в Україні. Також стандартна **гарантія** на фасадні роботи й конструкції в Англії – 12 років: це дуже велика відповідальність. Також протягом усього цього строку мусить діяти дорога **страховка**.

І найважливіша, на мою думку, специфіка проектування та виконання робіт, якої так не вистачає Україні, – це **протипожежні рішення**. Після жахливої пожежі в багатопверхівці Grenfell Tower у Лондоні в 2017 році, британці переглянули вимоги до будівельних матеріалів і зробили їх значно жорсткішими. Шкода, але матеріали, які для Великої Британії є обов'язковою нормою, ще не представлені на ринку України. Проте завдяки можливостям, які нині відкриті перед кожним із нас, зокрема й особливо вчитися на чужому досвіді, я сподіваюся, що це незабаром зміниться.

РЕЛОКАЦІЯ. АДАПТАЦІЯ. ЕКСПАНСІЯ. ЯК ПРАЦЮЮТЬ УКРАЇНСЬКІ АРХІТЕКТОРИ В ПЕРІОД ВІЙНИ

Текст: Тетяна Антонюк, Марина Паралюш

**ПІСЛЯ ПЕВНОЇ ПАУЗИ, ЯКА СПІТКАЛА
АРХІТЕКТУРНІ КОМПАНІЇ
НА ПОЧАТКУ ВІЙНИ, ПОСТУПОВО
ВОНИ ПОВЕРНУЛИСЯ ДО РОБОТИ.
АДАПТУВАВШИСЬ ДО НОВИХ РЕАЛІЙ,
НИНІ КОМАНДИ ПРАЦЮЮТЬ ІЗ РІЗНИХ
МІСЦЬ, МІСТ І КРАЇН. СТИКНУВШИСЬ
ЗІ ЗМЕНШЕННЯМ КІЛЬКОСТІ ПРОЄКТІВ
В УКРАЇНІ, КОМПАНІЇ НАМАГАЮТЬСЯ
ЗНАЙТИ ЗАМОВЛЕННЯ ЗА КОРДОНОМ:
АЛЕ ЯКЩО РАНІШЕ ПОДІБНИЙ КРОК
БУВ СТРАТЕГІЄЮ МАСШТАБУВАННЯ
БІЗНЕСУ, ТО НИНІ ЦЕ ПЕРЕДУСІМ
РОЗШИРЕННЯ ГЕОГРАФІЇ РОБІТ
ЗАДЛЯ ВИЖИВАННЯ.**

«Україні, навіть як ніколи раніше, потрібні архітектори та дизайнери для оперативного відновлення та відбудови зруйнованого і пошкодженого ворогом», – каже **Алеся Карнаухова, CEO студії дизайну та архітектури ZIKZAK Architects**. Але що відбувається в галузі архітектури нині, яка відіграватиме визначну роль у відбудові? Як працюють бюро, студії та майстерні в умовах війни, нестачі замовлень, відтоку кадрів?

У перші тижні повномасштабного вторгнення компанії вирішували нагальні питання, як от релокація та евакуація, тимчасово повністю або частково поставивши роботу на паузу.

Далі українські архітектори поступово адаптувалися до нових умов і шукали нові можливості.

З погляду формату роботи, нині ситуація така, що команди розділені: працюють в офісі чи віддалено в Україні (іноді доводиться виконувати завдання в бомбосховищах і стикаючись зі складнощами з електроенергією та інтернетом), або ж з-за кордону.

З погляду завантаження, то частина проєктів відновилися, якісь замовлення ще на паузі чи скасовані. Є й нові роботи в Україні: вони можуть бути пов'язані з відбудовою, оновленням створених раніше концепцій, зміною функціонального призначення тощо. Водночас українські архітектори комунікують з іноземними замовниками. І з цим у кожній компанії своя історія: хтось нині більше працює на вітчизняний ринок, хтось – на закордонний. Власне, саме в роботі на інші ринки архітектори вбачають нині чи не основну можливість для виживання. Всі опитані нами бюро шукають нових працівників. Але й зазначають, що вакансій на ринку менше, ніж шукачів роботи.

Докладніше про роботу в умовах воєнного стану розповіли **Дмитро Аранчій, засновник майстерні Aranchii Architects, Дмитро Васильєв, співзасновник, CEO та головний архітектор компанії archimatika, Андрій Яцентюк, засновник бюро архітектурних рішень Design Hub International, та Алеся Карнаухова.**

Розкажіть, як ваша компанія працювала в перші тижні повномасштабної війни та як працює зараз.

Дмитро Аранчій: Перші декілька тижнів ситуація в компанії була вкрай невизначена. Найскладнішим було знайти роботу, проте якщо ти докладася зусиль, рано чи пізно вони приведуть до відповідного результату.

Дмитро Васильєв: У перші дні війни компанія майже повністю заморозила діяльність і займалась лише підтримкою працівників. З квітня ми стали перезапускати повноцінну роботу, оптимізувати внутрішні процеси, адаптуючись під нову реальність. Ми почали з ініціативних проєктів для відбудови країни. З початку літа поновили роботу на 2/3 і зайнялись завершенням довоєнних українських об'єктів й активним пошуком замовлень на міжнародному ринку.

Алеся Карнаухова: Основним завданням перших тижнів була релокація команди. Київ був одним із найнебезпечніших місць, і всі ми прагнули вивезти свої сім'ї у західні регіони. Як наслідок, команда була розсіяна по всій території України і навіть за її межами. Тому першим викликом, із яким ми зіштовхнулися, було налагодження дистанційної командної роботи. В цьому нам допоміг досвід життя під час пандемії. Ми оперативно переналаштувалися і станом на листопад майже повністю відновили довоєнну потужність і швидкість.

Андрій Яцентюк: Перші тижні були шоком, хоча загрозу сприймали всерйоз і підготували офіс заздалегідь. Ми здебільшого займалися підтримкою команди, релокацією та питаннями безпеки. Перші тижні бюро не працювало, в цей час по всіх українських проєктах була повна тиша й було невідомо, що відбуватиметься далі. У подальшій роботі ми активізувалися у співпраці з міжнародними партнерами. Якщо говорити про діяльність компанії нині, станом на листопад, то вона відновилася над багатьма проєктами, серед них є три, де поновилися будівельні роботи. Крім цього, за період війни ми почали працювати над низкою нових замовлень.

Що було найскладнішим за цей період для роботи компанії? Що довелось змінювати, переосмислювати в її стратегії?

Алеся Карнаухова: Найскладніше – це незнання, чого чекати від завтра, неможливість прогнозування. Якщо раніше ми планували все далеко наперед, то тут ситуація разуче змінювалася щодня. Водночас була велика команда, на утримання якої необхідні ресурси. А ресурси в перші тижні не було звідки брати, тому що всі українські проєкти зупинилися, а частка міжнародних була вкрай малою.

Дмитро Аранчій: Мало що змінилось у роботі та підходах, хіба що збільшилося завзяття шукати варіанти через ризик і страх втратити команду та налагоджені процеси.

Певним чином підвищилася комунікація з кордоном, проте ця тенденція вже давно намічалася й розвивалася скоріше не як стратегія, а як природний наслідок критичного мислення та глобалізованих підходів.

Андрій Яцентюк: Найскладніше – втрата людей. Тому що частина команди пішла, здебільшого жінки, які вирішили залишити Україну. І, відповідно, у прив'язаних до українських проєктів співробітників заробітна



Дмитро Аранчій

«Я вважаю, що українській архітектурі для інтеграції у світовий ринок не вистачає двох речей: науковості та мови»

плата не відповідала рівню життя за кордоном. Також відбулося скорочення бюджетів від проєктів, тому що обсяг робіт зменшився вчетверо. Плюс девальвація, також важка історія. Проте гріх скаржитися. Все те складне, з чим ми стикалися, порівняно з тим, що пережили мешканці окупованих міст, неважливе. Щодо роботи, то ми впоралися з цим.

Яка ситуація з проєктами, над якими ви працювали на момент розгортання воєнних дій? Над якою часткою із них ви продовжуєте роботу, яка частка поставлена на паузу? Чи є проєкти, від яких замовники зовсім відмовились?

Дмитро Васильєв: На внутрішньому ринку ситуація така.

По-перше, замовники тих об'єктів, які перебували на етапі будівництва та які були продані ще до війни, зараз завершують їх для передачі нерухомості майбутнім власникам. Приклад: житлові комплекси «Файна Таун» і Respublika в Києві від KAN Development.

Нині ми працюємо над сімома об'єктами. Це переважно цілі черги, що містять кілька будівель. Тому загальна площа того, що зараз в роботі, перевищує 200 000 м². На жаль, запуск будівництва нових об'єктів тимчасово поставлений на паузу, але проєктів, від яких замовники відмовилися і роботи по ним згорнені, в нас немає.

По-друге, нині збільшився обсяг роботи на стадіях «Концепція» та «Проєкт». Багато замовників з користю використовують свій час і увагу, що тимчасово вивільнилося з процесу будівництва, для створення нових концепцій, а також для перегляду тих, що були зроблені раніше. Чимало проєктів замовники робили самотужки, поспіхом і без відповідної уваги до комерційних деталей і собівартості будівництва. Зараз вони мають змогу поліпшити рішення, проробити їх уважніше й відповідно до нових реалій. У нас активізувалися саме такі замовники, які переробляють проєкти та концепції.

Ще один приклад: ділянки, до яких у замовників не доходили руки чи вони потребували суттєвої попередньої підготовки, або складні ділянки, що вимагають значного часу навіть для створення концепції. Зараз час саме для них, тим більше що розробка початкових стадій коштує зовсім небагато, порівнюючи з бюджетом будівництва.

Тож чимало компаній не витрачають дорогоцінний час, щоб, коли ситуація нормалізується, стартувати швидко та на більш пропрацьованому рівні запустити процеси. Ще завдяки тому, що в нашому бюро вивільнився ресурс (до війни черга замовлень до нас сягала дев'яти місяців), ми беремо в роботу нетипові для нас проекти, наприклад, невеликі за площею, готелі, громадські центри.

Станом на листопад у нас є активні проекти в Києві, Одесі, а також у західних областях. Там ситуація більш прогнозована та стабільна, ринок нерухомості поступово поновлює активність. Окрім цього, ми спостерігаємо рух у такій ніші, як релокація підприємств зі східних регіонів країни у західні, це також підштовхує наш ринок.

Андрій Яцентюк: З початку повномасштабної війни з тих проектів, над якими ми працювали і які були на початковому етапі, відновилася лише чверть. Решта або заморожені, або скасовані. Наприклад, до 24 лютого ми почали займатися проектом дуже великого суперрегіонального ТРЦ. Нині його закрито. Є також частина замовлень, які зараз на паузі або скасовані, хоча у мирний час вони були б дуже цікаві.

Алеся Карнаухова: В перші дні зупинилося все. Ті проекти, які не зупинилися самі, поставили на паузу ми. Через кілька днів ми оговталися, прийшли до тями й відновили роботу. Більша частина українських проектів ще поки на паузі. Їхнє місце зайняли нові замовлення по всьому світу.

Дмитро Аранчій: Щось зупинилося на невизначений термін, щось зазнало вимушених змін, але тішить думка, що є відчутний відсоток проектів, які тривають, і не менш відчутна частка припадає на новонадбані.

Чи були нові замовлення в Україні за період війни?

Дмитро Аранчій: Так, зараз це більша частина робіт, над якими працює майстерня.

Андрій Яцентюк: Так, нові проекти з'явилися. Частина пов'язана з відновленням чи реконструкцією зруйнованого фонду, який постраждав від війни. Також є проекти, які змінили функціональне призначення. Тобто майданчик той самий, наприклад, але замість житла розробляється логістичний комплекс. Крім того, є декілька комерційних об'єктів, які після початку повномасштабної війни перебували на етапі проектування, але інвестори вирішили прискорити роботи. По одному з таких замовлень в Києві вже ведеться будівництво.

Алеся Карнаухова: Проекти, які з'явилися саме в Україні і саме під час війни, можна перерахувати на пальцях. Це не порівняти з тією кількістю нових замовлень, які ми отримували раніше.

Як змінився штат компанії: чи був відтік кадрів? Чи набираєте персонал?



Дмитро Васильєв

«В УКРАЇНСЬКИХ СПЕЦІАЛІСТІВ ВИСТАЧАЄ КВАЛІФІКАЦІЇ ДЛЯ ВЕДЕННЯ ІНТЕРНАЦІОНАЛЬНИХ РОБІТ. ЄДИНЕ, ЧОГО НЕ ВИСТАЧАЄ, — ЦЕ КОМПЛЕКСНОГО СПРИЙНЯТТЯ РИНКУ, ПІДХОДІВ І ЦІННОСТЕЙ У ПРОЄКТУВАННІ. АЛЕ НАША ПРАКТИКА ПОКАЗУЄ, ЩО МИ ВМІЄМО ПРАЦЮВАТИ ШВИДШЕ Й ЗЛАГОДЖЕНІШЕ»

Андрій Яцентюк: Відтік кадрів був через те, що люди переміщалися країною або виїжджали за кордон. Питання з робітниками залишалося найскладнішим. З початку війни ми нікого не скоротили. Не було й такого, що не платили, але було зниження зарплатні в межах 20%. Ми сплачували заробітні плати, знаходили якісь завдання, доводилося навіть вигадувати та завантажувати працівників тим, що не стосувалося наших проектів і не приносило дохід компанії. Ми намагалися триматися за людей, бо це – головна цінність.

З огляду на ротацію кадрів, а також збільшення кількості проектів, нині ми постійно шукаємо нових людей. Однак варто зазначити, що складнощів із пошуками в теперішній час не виникає. Нині відгуків вдесятеро більше, ніж до війни. На початку року знайти робітника було набагато важче.

Дмитро Аранчій: Склад команди зазнав змін, проте зрештою чисельно і якісно не знизився. Нам необхідно було підсилювати команду новими членами, знайти було не дуже легко, втім, як і до того. Можливо, доведеться підсилювати ще, якщо позитивна тенденція з обсягом робіт триватиме.

Дмитро Васильєв: Так, зараз ми шукаємо людей, особливо на позиції, пов'язані із закордонними проектами з обов'язковими умовами – знання англійської мови та програми Revit. Висококваліфіковані архітектори-крійтори, інженери, генпланісти, ландшафтні архітектори та менеджери з розвитку – наш пріоритет. Для закордонних об'єктів вимоги досить високі, знайти кваліфікованих співробітників завжди було складно, і ця тенденція залишилась.

Алеся Карнаухова: Відтік кадрів був зовсім незначним. Важливо сказати, що зі зміною обставин змінилися й пріоритети: багато працівників поза проектною діяльністю почали займатися волонтерством, втім це не знизило ефективності нашої роботи як команди.

Нині ми дійсно збільшуємо штат менеджерів, наймаємо архітекторів і дизайнерів. Також шукаємо підрядників для виконання завдань по проєктах за кордоном. Насправді претендентів зараз багато, але співвідношення вакантних місць і кандидатів різьє відрізняється зі зрозумілих причин. Ось, наприклад, без значних зусиль ми знайшли декількох нових архітекторів і дизайнерів, за яких у довоєнний час змагалися хедхантери багатьох компаній.

У якому форматі працює компанія: в офісі, віддалено в Україні чи за кордоном?

Дмитро Аранчій: Усе з вищезгаданого. В плані налагодження дистанційної роботи дуже допомогла пандемія. Нині намагаємось збиратися в Києві в офісі, адже синергія та фізична взаємодія є синонімами у сенсі провадження інноваційної творчості.

Алеся Карнаухова: У нас комбінований формат роботи. Більшість людей працюють з офісу, частина – з інших регіонів України, певна частка жіночого колективу – з-за кордону. Також маємо мобільну команду архітекторів, яка веде авторський нагляд за реалізацією проєктів. Війна навчила нас працювати в будь-яких умовах: в одній кімнаті з дітьми, що вчатьс'я онлайн, наприклад, чи навіть із бомбосховища.

Дмитро Васильєв: Колектив збирається переважно в офісі, але, звісно, є люди, які працюють дистанційно. Ми намагаємось вибудувати зручний формат роботи для кожного співробітника залежно від його місцеперебування та забезпечити комфортні умови.

Андрій Яцентюк: Це дуже актуальне питання. У нашій компанії всі здебільшого працюють віддалено, з огляду на проблеми з електропостачанням і безпеку людей. Найбільшою складністю нині є перебої світла й, відповідно, інтернет-підключення. Це при тому, що до війни ми підвели в офіс незалежну інтернет-гілку. Нині нашою метою є встановлення терміналу Starlink і генератора, щоб мати можливість працювати безперебійно. Крім того, ми переносимо дані на хмарний сервер до Німеччини.

Перебої значно впливають на роботу. Зокрема, створюють складнощі у спілкуванні з потенційними замовниками з Європи або Австралії, оскільки вони сприймають, що війна – це ризики щодо виконання зобов'язань. І тому, наприклад, ніхто не хоче платити аванс. Також ця проблема вплинула на наші поточні українські проєкти, оскільки перебої зі світлом виникають і в наших контрагентів, замовників, експертизи. Ті процеси, які виконувалися раніше за день, нині тривають удвічі довше.

Підтримати український бізнес можуть замовлення з-за кордону, й вітчизняні бюро та студії, певно, як ніколи відкриті до таких пропозицій. Чи працюєте ви зараз на закордонні ринки?

Дмитро Васильєв: Станом на листопад приблизно 30% архітекторів було залучено в закордонних проєктах, але ми всіма силами намагаємось збільшити цю частку.



Алеся Карнаухова

«НИНІ УКРАЇНСЬКОМУ АРХІТЕКТУРНОМУ БІЗНЕСУ ВАЖЛИВО ШУКАТИ ШЛЯХИ ВИХОДУ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК Й АКТИВНО НИМИ ПРОСУВАТИСЯ. МИ МАЄМО СИЛЬНИЙ ПРОДУКТ, ЯКИЙ ГІДНИЙ ПРЕДСТАВЛЯТИ НАШУ КРАЇНУ НА ГЛОБАЛЬНІЙ АРЕНІ»

Андрій Яцентюк: Закордонні проєкти є, але вони становлять третину від загальної кількості замовлень. Немає такої тенденції, що всі хочуть нам допомагати, працювати з українськими компаніями. Ті проєкти, які є, обговорювалися або ще до повномасштабної війни, або це мої особисті контакти, не нові. З усього обсягу заявок від нашої студії з приводу потенційних робіт для закордонних клієнтів або партнерства відгуки дуже слабкі, люди не розуміють, як можна гарантувати виконання завдання, його якості, термінів в умовах, яких ми працюємо.

Алеся Карнаухова: Так, війна навчила нас працювати не тільки з бомбосховища, але й за кордоном. Маємо проєкти в Європі, США, країнах Перської затоки, і саме ці замовлення нині становлять основну частку нашої діяльності.

Дмитро Аранчій: За цей період ми завершили, до прикладу, безпосередньо закордонний проєкт, пов'язаний із популяризацією української архітектури/культури у США. Але його девелопер – з України.

Нині триває робота над проєктом в Україні для іноземного замовника, а ще над проєктами в Україні для українських компаній і проєктом для компанії, що має україно-американське походження. Перемовини тривають щодо локальних та інтернаціональних робіт.

Тобто, як бачимо, стираються кордони, і це (як не сумно) – позитивний ефект, спричинений повномасштабною війною.

Можливо, за цей період ви відкрили офіс/офіси за кордоном?

Алеся Карнаухова: Ми відкрили представництва в Іспанії та на Кіпрі й працюємо над подальшим розширенням.



Андрій Яцентюк

«УКРАЇНСЬКОМУ АРХІТЕКТУРНОМУ БІЗНЕСУ ПОТРІБНО ВМІННЯ АДАПТУВАТИСЯ ТА ДИВЕРСИФІКУВАТИ НАПРЯМИ ДІЯЛЬНОСТІ»

Андрій Яцентюк: У нас є представництво в Нідерландах із 2019 року. Воно призупинило активність впродовж пандемії COVID-19. З жовтня минулого року велася робота щодо повноцінного відновлення там діяльності. І нині, після початку повномасштабної війни, нідерландський офіс набув актуальності. Зараз ми активно працюємо над тим, аби налаштувати повноцінну роботу в Європі.

Дмитро Васильєв: Нові представництва за кордоном ми не відкривали, в нас залишаються два офіси в Норвегії та Україні. Проте завдяки тому, що деякі наші колеги поїхали, в нас з'явилися люди, які представляють інтереси компанії та допомагають комунікувати із замовниками в інших країнах. За ці дев'ять місяців нам вдалось попрацювати з проектами в Литві, Естонії, Бельгії, Великій Британії, Китаї, Австрії, Нідерландах і Південній Кореї. Закордонні колеги дуже допомагають нам як українській компанії й активно відкликаються на наші звернення щодо співпраці. Але ми бачимо також тренд, що через війну навіть у Європі спостерігається спад кількості проектів. Економічні наслідки війни, інфляція, економічні та логістичні перепади, подорожчання енергоресурсів і матеріалів викликали певну дестабілізацію ринку.

Які висновки за цей період ви зробили для себе як керівник компанії, які нові правила/принципи виробили?

Андрій Яцентюк: Це вже четверта криза за період моєї професійної діяльності у сфері архітектури. Тому якась адаптивність була вже присутня і до 24 лютого. Шок був, але швидко минув, і прийшла адаптація. Ми працювали, робили, що могли, в тих умовах, які у нас є.

З принципів – потрібно займатися налаштуванням процесів, які могли б дозволити керівнику не втручатися і не брати участь там, де цього можна не робити. Особливо це допомагає побудувати ефективну діяльність в умовах віддаленого режиму. В такому форматі потрібно постійно здійснювати контроль, що

займає багато часу. Тому необхідно продумати процеси так, щоб основні етапи та виконання завдань були, наскільки це можливо, автоматично під контролем.

Крім того, важливими є щоденні онлайн-зустрічі з командою, планування на день, щоб за умови навіть віддаленої роботи, коли люди не працюють поруч, вони були в контакті по роботі, а також неформально. На нарадах ми спілкуємося з проектних питань, але все одно повертаємося до буденних тем.

Також із того, що показав цей період для мене як для керівника, – поняття лояльності дуже умовне. Тому потрібно всі процеси та взаємини з людьми максимально формалізувати, якими б гарними не були стосунки на особистісному рівні.

Алеся Карнаухова: Ніколи не можна бути готовим до всього. За час існування компанії ми сформували сильну команду архітекторів і дизайнерів, нішевих спеціалістів. Найвища якість продукту та послуг і схвальні відгуки працюють «на ура» та є найкращою рекламою. Зараз ми усвідомлюємо вагоме значення потужного маркетингу та сильного відділу продажів.

Дмитро Аранчій: Щодо принципів, то це – швидші рішення в усьому, зокрема й щодо інтеграції у світовий ринок, покладання на людей, яким можна довіряти, і передача їм свободи дій і творчості. Це зрозуміло і може звучати банально, але нині ми маємо бути особливо швидкі та рішучі.

Що потрібно українському архітектурному бізнесу, як змінитися, адаптуватися, щоб вижити і жити в цей час?

Алеся Карнаухова: Нині українському архітектурному бізнесу важливо шукати шляхи виходу на міжнародний ринок й активно ними просуватися. Ми маємо сильний продукт, який гідний представляти нашу країну на глобальній арені. Водночас необхідно розуміти, що Україні, навіть як ніколи раніше, потрібні архітектори та дизайнери для оперативного відновлення та відбудови зруйнованого і пошкодженого ворогом.

Дмитро Аранчій: Я вважаю, що українській архітектурі для інтеграції у світовий ринок не вистачає двох речей: науковості та мови. По ним обом уже намітилися позитивні тенденції, але й те, й інше нам українцям абсолютно точно ще доведеться підтягувати.

Під науковістю я маю на увазі обізнаність у сучасних науково-технологічних досягненнях, вміння шукати інформацію та першоджерела, аналізувати знайдене та робити наукові висновки. Без цієї «теорії» кожна практика приречена на замикання у самій собі.

Для цього нам конче необхідна мова, бо без неї важко мати доступ до інформації. Сподіваюсь, більшість українців розуміють, що пошук російською – це шлях в нікуди, а пошук англійською – шлях до відкриття безмежних можливостей людини розумної. Від школяра та студента і до практикуючого спеціаліста та власника майстерні. Проте вищесказане справедливе, як можна легко здогадатися, не лише для нашої скромної (принаймні в загальних масштабах людської діяльності) галузі.

Андрій Яцентюк: Із загального принципу, що потрібно загалом країні, а не тільки українському архітектурному бізнесу, – підвищення рівня якості роботи та конкурентоспроможності. А з базового – вміння адаптуватися та диверсифікувати напрями діяльності. Це одна з дуже важливих речей, яка нам допомогла.

Тому що в нас, крім основного виду діяльності, є і напрям архітектурного аутсорсу, й енергетичні проекти, і будівництво, і девелопмент, і підрядні роботи. Тож варто диверсифікувати ризики та бути готовими працювати. Це завжди допомагає у складні часи.

Дмитро Васильєв: Потрібно вірити у свої сили, намагатися виконувати роботу якісно, боротися за нові можливості на міжнародному ринку, переймати досвід і доводити, що наш рівень відповідає європейським компаніям. Ми працювали на міжнародному ринку ще до війни та мали змогу переконатись, що в українських спеціалістів вистачає кваліфікації для ведення інтернаціональних робіт. Єдине, чого не вистачало, – це комплексного сприйняття ринку, підходів і цінностей у проектуванні. Але наша практика показує, що ми вміємо працювати швидше і злягодженіше. Нам потрібно поступово переймати алгоритми проектування та цінності закордонних колег для того, щоб іще більше відповідати

міжнародному рівню. Особливо це стосується принципів стійкості, енергоефективності, якості благоустрою, матеріалів та інших напрямів, які в Україні до війни були не так затребувані.

Знання англійської та різних іноземних мов – дуже важливе, особливо для керівників підрозділів. До війни в нас були курси англійської, які частково оплачувала компанія. Зараз ми проводимо розмовні клуби для тих, хто залучений у міжнародні активності бюро для того, щоб покращити рівень спілкування.

Круто, коли українські спеціалісти отримують досвід співпраці із закордонними компаніями та переймають їхню систему роботи. Це один із наших пріоритетів на майбутнє.

Ми віримо в перемогу України й очікуємо, що в майбутньому ми всі допоможемо відбудувати нашу країну за європейськими стандартами, які ми відстоювали ще до початку війни, та привнесемо новий досвід, який отримаємо в цей непростий час. CP

23-25 лютого 2023

РЕКОНСТРУКЦІЯ ЖИТЛОВОЇ ТА КОМЕРЦІЙНОЇ НЕРУХОМОСТІ

3-денний інтенсив



Деталі та для реєстрації

school@c-p.com.ua
+38 (063) 641 53 18
(Telegram)

ocenka@iib.com.ua
+38 (067) 819 07 17



ФОТО НАДАНЕ ПРЕСЛУЖБОЮ БЕА

Вікторія Куликова

ОБ'ЄДНАНІ ДЛЯ ВІДБУДОВИ

ПОНАД ПІВ РОКУ (З ЧЕРВНЯ) В ЄВРОПЕЙСЬКІЙ БІЗНЕС АСОЦІАЦІЇ ПРАЦЮЄ КОМІТЕТ ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ. НИНИ ВІН ОБ'ЄДНУЄ 24 КОМПАНІЇ З-ПОНАД 15 БІЗНЕС-СЕКТОРІВ, ЗОКРЕМА Й БУДІВНИЦТВА. ЧИМ ЗАЙМАЄТЬСЯ КОМІТЕТ, ЯК ВІН ПРАЦЮВАВ ІЗ НАЦІОНАЛЬНОЮ РАДОЮ З ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ ВІД НАСЛІДКІВ ВІЙНИ ТА ЗА ЯКИХ УМОВ ВІДБУДОВА МОЖЕ СТАТИ УСПІШНОЮ – РОЗПОВІЛА ВІКТОРІЯ КУЛИКОВА, КЕРІВНИЦЯ ДЕПАРТАМЕНТУ КОМІТЕТІВ ЄВРОПЕЙСЬКОЇ БІЗНЕС АСОЦІАЦІЇ.

Розкажіть, як сформовано Комітет Відновлення України при Європейській Бізнес Асоціації.

Комітет Відновлення України заснований Європейською Бізнес Асоціацією у зв'язку з воєнними діями на території нашої країни у 2022 році та розумінням бізнесом необхідності якнайшвидшого відновлення економіки держави. До нього входять компанії, які представляють різні галузі економіки й об'єднані однією спільною метою – формування бачення та активної роботи у відбудові країни в усіх її проявах. Для повоєнного відновлення необхідна експертиза з широкого спектра секторів. Тож члени Комітету мають дуже різну спеціалізацію, але вони всі разом формують комплексне бачення майбутньої відбудови України. Отже, він представлений такими бізнес-секторами:

- Будівництво, інженерія та проектування, а також управління нерухомістю. Власне, ці галузі представляють девелоперські компанії City Capital Group і «НЕСТ», ТЦ GORODOK Gallery.
- Промислове обладнання, електроніка.
- Аудит, податкові та бухгалтерські послуги, консалтинг, юридичні послуги.
- Паливо та енергетика.
- Транспортування та логістика.
- Дистрибуція, оптова торгівля.
- Банківські послуги.
- Сільське господарство.
- ІТ та телекомунікації.
- Автомобільна промисловість.
- Деревообробна промисловість.
- Подорожі та туризм.
- Маркетинг.
- Навчання та тренінги, організація заходів і конференцій, сертифікація.

Водночас інтерес бізнесу до питань, якими опікується Комітет, лише зростає, тож ми очікуємо, що перелік компаній-учасників та індустрій, які вони представляють, лише розширюватиметься.

Які короткострокові та довгострокові завдання Комітету?

Першочергові кроки Комітету такі:

- Розроблення White Paper (Білої книги) з пропозиціями щодо відновлення України, адже Комітет є міжгалузеву інтегруючою платформою, яка допоможе об'єднати ідеї різноманітних секторів бізнесу та напрямів у єдиний пакет пропозицій щодо відновлення економіки нашої держави.
 - Проведення зустрічей із ключовими органами державної влади, посольствами, представництвами міжнародних організацій з метою синхронізації бачення щодо шляхів відновлення України.
 - Аналіз інформації щодо міжнародних конференцій, присвячених відновленню України, та участь у таких заходах представників Комітету.
- Пріоритетна діяльність Комітету – це:
- Підготовка експертних матеріалів щодо пріоритетних напрямів і шляхів відбудови України.
 - Розвиток B2B-напрямку, зокрема пошук потенційних партнерів як в Україні, так і за її межами для налагодження нових ланцюгів постачання.
 - Відбудова пошкоджених об'єктів інфраструктури, зокрема соціальної, а також житла та комерційної нерухомості.

- Активна участь у напрацюванні законодавчої бази щодо відбудови України.
- Впровадження кращих міжнародних стандартів, зокрема з питань енергоефективності, та розвиток нових пріоритетних напрямів бізнесу в Україні.

На якому етапі робота над White Paper, коли плануєте його закінчити і презентувати? Чи можна вже трішки «заглянути» у White Paper – що пропонується цим документом?

Комітет уже завершив роботу над Білою книгою з відновлення України та надіслав її до уваги очільникам уряду, парламенту та Адміністрації Президента України. Нині йде робота над перекладом англійської версії документа. Адже ми плануємо просувати пропозиції та бачення бізнесу щодо процесів відновлення не лише в Україні, а й за її межами. Незабаром двомовна версія документа буде оприлюднена на сайті Асоціації.

У Білій книзі містяться пропозиції стосовно податкової та митної сфер, імпорту та торгівлі алкогольними напоями, будівництва, логістики й інфраструктури, енергетики, енергоефективності, сільського господарства, екологічних питань, питань видобувної галузі, деревообробної галузі, харчових питань, технічних регулювань, захисту прав споживачів, дозвільної системи, інтелектуальної власності, охорони здоров'я, трудових ресурсів, пенсійної реформи, політики рівних можливостей і різноманіття, фінансових послуг, електронних платежів.

«ДЛЯ УСПІШНОЇ ВІДБУДОВИ УКРАЇНИ НЕОБХІДНЕ СТРАТЕГІЧНЕ БАЧЕННЯ ПРОЦЕСІВ ВІДБУДОВИ ЗАГАЛОМ, ЗАЛУЧЕННЯ МІСЦЕВИХ ГРОМАД І БІЗНЕСУ, ДОСТАТНІ ФІНАНСОВІ РЕСУРСИ, ПІДТРИМКА ВІД МІЖНАРОДНИХ ПАРТНЕРІВ, ПРОЗОРИСТЬ, ЧЕСНІСТЬ І НЕТЕРПИМІСТЬ ДО КОРУПЦІЇ»

Для розвитку будівельної сфери під час війни та опісля експерти Асоціації висунули низку пропозицій. Зокрема, вони стосуються врегулювання питання надання компенсацій за зруйноване внаслідок збройної агресії РФ майно. На думку Асоціації, для цього варто прийняти законопроект №7198 у другому читанні, що міститиме положення, які передбачатимуть механізми компенсації не лише за знищені/зруйновані окремі об'єкти житлової нерухомості, а й за об'єкти нежитлової нерухомості (комерційні об'єкти).

Інші пропозиції стосуються розробки механізму надання страхування воєнних ризиків; використання суперфінансування для відбудови об'єктів житлової та нежитлової нерухомості, соціальної інфраструктури, інших об'єктів нерухомості; забезпечення публічності та прозорості містобудівної документації та здійснення реєстраційно-дозвільних процедур; створення умов з технічної готовності системи оцінки відповідності у сфері будівництва; впровадження системи поведінки з будівельними відходами.

Важливо також забезпечити максимальну кількість населення укриттями від небезпечних уражень внаслідок бойових дій, оскільки нині їхня кількість недостатня. Частими є випадки, коли укриття закриті або використовуються не за призначенням. Тож першочергово необхідно здійснити інвентаризацію та аудит наявних споруд цивільного захисту. Далі – розширити фонд захисних споруд цивільного захисту завдяки будівлям і спорудам, що можуть використовуватись як споруди подвійного призначення. В подальшому в Україні має бути імплементований новий ефективний підхід до планування територій та будівництва будівель і споруд, спрямований на забезпечення захистом максимальної кількості цивільного населення.

Які подальші кроки, як втілюватимете White Paper у життя?

Ми плануємо проводити окремі зустрічі з профільними державними органами з метою детальнішого обговорення тих чи інших пропозицій по секторах задля їх подальшого врахування.

Уряд розробляє свій План відновлення України. Як робота та пропозиції вашого Комітету корелюватимуться з діями уряду та урядовою програмою?

Експерти Асоціації брали участь у робочих групах Національної ради з відновлення, які напрацювали комплексні пропозиції щодо необхідних в Україні реформ. Водночас далеко не всі ініціативи Асоціації були враховані в Плані, відтак Комітет вирішив зібрати всі пропозиції бізнесу в окремому документі та надати їх до розгляду керівництву держави й деяким іншим інституціям.

За яких умов відбудова України може стати успішною і навпаки – що стримуватиме досягнення цілей?

Для успішної відбудови України необхідне стратегічне бачення процесів відбудови загалом, активне залучення місцевих громад і бізнесу для реалізації конкретних проектів на місцях і, звісно ж, достатні фінансові ресурси, які змогли б допомогти реалізувати наші амбітні плани. Також важливими є допомога та підтримка від міжнародних партнерів. Адже, за попередніми оцінками, сума на відбудову, анонсована на 5-й Німецько-Українській конференції в Берліні (відбулася 24 жовтня 2022 року – ред.), становить \$349 мільярдів. Безумовно, кошти величезні. Водночас війна і часті воєнні атаки, на жаль, все ще тривають.

Проте зі спілкування з деякими міжнародними партнерами ми бачимо, що підтримка є. Знову ж таки, під час заходу в Берліні Олаф Шольц, канцлер Німеччини, надав досить важливий меседж, що інвестиції в Україну – це інвестиції в майбутнє Європи. Дедалі все більше країн, а також країни G7 готові підтримувати Україну. Водночас координаційна платформа для нашої відбудови має бути створена до кінця 2022 року або на початку 2023 року – про це заявила Урсула фон дер Ляєн, голова Єврокомісії, на Міжнародній експертній конференції з відновлення, реконструкції та модернізації України, знову ж таки, в Берліні наприкінці жовтня.

З українського боку важливими є максимальна прозорість, відкритість, чесність і нетерпимість до корупції в цьому процесі – аби жодним чином не похитнути віру та довіру донорів, адже довіра відновлюється найскладніше.

СР

РИНОК Є, ВІН ЖИВИЙ. ЩО ВІДБУВАЄТЬСЯ У СЕКТОРІ ЖИТЛОВОЇ НЕРУХОМОСТІ ЛЬВОВА

Текст: Тетяна Антонюк

М АЙЖЕ БЕЗ ПАУЗИ

За даними платформи з пошуку нерухомості «ЛУН», станом на листопад у Львові та Львівській області на 88% відновилося будівництво житла, а саме багатоквартирних новобудов. Це стільки ж, як і в Рівненській області, з якою межує цей регіон, але трохи менше, ніж у його інших сусідніх областях. Йдеться про Волинську, Тернопільську, Івано-Франківську, Закарпатську, де показник відновлення будівництва житла варіюється від 92% до 96%.

СТАНОМ НА ЛИСТОПАД У ЛЬВОВІ ТА ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ НА 88% ВІДНОВИЛОСЯ БУДІВНИЦТВО ЖИТЛА, А САМЕ БАГАТОКВАРТИРНИХ НОВОБУДОВ

На початку повномасштабної війни більшість девелоперів призупиняли будівельні роботи. В Києві, наприклад, така пауза тривала трохи більше, ніж місяць. Львів не став винятком. «Усім потрібно було оговтатись і зрозуміти, що відбувається», – каже **Ярослав Возняк, керівник Департаменту з продажу групи компаній Avalon**. «У нас в місті теж був період, коли не працював жодний будівельний майданчик, але це тривало не дуже довго», – розповідає **Андрій Герасимов, CEO девелоперської компанії «Інтергал-Буд» у західному регіоні**. Активність почала відновлюватися на початку березня. Але, як каже забудовник, це не завжди було видно, наприклад, якщо проводилися внутрішньобудинкові роботи: чорнове та чистове оздоблення, електромонтажні та сантехнічні роботи тощо. Починаючи з квітня-травня, активність була помітнішою, коли запрацювали крани.

Звісно, на ринку були компанії, які зупиняли будівництво зовсім ненадовго, й такі, що брали тривалішу паузу: 2-4 місяці залежно від об'єкта.

Наприклад, група Avalon лише на перші кілька днів зупинила роботи на майданчиках, але виконувала всі інші процеси. «Справа в тому, що крім будівництва завжди є «паперова» та погоджувальна діяльність. Тому закрита для ринку частина процесу не зупинялась взагалі. Аналізували все – відкриті контракти, логістику, на жаль, навіть такі речі, як знищені складські та виробничі потужності контрагентів. Ще нас цікавило, чи є в наших генеральних підрядників

НА ЗАХОДІ УКРАЇНИ, ЗОКРЕМА
У ЛЬВОВІ, БУДІВНИЦТВО ЖИТЛА
МАЙЖЕ НЕ ЗУПИНЯЛОСЯ.
ТУТ ОБСЯГИ ВІДНОВЛЕННЯ
ЗВЕДЕННЯ ТАКИХ ПРОЄКТІВ
Є ОДНИМИ З НАЙВИЩИХ ПО КРАЇНІ,
ОБСЯГИ ЗАПУСКУ НОВИХ
КОМПЛЕКСІВ – ТЕЖ. ЧИ ВСЕ
ТАК ПОЗИТИВНО В ЦЬОМУ МІСТІ
З ПОГЛЯДУ ДЕВЕЛОПМЕНТУ
ЖИТЛА?

достатня кількість співробітників, адже частина чоловіків із військовим досвідом була мобілізована», – пояснив Ярослав Возняк. Після короткої паузи девелопер відновив будівництво на всіх майданчиках. Водночас у компанії відзначають, що обсяги робіт зменшились, а періоди виконання окремих процесів, з огляду на складнощі з логістикою та наявністю матеріалів, змістилися. За цей час девелопер завершив три житлові комплекси: Avalon Holiday (секції 1-2), Avalon Flex, Avalon Zelena St. Сукупно це 810 квартир на 42 000 м². Станом на початок листопада в різних фазах будівництва в компанії перебували чотири житлові комплекси у Львові: Avalon Holiday, Avalon Up, Avalon Prime, Avalon Yard, а ще один бізнес-центр.

«Наша компанія не стала винятком: у нас теж була тимчасова пауза на майданчиках. Проте ми оговтались, впоравшись із викликами, які перед нами стояли», – розповідає Андрій Герасимов. У Львові девелопер повністю відновив активність. Зокрема, у квітні він повернувся до будівництва ЖК «Семицвіт» (і вже, до речі, завершив його), тріхи згодом – до житлового комплексу MillTown, і нині в «Інтергал-Буд» сфокусувалися на тому, щоб наздогнати терміни на цьому майданчику.

Девелоперська компанія LEV Development на 80% відновила активність її об'єктів. Зараз у Львові вона будує чотири житлові комплекси: ARTHOUSE park, FEEL HOUSE, PERFECT LIFE, SILENT PARK, а також два інвестиційні проекти LEV CITY HOTEL і SMART HOUSE.

Щодо запуску зовсім нових проектів, то, наприклад, у LEV Development не починали таке будівництво в період повномасштабної війни, оскільки наприкінці 2021 року стартували два великі комплекси квартальної забудови. А група Avalon займалася створенням нових проектів і об'єцяє найближчим часом оголосити про них.

Проте це не значить, що нове будівництво зовсім на паузі. «На ринку Львова бачимо запуск нових проектів. Їх небагато, але вони є», – каже Андрій Герасимов. Та навіть невелика кількість вивела цей ринок у лідери. Якщо говорити про львівський регіон загалом, то, за даними «ЛУН», тут найбільше нових ЖК або нових черг у ЖК, будівництво яких стартувало в цей час, порівнюючи з іншими областями. Наприклад, за період з 24 лютого до вересня таких проектів було 15.

Та чи можна говорити про те, що ринок цього регіону оговтався? Ще ні: адже одночасно з позитивними трендами житловий сектор перебуває під впливом негативних чинників. Відповідно й настрої та коментарі гравців різні.

Із позитивного: ринок є, він живий – так кажуть у компанії Avalon. Безумовно, обсяги та темпи зведення житла зменшились. Проте, як бачимо, відбувається поступове поживлення: тут не лише високі показники відновлення будівництва, а й відновлення роботи відділів продажів. Тому Андрій Герасимов оцінює стан житлового сектору міста ще позитивніше. «На сьогодні львівський ринок майже повністю запустився в плані будівельних робіт», – каже він.

Водночас цей ринок не оминули негативні тренди. «Сектор нерухомості на заході України, особливо у Львові, протягом цього року був схильний до практично тих же негативних факторів, що й центральні регіони України», – каже **Роман Герасимчук, директор і власник консалтингової компанії City Development Solutions**. Він зазначає, що це такі соціально-економічні чинники, як падіння економіки, зростання безробіття,

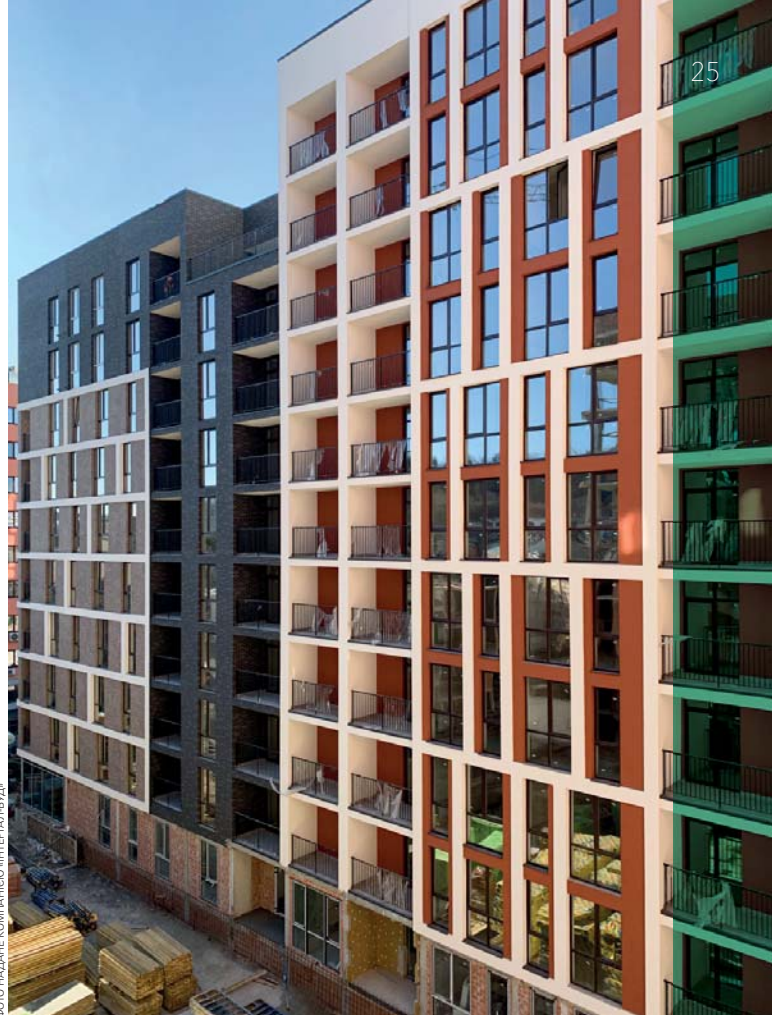


ФОТО НАДАНЕ КОМПАНІЄЮ ІНТЕРГАЛ-БУД

Будівельний майданчик ЖК MillTown, Львів

відмова населення від довгострокових інвестицій. «Тож, зважаючи на них, за підсумками січня-жовтня 2022 року ситуацію на ринку житлової нерухомості України загалом і львівського регіону зокрема можна оцінити як депресивну», – каже Роман Герасимчук.

Приблизно такі ж настрої і в **Олександра Островського, співзасновника компанії LEV Development**. Він вважає, що житловий сектор Львова перебуває у своїй найнижчій точці й лише протягом наступних шести місяців можна буде побачити його зростання. «Схожі процеси відбувалися у 2014-2015 роках», – додає Олександр Островський.

АКТИВНІСТЬ НА ЖИТЛОВИХ БУДІВЕЛЬНИХ МАЙДАНЧИКАХ ЛЬВОВА ПОЧАЛА ВІДНОВЛЮВАТИСЯ НА ПОЧАТКУ БЕРЕЗНЯ. ЗВІСНО, НА РИНКУ БУЛИ КОМПАНІЇ, ЯКІ ЗУПИНЯЛИ РОБОТИ ЗОВСІМ НЕНАДОВГО, Й ТАКІ, ЩО БРАЛИ ТРИВАЛІШУ ПАУЗУ: 2-4 МІСЯЦІ ЗАЛЕЖНО ВІД ОБ'ЄКТА

ІНТЕРЕС Є, ПОПИТУ НЕМАЄ

«Позитивною відмінністю для Львова стали набагато менша, ніж у Києві, Одесі, Дніпрі чи Запоріжжі, загроза ракетного обстрілу російською федерацією та віддаленість від наземних бойових дій. Сукупність таких чинників робить це місто й захід України загалом найбезпечнішим регіоном», – каже Роман Герасимчук. Тому Львів прийняв сотні тисяч людей, які обрали його для тимчасового чи постійного проживання, шукаючи



ФОТО НАДАЄ КОМПАНІЯ АВАЛОН

Будівельний майданчик ЖК Avalon Yard, Львів

безпеки. Однак збільшення населення не вплинуло на первинний ринок житлової нерухомості міста з погляду продажів, попри те, що, як кажуть у компанії Avalon, інтерес був шалений. Навпаки: кількість фактичних угод купівлі квартир суттєво знизилася. «Це закономірно на фоні того, що ситуація дуже неоднозначна. В тому немає нічого дивного, у нас в країні війна», – каже Ярослав Возняк.

Роман Герасимчук пояснює, що з кінця лютого до початку травня сектор нерухомості фактично перебував на технічній паузі, викликаній закриттям доступу до Державного реєстру речових прав на нерухоме майно, що унеможливило проведення угод купівлі-продажу квартир. У літні місяці кількість операцій на первинному ринку Львова знизилася до 7-9% від торішніх показників. У серпні попит почав оживати. «Кількість угод залишалася меншою, ніж в аналогічні періоди минулих років, але можна говорити про позитивну динаміку на ринку квартир у новобудовах», – каже Роман Герасимчук.

Підтверджують це й девелопери, які працюють у Львові: вони зазначають, що кожного наступного місяця попит кращий, ніж у попередній, нові заявки надходять, продажі відбуваються. Водночас настрої покупців залежать від безпекової ситуації, на активність інвесторів впливають новини з фронту, воєнні події. «Кількість звернень чітко відображає ситуацію в Україні, – каже Андрій Герасимов. – Зокрема, після атак чи бомбардувань ворога зацікавленість падає і приблизно через два тижні відновлюється».

Така динаміка привела до того, що у вересні, за даними компанії «Інтергал-Буд», на ринку Львова продажі становили орієнтовно 30% від показників

січня-лютого 2022 року. А от у City Development Solutions підраховали, що за підсумками III кварталу 2022 року попит на первинне житло у львівських новобудовах був близько 47% від показників 2021 року. Проте це дані з вибіркового аналізу, проведеного компанією.

Хоча угод на ринку суттєво менше, чітко простежуються певні зміни в поведінці покупців. Тут фахівці виділяють декілька трендів:

1. Міграція інтересу. Як пояснюють у компанії Avalon, є велика кількість клієнтів, які є мешканцями інших регіонів і вперше почали аналізувати львівський ринок.
2. Вплив настроїв. Девелопери помітили, що через емоційний стан, після важких для країни місяців, є паузи в рішеннях, тобто інвестори довше обдумують купівлю житла.
3. Нові пріоритети. Зокрема, змінились вимоги клієнтів до самого житла, його розташування, безпеки. Так, важливими стали наявність укриття (підземного паркінгу, бомбосховища) безпосередньо в будинку, віддаленість проекту від військової чи іншої інфраструктури, яка може нести загрозу.
4. Енергоефективність. Через енергетичну кризу та необхідність зменшення споживання ресурсів ще одна характеристика житла, якій приділяється більше уваги з боку покупців, – його енергоефективність. І цей тренд посилюватиметься. Тож новобудови, зведені за сучасними нормами та з дотриманням стандартів енергоефективності, матимуть більший попит.

Щодо того, чи надають інвестори перевагу проектам на фінальних етапах будівництва чи стадії фундаменту, то тут думки гравців ринку розійшлися. Наприклад, в «Інтергал-Буд» і LEV Development кажуть, що покупця цікавить термін введення в експлуатацію, спостерігається більший попит на житло на високій стадії готовності. А от в Avalon, навпаки, помітили, що і зараз, як і в довоєнний час, інтерес рівномірний як до проектів на етапі фундаменту, так і до вже зданих об'єктів.

З КІНЦЯ ЛЮТОГО ДО ПОЧАТКУ ТРАВНЯ СЕКТОР НЕРУХОМОСТІ ФАКТИЧНО ПЕРЕБУВАВ НА ТЕХНІЧНІЙ ПАУЗІ ЧЕРЕЗ НЕМОЖЛИВІСТЬ ПРОВЕДЕННЯ УГОД КУПІВЛІ-ПРОДАЖУ КВАРТИР. У ЛІТНІ МІСЯЦІ КІЛЬКІСТЬ ОПЕРАЦІЙ НА ПЕРВИННОМУ РИНКУ ЖИТЛА ЛЬВОВА СТАНОВИЛА 7-9% ВІД ТОРІШНІХ ПОКАЗНИКІВ. У СЕРПНІ ПОПИТ ПОЧАВ ОЖИВАТИ

Проте одним із найважливіших критеріїв при виборі квартири, як і раніше, залишається ціна – кажуть девелопери. Зазначимо, що на ринку Львова середня вартість житла помітно зросла. Так, за даними «ЛУН», при розрахунку 40,5 гривні/\$ ціна квадратного метра в новобудові в листопаді становила \$1150, що на 20% більше довоєнного рівня. Цей ринок є другим за показником зростання. Більше тільки на Закарпатті, а саме в Ужгороді, де середня вартість квадратного метра підвищилася до \$990 в листопаді,



ФОТО НАДАНЕ КОМПАНІЄЮ LEV DEVELOPMENT

Будівельний майданчик ЖК ARTHOUSE park, Львів

що на 22% вище, ніж було в лютому цього року. Враховуючи інфляційні процеси, які відбуваються у світі, в компанії LEV Development очікують на подальше подорожчання собівартості нового будівництва – на 20-30% у доларах. Що відповідним чином позначиться й на ціні продажу житла.

СКЛАДНІ ЧАСИ ТА ПЕРІОД ЗМІН

«Бізнес-життя поступово відновлюється, і це дуже радує», – каже Ярослав Возняк. Проте попереду на девелоперів чекають більше викликів, ніж позитивних трендів. Їх можна розділити на загальнонаціональні й ті, що притаманні лише сектору нерухомості.

Наприклад, як каже Роман Герасимчук, негативний ефект на ринок будівництва, зокрема у Львові, може мати очікуване тривале падіння економіки, викликане складною соціально-демографічною ситуацією, проблемами в енергетичній сфері, безробіттям, еміграцією громадян України, які тимчасово чи постійно виїхали в інші країни. Хоча, за його словами, внутрішня релокація бізнесів і міграція населення до західних областей дещо пом'якшать негативні ефекти в регіональному масштабі, проте все ж таки будуть не в змозі розвернути негативний тренд, загальний для всієї країни. До цього переліку викликів можна додати зниження платоспроможності населення, що негативно впливає на попит на нерухомість. Роман Герасимчук каже, що очікувати на зростання обсягів нового будівництва у львівському регіоні не варто. Найбільш оптимістичний прогноз – збереження поточного рівня та поступове повернення до довоєнних показників нового будівництва.

До викликів, що спостерігаються у секторі нерухомості, належить, зокрема, зростання цін на матеріали та роботи, що призводить до складнощів із розрахунком собівартості будівництва. Сюди ж можна

віднести зміни в законодавстві, які вплинуть не лише на забудовників, а й на покупців. Йдеться, зокрема, про Закон «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо оподаткування операцій з об'єктами нерухомого майна, які будуть споруджені в майбутньому», що був прийнятий у вересні й набрав чинності у жовтні. Він, зокрема, змінює умови оподаткування при продажу квартир. «Має пройти якийсь адаптаційний період інвесторів, що впливатиме на інвестиційну складову житлових проєктів. Необхідно розуміти, що покупці діляться на дві частини: тих, які інвестують для себе,

ОДНИМ ІЗ НАЙВАЖЛИВІШИХ КРИТЕРІЇВ ПРИ ВИБОРІ КВАРТИРИ, ЯК І РАНІШЕ, ЗАЛИШАЄТЬСЯ ЦІНА. У ЛЬВОВІ СЕРЕДНЯ ВАРТІСТЬ ЖИТЛА ЗРОСЛА НА 20%

й тих, які інвестують кошти в нерухомість із метою подальшого перепродажу й отримання прибутку. Тому нам залишається спостерігати, як це все розвиватиметься далі», – каже Олександр Островський.

Загалом експерти прогнозують, що на ринок житлової нерухомості чекає час трансформацій. Це можуть бути оновлення в підходах ведення девелоперського бізнесу чи можливостях залучення зовнішнього фінансування, або такі, що обумовлені зміною кон'юнктури сектору будівельних матеріалів тощо. Цей турбулентний період, як кажуть у компанії Avalon, можуть пережити оператори, які побудували фінансову стабільність, швидко підхоплюють процеси змін і апробують нові ідеї.

СР

ПРАЦЮВАТИ, ПОПРИ СКЛАДНОЩІ. РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ ГРАВЦІВ ГОТЕЛЬНОГО РИНКУ УКРАЇНИ ВІД ГОТЕЛЬНОЇ АСОЦІАЦІЇ ТА АГЕНТСТВА ТУРИЗМУ

Текст: Ірина Сідлецька, генеральна директорка компанії Vertex Hotel Group, президент Української Асоціації Готелів та Курортів

ВІЙНА ПОДІЛИЛА ГОТЕЛЬНИЙ РИНОК УКРАЇНИ НА ДЕКІЛЬКА КАТЕГОРІЙ ЗАЛЕЖНО ВІД ВПЛИВУ БОЙОВИХ ДІЙ ТА ОКУПАЦІЇ ТЕРИТОРІЙ, СТВОРИЛА НОВУ Й, ШВИДШЕ ЗА ВСЕ, ТРИВАЛУ СТРУКТУРУ ГОСТЕЙ, ПРИЗВЕЛА ДО ЗНИЖЕННЯ ЗАВАНТАЖЕННЯ ОБ'ЄКТІВ, СТИМУЛЮВАЛА ОПТИМІЗАЦІЮ ПОСЛУГ І ПРОЦЕСІВ. ОСНОВНА МЕТА ОПЕРАТОРІВ НИНІ — НЕ ДОПУСТИТИ СТАНУ ЗБИТКОВОСТІ, ЗБЕРЕГТИ БІЗНЕС І РОБОЧІ МІСЦЯ.

Готельна галузь є яскравим віддзеркаленням стану країни, а саме: настроїв суспільства, стану економіки та політичних перспектив держави. Попри воєнний стан, введений в Україні, багато готельєрів з оптимізмом дивляться в майбутнє, з нетерпінням очікуючи на перемогу. Є ясне розуміння, що шлях до відновлення сектору гостинності має пройти через обов'язкову стадію певного обмеження обсягів готельних послуг та суттєвого скорочення витрат і ресурсів. Водночас основна мета – до настання перемоги не допустити стану збитковості, зберегти об'єкти та робочі місця. Це висновки онлайн-опитування настроїв готельєрів України та їхньої реакції на безпрецедентні виклики у 2022 році, проведеного Українською Асоціацією Готелів та Курортів (УНГА) за підтримки Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ). В дослідженні взяли участь 89 об'єктів. Серед них переважна кількість із Києва, Київської, Львівської та Одеської областей. Зовсім не представлені в опитуванні оператори із Сумської, Миколаївської, Кіровоградської областей. Очевидно, що цей факт можна пояснити тим, що вони перебували в зонах найбільш активних бойових дій і не мали змоги вести аналітичну діяльність у період опитування.

ОСНОВНІ РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

- Війна **поділила ринок** на декілька категорій залежно від впливу бойових дій та окупації території:
 1. Готелі «відносно безпечної зони», що відчували тимчасове перенасичення попиту через різку хвилю міграції зі східної та центральної частин країни. Здебільшого, це заклади розміщення Львівської, Івано-Франківської, Чернівецької, Закарпатської, Вінницької, Полтавської областей.
 2. Готелі, які не потрапили в зону активних бойових дій, але відчували екстремальну зміну структури попиту. Крім цього, на діяльність таких об'єктів як сервісних підприємств вагомий вплив мали відтік і втрата персоналу внаслідок міграції українців у пошуках безпеки. До цих регіонів належать Київ, Одеса, Запоріжжя, Дніпро, Житомир, Хмельницький, Рівне, Кропивницький, Черкаси.
 3. Готелі, які розташовані на окупованій території або в зонах активних бойових дій. Це Харківська, Чернігівська, Сумська, Херсонська, Миколаївська, Запорізька області. Водночас, незалежно від статусу такої території на дату звіту – звільнено чи досі окуповано, фізичний стан закладів розміщення є критичним, іноді недоцільним для відбудови.

- Як видно з результатів дослідження, більшість готелів, попри невизначеність сценарію війни, **продовжували діяльність**. Таких – 67%. 32% – це частка підприємств, які призупиняли роботу. Опитування показує, що найбільша кількість готелів, а саме 28,6%, ставила діяльність на паузу лише в перший місяць повномасштабного вторгнення. Далі у квітні-липні був період відновлення роботи. Однак певна кількість готелів і досі зачинені. Звісно, проблеми з енергопостачанням лише збільшують вірогідність того, що до весни заклади не відновлять роботу.

- Закриття готелю призводить до збитків власника, втрати персоналу та значно ускладнює рестарт діяльності. Тому більшість власників, з орієнтацією на соціальну складову та збереження активів, попри всі складнощі, підтримують діяльність об'єктів, зокрема дооснащуючи їх генераторами, безперебійними системами супутникового зв'язку та інтернету. Однак вдаються до вимушеного **скорочення послуг, зниження якості, оптимізації витрат**. Сталий рівень небезпеки на більшості територій України у зв'язку з ракетними обстрілами, активними бойовими діями та окупація декількох областей змушують планувати діяльність тільки в короткостроковій перспективі. Це, зі свого боку, також призводить до лімітованого обсягу послуг у готелях.

- Середнє **завантаження** на дату публікації звіту в жовтні було на рівні 32%. Водночас «крейсерний» показник, який забезпечує нульову рентабельність готелю без критичної зміни якості послуг, становить 50%. Опитування показало, що у квітні (43% респондентів) і травні (майже 36%) завантаження не перевищувало 10%. Починаючи з червня чітко спостерігається тенденція до різкого підвищення цього показника. Звісно, протягом всіх місяців завантаження значно відстає від рівня 2021 року.



Ірина Сідлецька

- Найчастіше **термін перебування** гостей у готелі становив від 3 до 7 днів, як вказали 42,3% респондентів. Короткострокові візити (1-2 ночі) були характерними для 38,5% закладів розміщення. Цікавим є факт тривалого перебування від 15 до 30 ночей у 11,5% готелів, що є досить нетиповим для України й очевидно демонструє особливості вимушеної міграції українців у пошуках безпечного прихистку.

БІЛЬШІСТЬ ГОТЕЛІВ, ПОПРИ НЕВИЗНАЧЕНІСТЬ СЦЕНАРІЮ ВІЙНИ, ПРОДОВЖУВАЛИ ДІЯЛЬНІСТЬ. ТАКИХ – 67%. 32% – ЦЕ ЧАСТКА ПІДПРИЄМСТВ, ЯКІ ПРИЗУПІНЯЛИ РОБОТУ

- **Структура споживачів** рівномірно розподілилась так: журналісти/волонтери (27%), туристи (27%), інше (27%). Ще 11,5% – це робочі поїздки/бізнес, майже 8% – переселенці. І ця чітка нова структура гостей, що сформувалася, не зміниться суттєво до відновлення повітряного та міжнародного руху, страхування поїздок по Україні, відновлення ділової активності, а також глобальної трансформації у поведінці споживачів.

- За період воєнного стану готельєри відчували різні тенденції щодо **динаміки середнього тарифу (ADR)**. У когось він значно знизився, у когось – залишався сталим, незначно знизився чи помітно виріс. Неважко здогадатися, що найбільша частка опитаних відчула значний спад рівня ADR, а найменше тих, у кого він підвищився. Водночас загальна тенденція на ринку, за даними бенчмарк-інструменту HotelMatrix, така, що середньодобова

ОЦІНКА ВПЛИВУ ЧИННИКІВ НА РОБОТУ ГОТЕЛІВ



Джерело: UHRA, ДАРТ

ціна за номер за 9 місяців 2022 року зросла на 8% до 2292 гривень (у 2021 цей показник становив 2122 гривні).

- Опитування показало, що відсутність персоналу та зростання вартості комунальних витрат кардинально впливають на роботу готелів. Цікаво, що фактор високого рівня небезпеки в місті не впливає значуще на попит і, водночас, впливає на показники. Ймовірно, це пов'язано з тим, що в найбільш небезпечних містах був попит внаслідок розширення таких споживчих груп, як благодійні фонди, міжнародні організації та донори, журналісти та гуманітарні місії. Також готельєри поділилися іншими **проблемами**, які мають вагомий вплив на діяльність закладів:
 - Значна частина гостей перебуває поза межами України.
 - Відсутність укриття, яке є важливою складовою при виборі готелю.
 - Близькість готельного об'єкта до торгово-розважальних закладів, що є ризиковим з аспекту загрози ракетних ударів.
 - Нестабільність ціноутворення постачальників, високий рівень інфляції.
 - Ціновий демпінг у містах із критичним рівнем попиту.
 - Платоспроможність гостя значно впала, що призводить до відкладання поїздок.
 - Психологічний стан гостя (стресовість і вимогливість).
 - Відмова від відпочинку.

Окрім того, в період опалювального сезону найпроблемнішим є питання експлуатаційних витрат, рівень яких зріс із 15% до 50% у структурі видатків протягом 2020-2022 років. Це може призвести до зростання цін на готельні послуги та/або зниження рівня комфорту та сервісу. Окремого висвітлення потребує проблема роботи закладів розміщення у період «блекаутів», про що плануємо потужну публікацію.

- Більшість власників і керівників готелів (майже 68%) висловлюють надію на краще та **планують працювати**, попри надскладну ситуацію в країні. Додає оптимізму, що приблизно 18% респондентів очікують на зростання завантаження і попиту на

готельні послуги. Однак є і частка тих, хто не планує працювати в подібних умовах – трохи більше 14% респондентів відповіли, що на зимовий період змушені будуть повністю закритися під впливом економічного занепаду й зростання вартості комунальних послуг, зі стартом опалювального сезону це несе колосальне навантаження на витратну частину діяльності закладів розміщення.

НАЙБІЛЬША КІЛЬКІСТЬ ГОТЕЛІВ, А САМЕ 28,6%, СТАВИЛА ДІЯЛЬНІСТЬ НА ПАУЗУ ЛИШЕ В ПЕРШОМУ МІСЯЦІ ПОВНОМАСШТАБНОГО ВТОРГНЕННЯ. ДАЛІ У КВІТНІ-ЛИПНІ БУВ ПЕРІОД ВІДНОВЛЕННЯ РОБОТИ

- **Терміни відновлення** готельного ринку до показників мирного часу розглядають із двох кутів зору. Перший – із погляду попиту. Більшість гравців упевнені в тому, що з деокупацією українських територій, завершенням війни кількість відвідувань України значно зросте. Особливо ринок отримає шалений імпульс після перемоги, коли міжнародний туристичний потік багатократно збільшиться на фоні цікавості до такої сміливої та мужньої країни. Завдяки цьому мотиву, при зваженій маркетинговій стратегії просування місць «болю та жаху», показники міжнародних візитів уже в перший рік після завершення війни можуть сягнути пікового рівня 2012 року – 24 мільйони туристів. Другий – із погляду пропозиції. Зростання попиту безпосередньо сприятиме розбудові готельного ринку: як фізичній – інвестиції в будівництво нових комплексів чи відновлення зруйнованих, так і нематеріальній – збільшення кількості та якості робочих місць, посилення попиту на послуги дотичних бізнесів. Терміни відбудови у фізичному сенсі цього слова можуть сягнути 3-4 років. Безумовно, це залежить від ступеню пошкодження інфраструктури кожного окремого міста й державної політики щодо відновлення міст і регіонів.

СР



+38 (097) 265 04 36
v.sakhno@c-p.com.ua
commercialproperty.ua



ДОПОМОЖЕМО ЗДАТИ В ОРЕНДУ/ПРОДАТИ ОБ'ЄКТИ КОМЕРЦІЙНОЇ НЕРУХОМОСТІ



**Багатотисячне
охоплення**



4 канали просування:

- друковане й онлайн-видання
- вебпортал
- соціальні мережі
- електронні розсилки



**Доступ
до професійної
аудиторії**

ЧИ ТЕПЛО, ЧИ СВІТЛО? ЯК БІЗНЕС-ЦЕНТРИ ПІДГОТУВАЛИСЯ ДО ЗИМИ 2022/2023

Текст: Тетяна Маєвська

ЗАВЧАСНА ПІДГОТОВКА ДО ОПАЛЮВАЛЬНОГО СЕЗОНУ — СПРАВА НЕ НОВА ДЛЯ УКРАЇНСЬКОГО БІЗНЕСУ. ОДНАК ЦЬОГОРІЧ ЗИМА МОЖЕ ВИЯВИТИСЯ ОСОБЛИВО СУВОРОЮ ДЛЯ УКРАЇНИ. ЯК БІЗНЕС-ЦЕНТРИ ВІДПОВІДАЮТЬ НА НОВІ ВИКЛИКИ І ЧИ ЗАБЕЗПЕЧАТЬ ОРЕНДАРЯМ МОЖЛИВІСТЬ БЕЗПЕРЕБІЙНОЇ РОБОТИ В УМОВАХ ВИПРОБУВАННЯ МОРОЗАМИ ТА ТРИВАЛИМИ ВІДКЛЮЧЕННЯМИ ЕЛЕКТРОПОСТАЧАННЯ?



ФОТО: UNSPLASH, ІЛЮСТРАТИВНЕ

С ТРАТЕГІЯ – ЕКОНОМІЯ

«Зимовий сезон 2022/2023 буде чи не найскладнішим в історії сучасної України й проходитиме під гаслом: жодного зайвого кіловата електроенергії, жодної зайвої гікакалорії тепла. Ми вже запровадили більш економний температурний режим у наших об'єктах і вжили додаткових заходів для збільшення енергоефективності», – розповідає **Андрій Федоров, CEO компанії City Capital Group**. У її портфель входить торговельна й офісна нерухомість, зокрема, бізнес-центр Platforma Korolenkivska в Києві.

Бізнес-центри компанії Forum Group ще влітку закупили енергоносії у вигляді дров. Лише два з одинадцяти її об'єктів (усі розташовані в Києві) опалюються газом. Щоб забезпечити в них безперервність опалення, були придбані дизельні генератори. «Перебоїв не буде, – запевняє **Ірина Школьнік, керівна партнерка компанії Forum Group**. – Адже наша опалювальна система повністю автономна й не залежить від централізованої. Тож навіть під час руйнування критичної інфраструктури тепло подається в кожну опалювальну точку всіх наших бізнес-центрів». Тому компанія не має наміру оптимізувати процес обігрівання приміщень і запевняє: протягом усього поточного сезону температура в її об'єктах буде зафіксована на рівні нормативних показників.

«Ситуація з відключенням електроенергії та інших комунальних послуг у цьому році через російську агресію є нестандартною й підготуватися до неї на 100%, з відсутністю практики, складно», – каже **Олександр Шморгун, директор з Facility Management компанії Dragon Capital Property Management**. В її управлінні – 14 об'єктів у Києві, Львові, Вінниці, Запоріжжі, вони з різноманітними технічними системами та обладнанням, у кожного є свої особливості експлуатації. Процес їх підготовки до зимового сезону цього року відрізнявся від досвіду попередніх років. Як і раніше, були здійснені необхідні роботи з налаштування теплових пунктів і систем обігрівання будівель, перевірка стану зовнішніх конструкцій, проведено ремонт та утеплення. Водночас більше приділяли уваги альтернативним джерелам енергії.

Додатково в компанії обговорюють з орендарями питання увімкнення опалення та зміни температурного режиму. «Намагаємося знайти баланс між комфортом та економією комунальних ресурсів. Ця робота проводиться не тільки в опалювальний період, а також і в літній для економії електроенергії на охолодження повітря», – розповідає **Олександр Шморгун**. Він зазначає, що орендарі з розумінням підтримують такий підхід та економію. В періоди, коли вони надають перевагу віддаленій роботі й, відповідно, в офісах перебуває небагато працівників, у приміщеннях підтримується мінімальна температура від теплопункту. Однак за допомогою електрообігрівачів повітря нагрівається локально – лише в тих зонах, де є люди.

Київський БЦ «Сенатор» ще в липні закупив газ на весь опалювальний сезон. З його стартом процес обігрівання приміщень виглядає так: розігрів починається о 7:00, а після 21:00 він поступово зменшується. Водночас температуру нагріву води на подачі було знижено так, щоб повітря в офісних приміщеннях коливалося в діапазоні 16-18°C.

Системи вентиляції з рекуперацією та кондиціонування дають змогу київському БЦ Astarta Organic Business Centre нагрівати приміщення до комфортної

температури, поки зовнішня температура не опускається нижче позначки 0°C. Коли ж вона менша, в об'єкті запускають власну газову котельню та регулюють теплоносії залежно від кількості відвідувачів і зовнішньої температури протягом усього робочого дня за допомогою BMS-системи автоматизації та управління будівлею найбільш раціональним способом.

ЕКОНОМНИЙ ТЕМПЕРАТУРНИЙ РЕЖИМ І ЗМІНЕНИЙ ПРОЦЕС ОБІГРІВАННЯ ПРИМІЩЕНЬ – ОДНІ ІЗ ЗАХОДІВ ПІДГОТОВКИ БІЗНЕС-ЦЕНТРІВ ДО ОПАЛЮВАЛЬНОГО СЕЗОНУ 2022/2023

ПЕРЕБОЇ – NEW NORMAL

Для підтримання роботи критичних систем City Capital Group нині використовує генератори у своїх об'єктах. Водночас, розуміючи перспективи довготривалих відключень у майбутньому, компанія вже займається проектуванням монтажу сонячних батарей.

З іншого боку, в Dragon Capital Property Management вважають, що сонячні панелі взимку в Україні малоефективні, а вночі взагалі не працюють. Щоб їх повноцінно використовувати, потрібні потужні акумулятори, які коштують досить дорого й мають головний недолік – деградацію.

Тому з альтернативних джерел електроенергії поки що дизельні генератори є найкращим рішенням – переконаний **Олександр Шморгун**. Компанія ще до війни, попрацювавши на випередження ризиків повного знеструмлення об'єктів, здійснила централізовану закупку електрогенераторів малої потужності для забезпечення охорони резервним живленням для зв'язку, аварійного освітлення та підігріву їжі. Із плюсів такого обладнання – незначне споживання палива. Більшість бізнес-центрів компанії вже оснащені потужними дизель-генераторами, деякі забезпечують 100% споживання всієї будівлі. «Тож під час відключень у нашій БЦ приходять орендарі навіть із сім'ями. Побачивши ефективність роботи безперебійного живлення, ми докупляємо дизельні генератори, збільшуємо загальну потужність, щоб забезпечити ще більше комфорту орендарям», – розповідає **Олександр Шморгун**.

Наявність дизель-генератора дало змогу працювати всім системам життєзабезпечення під час відключень і «Сенатору». **Олена Букало, директорка цього БЦ**, каже: «Це не 100% працюючі офіси, але це можливість працювати в принципі. Більшість орендарів дуже вдячні за таку можливість».

Деякі компанії вирішують проблему з відключеннями світла так би мовити «в режимі реального часу». До прикладу, Forum Group перебуває в процесі контракування закупівлі дизельних генераторів, щоб забезпечити всіх орендарів мінімальним рівнем електроенергії.

Водночас, разом зі всією Україною, ця компанія пройшла восени шлях додаткової оптимізації споживання електроенергії. Ще від початку повномасштабного вторгнення Forum Group повністю дотримується рекомендацій Київської обласної військової адміністрації щодо світлового маскування, а від 10 жовтня – і прохання «ДТЕК» щодо мінімізації

електроспоживання. Зокрема, здійснена заміна всього освітлення на енергоощадні LED-лампи та значно скорочено загальне використання світла. Компанія також відмовилась від зовнішнього освітлення об'єктів, залишивши лише мінімальне підсвічування пунктів охорони в темний час доби для нагляду периметра території, оскільки це важливо для безпеки майна орендарів. Завдяки цьому споживання електроенергії для зовнішнього освітлення скоротилося на 80%.

Впоратися з відключеннями світла БЦ Astarta Organic Business Centre допомагають два незалежні підведення електричних мереж. Паралельно менеджмент працює над підключенням дизельної станції для забезпечення критичної інженерної інфраструктури об'єкта й задоволення потреб орендарів. У часи ранкового та вечірнього максимуму споживання електроенергії значно зменшують, відключаючи некритичні інженерні системи та використовуючи енергоємне технологічне обладнання, що було запроєктовано на етапі будівництва.

З АЛЬТЕРНАТИВНИХ ДЖЕРЕЛ ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЇ ПОКИ ЩО ДИЗЕЛЬНІ ГЕНЕРАТОРИ Є НАЙКРАЩИМ РІШЕННЯМ. ПРОТЕ ЕНЕРГОЗАБЕЗПЕЧЕННЯ БУДІВЕЛЬ ЗА ДОПОМОГОЮ ГЕНЕРАТОРІВ У 4-5 РАЗІВ ДОРОЖЧЕ, НІЖ ЧЕРЕЗ ЦЕНТРАЛІЗОВАНУ ЕНЕРГОСИСТЕМУ

ЕНЕРГОНЕЗАЛЕЖНІСТЬ – «ДОРОГЕ ЗАДОВОЛЕННЯ»

Енергозабезпечення будівель за допомогою генераторів у 4-5 разів дорожче, ніж через централізовану енергосистему. Зокрема, через додаткові витрати на встановлення дороговартісного обладнання та ціну самого пального – пояснюють у компанії Forum Group.

Підвищення вартості енергоносіїв – один із чинників, який безпосередньо впливає на рівень орендних платежів у будь-який час. Втім, непроста ситуація в країні зробила вразливими обидві сторони – як орендодавців, так і орендарів. Знаходити спільну формулу виживання допомагають переговори. «Процес погодження орендної плати нині дуже персоналізований, все залежить від виду бізнесу, хто як постраждав за період війни. Все дуже індивідуально», – каже Олена Букало. Зафіксувати вартість опалення на весь поточний сезон для орендарів БЦ «Сенатор» вдалося завдяки оплаченому ще в липні запасу газу. А ось вартість електроенергії, яку виробляє дизель-генератор, зростає.

У БЦ Astarta Organic Business Centre також кажуть, що з початку війни були досягнуті певні домовленості з усіма орендарями.

Відкритість до діалогу та готовність йти на компроміси допомагає зберегти основних орендарів – стверджують у компанії City Capital Group. А ще це також сприяє залученню нових. «Ми апріорі з лютого цього року ведемо політику взаємопідтримки та відкритого діалогу з орендарями, реагуємо на їхні запити й обставини, знаходимо компроміси – десь йдемо назустріч ми, десь – вони. Наше головне завдання сьогодні – це витримати виклики разом», – зазначає Андрій Федоров.

Команда Forum Group щодня комунікує з орендарями, щоб бути в курсі їхніх потреб і в разі необхідності максимально швидко реагувати на них. Ірина Школьнік переконана: підприємці та керівники компаній стикаються з проблемами, які ставлять під загрозу їхню діяльність і, відповідно, працю людей, тому нині, як ніколи, бізнесу важливі відчуття підтримки та допомоги. Такий підхід дає плоди: з моменту початку повномасштабних воєнних дій жоден з орендарів не звертався щодо перегляду договору оренди – стверджують у Forum Group.

ОРЕНДНА ПЛАТА. СПРАВЕДЛИВЕ РОЗПОДІЛЕННЯ

Ще на початку проектування БЦ Astarta Organic Business Centre було передбачено та реалізовано облік усіх ресурсів: це лічильники електроенергії, теплопостачання, холодного та гарячого водопостачання. Тому комунальні платежі сплачуються орендарями відповідно до споживання.

У БЦ Platforma Korolenkivska, крім лічильників, на етапі проектування було впроваджено технологічні рішення, які загалом забезпечують економію на опаленні об'єкта й певну автономію в роботі. Зокрема, металевий каркас будівлі та фасадні HPL-панелі забезпечують низьку теплопровідність, а VRF-система кондиціювання дає змогу адаптувати мікроклімат зонально.

Якщо в більшості нових БЦ окремих облік ресурсів, які споживають орендарі, був реалізований ще на етапі будівництва, то деякі об'єкти, введені в експлуатацію давніше, починають зараз під тиском обставин інтегрувати ці рішення.

Стандартною є практика встановлення лічильників води й електроенергії в орендованих приміщеннях у бізнес-центрах компанії Dragon Capital Property Management. «Ми намагаємося зробити розподілення максимально справедливим, наскільки це можливо технічно», – каже Олександр Шморгун.

Усвідомлюючи, як важко нині планувати бюджет, в бізнес-центрах компанії Forum Group вирішили зафіксувати тариф на опалення 1 м²: цього року орендарі платитимуть стільки ж, скільки й у попередньому сезоні. «Це один із тих способів, яким ми можемо підтримати їх у такі часи», – зазначає Ірина Школьнік. І якщо зовнішні обставини не знають суттєвих змін, то компанія не змінюватиме тарифи в поточному сезоні. Щодо інших ресурсів, то за кожним орендарем у бізнес-центрах мережі Forum закріплено особистий лічильник, згідно з показаннями якого він сплачує за спожиту лише ним електроенергію, зокрема й на кондиціювання та вентиляцію.

Втім, є складність вирахувати спожите тепло й електроенергію, які постачаються в орендоване приміщення системою вентиляції, уточнюють у Dragon Capital Property Management. Окрім цього, залишається частина комунальних, яка витрачається на місця загального користування, технічні приміщення, загальну експлуатацію об'єкта. Такі рахунки розподіляються за звичай між резидентами відповідно до частки орендованого ними приміщення.

У БЦ «Сенатор» розрахунок оплат за опалення також проводиться згідно з формулою, залежно від площі. Тоді як лічильники електроенергії та водопостачання в цьому об'єкті для кожного орендаря були встановлені від початку його роботи.

СР

РЕКОНСТРУКЦІЯ ІНЖЕНЕРНИХ СИСТЕМ: ЗНИЖЕННЯ ВИТРАТ І ГНУЧКІСТЬ КЕРУВАННЯ ПРИМІЩЕННЯМИ

Зменшення витрат і гнучкість в керуванні енергоспоживанням окремих приміщень як у ситуації високої заповненості, так і в ситуації зміни або відсутності орендарів – типові виклики, що стоять перед операторами комерційної нерухомості сьогодні. Компанія Danfoss пропонує сучасні рішення, що дають змогу модернізувати водяні системи опалення, охолодження, вентиляції та кондиціювання (ОВК) для всіх типів комерційних будівель. Кожні 10% зменшення споживання енергії підвищують чистий операційний прибуток оператора нерухомості у середньому на 2%.

ENGINEERING
TOMORROW

Danfoss



ДЛЯ ЧОГО МОДЕРНІЗУВАТИ СИСТЕМУ ОВК

Сучасні рішення з модернізації інженерних мереж мають забезпечувати баланс між очікуваннями з боку орендарів на персоналізований комфорт мікроклімату й можливість керування власним споживанням енергії та, з іншого боку, потребами оператора нерухомості в простоті експлуатації та ефективності роботи системи протягом усього життєвого циклу будівлі. Останнє означає сьогодні високу енергоефективність, можливість віддаленого налаштування та моніторингу завдяки інтеграції із системою керування будівлею (BMS) і розумний термін окупності інвестицій. Рішення Danfoss розроблені саме для цього.

З ЧОГО ПОЧАТИ

Незалежно від типу вашої поточної системи ОВК, модернізація має починатися з енергоаудиту, що дає змогу визначити оптимальне технічне рішення. Для систем ОВК «чиллер-фанкойл», а також систем із радіаторним опаленням, основними кроками з модернізації інженерних мереж є, зазвичай, (1) модернізація джерела, (2) забезпечення автоматичного розподілу тепло- чи холодоносія та, нарешті, (3) регулювання споживання енергії на рівні окремих приміщень (магазин/офіс/готельний номер тощо). Навіть без цифрових рішень модернізація ІТП, балансування та встановлення звичайних механічних терморегуляторів на радіатори дасть змогу знизити споживання теплової енергії на 30-50%, а орендарям – керувати власним тепловим комфортом і споживанням тепла.

РІШЕННЯ ЗІ SMART-КЕРУВАННЯ

Перехід до цифрових рішень забезпечує низку **додаткових переваг**. Гнучкість у керуванні приміщеннями при зміні їхніх конфігурацій – одне з них. Поеднуючи автоматичні балансуювальні клапани АВ-QM із цифровими приводами NovoCon®, зникає потреба в постійному ручному переналаштуванні системи. Цифрові приводи NovoCon®, інтегровані до BMS, можуть віддалено перепризначатися до нових офісних площ чи окремих кімнат. Тому при ротації орендарів чи потребі переоснащення офісного поверху (для прикладу, при зведенні додаткових стін чи перегородок), система практично не зазнає змін. Ні труби, ні кабелі приводів не потрібно перекладати при переплануванні приміщення.

У випадку будівель з радіаторним опаленням, електронні радіаторні терморегулятори Danfoss Ally™ завдяки відкритому протоколу дають змогу інжиніринговим компаніям втілювати практично **будь-які ідеї** при розробці систем управління мікрокліматом.



Цифрові приводи NovoCon® із клапанами АВ-QM, що мають можливість інтеграції з BMS



Електронний радіаторний терморегулятор Danfoss Ally™ (у захисному кожусі)

ПРИКЛАД МОДЕРНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ОВК: БЦ У ПОЛЬСЬКОМУ КАТОВИЦЕ

7-поверховий Katowice Business Centre зведено у 2000-х роках. У ньому розташовані офісні приміщення, кілька конференц-залів, а також ресторан із гарним краєвидом. Інвестор разом з інжиніринговою компанією вирішили реконструювати систему «чиллер-фанкойл» за допомогою комбінованих клапанів АВ-QM. «Після трьох років експлуатації клапанів АВ-QM можна впевнено сказати, що система ОВК працює дуже надійно та забезпечує ефективне регулювання. Впевнившись у надійності їхньої роботи, ми вирішили зробити наступний крок, замінивши стандартні приводи на цифрові приводи NovoCon®, – зазначає Аркадіуш Соболевський з компанії Cooling Systems.

В Україні рішення компанії Danfoss використовуються в багатьох об'єктах комерційної нерухомості, зокрема, в ТЦ «ЦУМ Київ», БЦ IQ Business Center, готелі Hilton Kyiv та інших.

ФОТО: DANFOSS



Докладніше про електронний радіаторний терморегулятор Danfoss Ally™



Зв'яжіться з нами, щоб отримати консультацію



ФОТО: ДМИТРО ФІЛІПОВ

ВІДНОВЛЕННЯ ТА МАСШТАБУВАННЯ. ІЛЛЯ КЕНІГШТЕЙН ПРО РОБОТУ ТА ПЛАНИ МЕРЕЖІ CREATIVE STATES

Текст: Тетяна Антонюк, Марина Паралюш

З КВІТНЯ ПОЧАЛА ПОНОВЛЮВАТИ РОБОТУ МЕРЕЖА ПРЕМІАЛЬНИХ ОФІСНИХ ПРОСТОРІВ CREATIVE STATES. ПЕРШОЮ ВІДКРИЛАСЯ ЛОКАЦІЯ В ДНІПРІ, ПОТІМ — ЧОТИРИ ПРОСТОРИ В КИЄВІ. ІЛЛЯ КЕНІГШТЕЙН, ГЕНЕРАЛЬНИЙ ДИРЕКТОР І ЗАСНОВНИК CREATIVE STATES, ЗІЗНАЄТЬСЯ, ЩО ДВІ ЛОКАЦІЇ ЩЕ ПЕРЕБУВАЮТЬ У РЕЖИМІ ВИЖИВАННЯ, АЛЕ ТРИ ВЖЕ ДОСЯГЛИ ЗНАЧНИХ ПОКАЗНИКІВ ЗАВАНТАЖЕННЯ. НА ЦЕЙ РІК ОПЕРАТОР ЗУПИНИВ РОЗШИРЕННЯ В УКРАЇНІ Й ВОДНОЧАС АКТИВНО ПРАЦЮЄ НАД ВИХОДОМ НА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК.

Чому першою поновила роботу саме дніпровська локація – Creative State of Dnipro?

Насправді в Дніпрі живуть люди, які не бояться взагалі нічого. Ми це помітили ще на старті пандемії у 2020 році. А якщо детальніше, то є декілька причин, чому ми спочатку поновили роботу саме в цьому місті. По-перше, на той момент бойові дії не так торкалися Дніпра. До прикладу, кияни тоді були досить налякані подіями, що сталися на початку березня. Зі столиці виїжджала величезна кількість людей. І серед наших резидентів був дуже великий відтік. У Дніпрі такого не спостерігалося: там залишилося більше людей і водночас місто прийняло багато переселенців із півночі та півдня – Харкова й Маріуполя. Я відвідав Дніпро, подивився, яка там ситуація загалом, побачив людей, які сидять у ресторанах увечері, тоді як у Києві на початку квітня було абсолютно порожньо. Тому було вирішено відкритися в цьому місті приблизно 10 квітня. І ми не прогадали, бо локація в Дніпрі,

якщо говорити станом на початок листопада, була заповнена на 70-72%. Звісно, перші кілька тижнів було майже безлюдно. Тобто ми мали активні контракти, але фізично люди на локацію не приїжджали. Згодом все налагодилось. Скажу відверто, Дніпро мене тішить. Якщо бізнес коворкінгів починався зі столиці, то процес відновлення стартував із Дніпра.

У Києві після розгортання повномасштабної війни ми одразу закрили всі чотири простори: це два на Арсеналі (Creative State of Arsenal 1 і Creative State of Arsenal 2) і два у структурі бізнес-центрів «Сенатор» (Creative State of Senator) і Gulliver (Creative State of Gulliver). Ми посилили охорону, яка щовечора оглядала локації на Арсеналі, шукала та знімала мітки. Однак ми не дуже вдало законсервували приміщення: як наслідок, щось зіпсувалось, рослини всередині зав'яли. Але на той час були інші пріоритети: здебільшого я займався командою – ми вивозили людей, їхніх родичів із Києва, орендували готель під Львовом, де вони майже місяць мешкали. Лише після цього знову займались локаціями. Я був шокований, наскільки Creative State of Arsenal 1, наша штаб-квартира, можна сказати, була «мертва». Незабаром ми почали упорядковувати її, відновлювати співпрацю з підрядниками та потроху запускати, приблизно 10 травня ми її відкрили. Це була титанічна робота. А потім запустилися й усі інші локації. Останньою була Creative State of Arsenal 2 – повноцінно ми відкрили її в липні.

У жовтні ми вперше з початку активних бойових дій організували happy hours на двох локаціях – у Дніпрі та Києві. Я дивився на натовп резидентів, які відпочивали, спілкувалися один з одним, і було відчуття, що війни наче немає. Відчуття, звісно, на мить.

Як були вибудовані відносини між Вашою компанією та орендодавцями?

Ми мали важке літо, в межах якого відновлювалися, і нам паралельно з цим потрібно було домовлятися з лендлордами. Не всі вони усвідомлювали тоді та навіть нині не усвідомлюють повною мірою, що відбувається. У нас в країні досі немає культури коворкінгів і, відповідно, взаємини операторів гнучкої офісної нерухомості з лендлордами так і не налагоджені. Тобто орендодавці сприймають нас як IT-компанії, не надаючи жодних особливих умов. Спостерігаючи за ринком, бачу, що ті лендлорди, які були і є найменш гнучкими, які вимагали оплачувати 100% операційних витрат або оренду, вже спорожніли чи поступово втрачають заповнюваність.

«СКАЖУ ВІДВЕРТО, ДНІПРО МЕНЕ ТІШИТЬ. ЯКЩО БІЗНЕС КОВОРКІНГІВ ПОЧИНАВСЯ ЗІ СТОЛИЦІ, ТО ПРОЦЕС ВІДНОВЛЕННЯ СТАРТУВАВ ІЗ ДНІПРА»

Ті, хто й раніше був гнучким і людяним, поводять себе гідно. Так, наприклад, адміністрація БЦ Gulliver дозволила нам підключити Creative State of Gulliver до свого генератора. З партнерами локації Creative State of Dnipro ми також порозумілися: на території паркінгу облаштуємо бомбосховище, яке називатиметься Creative States Shelter. Також ведемо з ними перемовини щодо приєднання до їхнього генератора в разі відключень електрики, проте нині в Дніпрі все стабільно. Щодо комплексу на Арсеналі – там взагалі синергія з нашими партнерами A Development, з якими ми завжди на одній хвилі.



Ілля Кенігштейн

Як змінилася вакантність коворкінгів Creative States за цей період?

Якщо у відсотковому співвідношенні, то серед наших п'яти локацій найзаповненішою станом на початок листопада була в Дніпрі: 70-72%. По-перше, тому, що ми відкрили її раніше за інші, й по-друге, відтік резидентів був мінімальним. До того ж повернувся один із наших якірних партнерів – компанія Murka Games. Це 250 робочих місць. З'явилися й нові клієнти, зокрема дипломатичні місії.

Найзаповненіші в Києві – це локації-магніти на Арсеналі.

Creative State of Arsenal 1 – наш хедлайнер. Після поновлення роботи він заповнився досить швидко. На початок листопада показник там сягав близько 65-70%.

Creative State of Arsenal 2 до кінця листопада досяг завантаження у 75%. Ми підписали великий контракт із компанією P&G, яка розміщує в нас свою штаб-квартиру. Я вважаю, що це знакова угода на ринку. Зазначу, що ця локація була відкрита нами напередодні війни зі 100% заповнюваністю.

Чому ці два простори популярні? По-перше, це наші власні приміщення. Людям спокійніше перебувати в таких будівлях, ніж у бізнес-центрі. По-друге, зовсім поряд є два бомбосховища. Зокрема, облаштоване укриття в кіберклубі на Арсеналі, плюс ми домовилися з нічним клубом неподалік, приміщення якого теж слугуватиме укриттям для наших резидентів, коли виникне потреба. Ми не зраджуємо політиці людяності і як завжди – максимально гнучкі.

Наприклад, у локації в БЦ Gulliver ситуація дещо інша. Там ми поки не перевищили 40% заповнюваності. Та, я думаю, що згодом знайдеться і її клієнт. Це лише питання часу.

Попри це, можу сказати, що таких показників заповнюваності, як у нас, немає ні в кого на ринку. Ми вивчаємо конкурентів, розуміємо, що в них відбувається: виходячи з наших даних, ніхто нині не досягає такого завантаження, як ми.

Яких резидентів залучили за цей період?

На ринку, звісно, порожнеча. Є окремі компанії, які тимчасово заїжджають до нас на локації. Наприклад, Scania, яка має офіс під Києвом. Певний час вона була нашим резидентом. Через якийсь період, коли компанія вирішила повернутися до свого простору, ми залишилися друзями – Scania проводить у нас заходи. Це яскравий приклад того, що відбувалося з нами впродовж літа. Тобто ми мали короткі, зовсім несподівані контракти. Нині ж до нас заїжджають глобальні tech-корпорації, компанії із FMCG-сектору та дипломатичні місії.

На які періоди укладаються контракти?

Чи є довгострокові?

Як і раніше, дуже популярні місячні договори, які резиденти потім продовжують.

Але нині багато з них хочуть гнучкі умови. Припустимо, компанія орендує в нас 100 місць, проте просить, аби ними могли користуватися 300 її співробітників. Тобто доступ на локацію має увесь її штат, але одночасно в приміщенні можуть перебувати не більше 100 її працівників. У нас такий формат коштує трохи більше звичайного цінника – зрозуміло, чому: навантаження на

інфраструктуру, інші додаткові витрати. І таких запитів багато, однак подібних великих контрактів у нас 4-5.

Чи переглядали Ви цінову політику з початку війни? Можливо, вводили нові умови, формати?

На слабших локаціях ми знизили оплату, на сильніших – тимчасово зменшили. Загалом ціни на наших об'єктах просіли на 10-15%. Проте це тимчасово, тож через якийсь період, коли ми вийдемо на планову заповнюваність, повертатимемо їх.

На нашу цінову політику дивляться конкуренти й від нас вибудовують свої прайси. Ми були завжди дорожчими, ніж інші, на 10-20%. Але водночас ми давали резидентам набагато більше з погляду інфраструктури, дизайну, обслуговування, свободи, взаємодії. Один із наших головних принципів – давати не стільки, скільки треба за контрактом, а стільки, скільки ми можемо. А це завжди більше. Тому багато хто не зрадив нас тоді, коли почалася війна. Так, у нас був відтік, були розриви договорів і ті, хто вимагав негайно повернути депозити. Проте були резиденти, які не зупиняли абонентську плату, притому що не могли відвідувати локацію. Таких у нас було приблизно 20%, і я вважаю, що це високий показник.

Мережа офісних просторів Creative States відновила роботу всіх п'яти локацій у Києві та Дніпрі



ФОТО ДІМІТРО ФІЛОПОВ



ФОТО: ДМИТРО ФРОЛОВ

Заповненість офісних просторів Creative States варіюється від 40% до 72-75% залежно від локації

Ми розуміємо, що треба зберігати людяність і взаємини з резидентами, бути гнучкими, утримувати клієнтів, які в тебе є, і робити їх щасливими.

Тому навесні ми застосовували таку політику: резидент оплачував у тижневому циклі за тих людей, які вийшли на локацію, незалежно від того, який у нас із ним контракт. Припустимо, від компанії прийшли 1 або 2 особи, тоді вона платить лише за них. Але щойно людина зайшла на локацію, то її абонемент відразу активувався на тиждень.

Крім того, нещодавно до нас звернулися власники маленького коворкінгу та запропонували співпрацю – забрати повністю всі залишки, які ми не продаємо, але з 50% дисконтами по hot desks, аргументуючи це тим, що все одно краще заробити менше, ніж не отримати нічого. Ми з ними домовилися, нині розпочинаємо цю програму. Тим паче, що на нашу основну модель це ніяк не вплине.

Нині дуже важливою є безпека співробітників і орендарів об'єктів. Як вирішені питання безпеки у Ваших просторах? Чи закриваються локації на період повітряних тривог?

Щойно лунає сирена, наші ком'юніті-менеджери запрошують резидентів до укриттів. Коли активні військові дії не зачіпали Київ і Дніпро, ми бачили, що 20-25% працівників все одно залишалися на місцях. Ми, відповідно, підписували з ними угоди, згідно з якими вони брали на себе відповідальність за своє рішення. Але коли ситуація в Києві та Дніпрі погіршилася, всі ці довідки втратили актуальність, і нині 95% резидентів крокують до бомбосховищ. В укриттях на Арсеналі ми зробили запаси снеків, води, теплих ковдр, тримаємо

резервний заряджений телефон. Резиденти Creative State of Gulliver користуються паркінгом БЦ, де дійсно гідно облаштували бомбосховище з душевими, вбиральнями та робочою зоною.

На випадок відключення електроенергії на Арсеналі наші партнери з A Development надали потужні генератори до 1,25-1,5 МВт. Дякуючи їм, можемо підстрахувати себе та резидентів стабільними умовами зв'язку й електропостачання. До того ж ми відповідально ставимося до споживання та не користуємося нічим зайвим. Термінали Starlink також у дорозі на випадок, якщо буде потреба у стабілізації інтернет-зв'язку.

«МИ ЗБИРАЄМОСЯ РОЗШИРЮВАТИСЯ В КИЄВІ НАСТУПНОГО РОКУ. ЩОДО ВІДКРИТТЯ НОВИХ ЛОКАЦІЙ В ІНШИХ МІСТАХ – ДІЙСНО ПЛАНУ ПОКИ ЩО НА ПАУЗІ!»

На 2022 рік у Вас були плани відкриття нових коворкінгів у Києві, Харкові, Дніпрі, а також в Одесі, завдяки чому мережа мала подвоїти площу. Зрозуміло, що тепер все як мінімум на паузі. Та чи плануєте реалізувати ці об'єкти в майбутньому?

Ми збираємося розширюватися в Києві наступного року, зокрема хочемо збільшити Creative State of Arsenal 2 до 5000 м², зараз він охоплює близько 3600 м². Також розглядаємо ще одну локацію у столиці. Зрозуміло, що ми її оформимо,

коли знатимемо, що в місті стоїть грамотна протиповітряна оборона. З погляду розширення в інших містах – дійсно ці наміри поки що на паузі. Наприклад, у Харкові, де ми хотіли відкрити два простори, та Дніпрі, де мало бути збільшення площі наявної локації та запуск нового коворкінгу. Один проєкт у Києві теж заморожений – ми планували відкриватися у БЦ Capital Towers.

Торік Ви розповіли, що розглядаєте продаж франшизи Creative States в інших країнах. Нині, в умовах війни, чимало українських бізнесів шукають можливості за кордоном. Як щодо франшизи Creative States – чи стала криза стимулом до пришвидшення виходу мережі на закордонні ринки?

Франшиза в преміальному сегменті, в якому ми працюємо, на жаль, себе не виправдала, особливо в межах України. Ми дуже ретельно та відповідально ставимося до нашого продукту. В Україні в нас було досить багато охочих, але Creative States має мільйон деталей, і ми не знайшли того, кому могли б довірити наш проєкт повністю.

А от франшиза в Європі – це цілком реально. Проте аби нам вийти на цей ринок за такою схемою, спочатку потрібно відкрити там локацію самостійно. В Європі про наш проєкт уже знають. І цікаво та приємно чути від наших резидентів, які перемістили свої команди у Варшаву, Берлін, Прагу чи інше місто, що в Європі немає нічого навіть близько подібного до наших локацій. Але потрібно розуміти, що ми перебуваємо та працюємо в Україні. Цінність того, що ми зараз тут робимо, на європейському ринку буде інша. Тож щоб презентувати продукт за кордоном, потрібно себе перезавантажити.

«ЗАГАЛОМ МИ ДИВИМОСЯ НА ЄВРОПУ, ЗБИРАЄМОСЯ ВИХОДИТИ ДО ВАРШАВИ ТА ПРАГИ, ШУКАЄМО ЦІКАВІ МІСЦЯ. ХОЧЕМО ВІДКРИТИ ТАМ CREATIVE STATES OF UKRAINE»

Що мається на увазі під перезавантаженням?

Справа в тім, що Європа по-іншому влаштована, як і її економіка. Також за кордоном зовсім інакше ставляться до офісів: більш скуппо та лімітовано. Тому нам потрібно адаптувати свою модель із погляду вартості м², капітальних витрат тощо. Якщо в Україні ми вкладали одну суму, то за кордоном вона збільшиться щонайменше у 2,5 рази й, відповідно, зросте термін окупності. За період війни до мене звернулося декілька інвесторів із пропозицією відкрити проєкт у Барселоні чи Лондоні. Але їм не цікаво, якщо строк окупності становитиме 5-7 років, а не 3-4, як в Україні. Звідси випливає ще одне: нам потрібно знайти довгі гроші, а не короткі. Й безсумнівно – там треба буде навчати ринок, як ми це робили свого часу в Україні.

Основна проблема для нас у Європі – це підібрати локацію та домовитись із лендлордом. Я уже вів переговори у Варшаві щодо декількох проєктів, однак

зрозумів, що мені ще треба доточити продукт до ідеалу на міжнародному ринку. Працював над ним усе літо, і через місяць ми анонсуємо дещо цікаве.

Загалом ми дивимося на Європу, збираємося виходити до Варшави та Праги, шукаємо цікаві місця. Хочемо відкрити там Creative States of Ukraine і прагнемо оформити його в такому стилі, щоб іноземці розуміли, що Україна – це про сучасність і потужність, створити локацію і бренд переможців.

«НЕОБХІДНО БОРОТИСЯ. ПРАВИЛЬНО ЦЕ МОЖЕ РОБИТИ ТОЙ, ХТО ЗДОБУВ ХОРОШИЙ СИСТЕМНИЙ ДОСВІД, ХТО СМІЛИВИЙ, ХТО НЕ ЗАЛИШИВ БІЗНЕС, НІКУДИ НЕ ПОЇХАВ. ВАЖКО, ПЕРЕБУВАЮЧИ В ІСПАНІЇ, ПРОДОВЖУВАТИ ПІДНІМАТИ СВІЙ БІЗНЕС В УКРАЇНІ»

Як би Ви описали стан ринку коворкінгів в Україні загалом? Чи звужився цей сектор?

Ми боїмося ядерного удару, а от в індустрії коворкінгів він уже стався, зокрема серед дрібних і слабких гравців. Проте системні та сильні оператори вижили. І неважливо, якого розміру їхній проєкт. Бути сильним – це вміти відстояти свої позиції та домовитися з лендлордом або ж розірвати договір і перевезти локацію, якщо орендодавець не бажає порозумітися.

На Вашу думку, що відбуватиметься на ринку коворкінгів в Україні в найближчій перспективі?

Майбутнє індустрії коворкінгів в Україні насамперед зав'язане на системних гнучких операторах. Однозначно, що формат shell & core, коли компанії зі 100-200 співробітниками заїжджають в офіс, роблять ремонт, умовно, закопуючи гроші в пісок, а потім борються з лендлордом, якого взагалі нічого не цікавить, окрім маржі, вже давно помер. Війна лише прискорила це на нашому ринку.

Водночас у секторі коворкінгів і далі з'являтимуться нішеві маленькі гравці, які збиратимуть свої ком'юніті за тими чи іншими напрямками. Але ті оператори, які не зможуть гарантувати резидентам якість і стабільність, безпеку – закриються.

Що робити бізнесу, щоб вижити й продовжувати жити в теперішніх умовах?

У багатьох гравців ситуація на грані краху, а хтось працює на виживання. Формат виживання й у нас зараз, але не глобальний, а локальний: відновлюємо дві локації з п'яти.

Якщо резюмувати, то необхідно боротися. Правильно це може робити той, хто здобув хороший системний досвід, хто сміливий, хто не залишив бізнес, нікуди не поїхав. Важко, перебуваючи в Іспанії, продовжувати піднімати свій бізнес в Україні. Потрібно бути тут, тепер це як ніколи впливає на результат. Такого принципу дотримуюсь і я. Маючи ізраїльський паспорт, я залишаюся в Україні, як і моя сім'я нині. Це життя і це боротьба, у якій ми обов'язково переможемо.

СР



Colliers Ukraine: основні тренди на ринку коворкінгів

Київський ринок коворкінгів і гнучких офісних просторів, після тривалого буму в розвитку, стикнувся з ризиками входження в кризу. Спочатку це було спричинено пандемією, з викликами якої сектор доволі успішно впорався. Нині бізнеси проходять випробування війною. Ситуація складна для чималої кількості таких операторів. Однак, порівнюючи з першими місяцями повномасштабної війни, на цьому ринку помітна певна активність. Передусім, завдяки зростанню попиту. Власне, це сприяло відновленню роботи коворкінгів після паузи. А нині ті з них, які можуть забезпечити безперебійні умови роботи в періоди відключення електроенергії, отримали додатковий потік відвідувачів.

Окрім цього, що загалом відбувалося на ринку та спостерігається нині?

Відновлення роботи

Упродовж червня-липня, коли відбувалась помірна активізація бізнесу в столиці, великі гравці ринку коворкінгів почали відновлювати роботу. Тому, власне, структура цього сектору не змінилася. Основні гравці залишаються тими самими: це IWG (компанія розвиває мережі Regus і Spaces), Platforma, Creative Quarter, Creative States.

Станом на листопад працюють усі локації брендів Creative States, Platforma та Creative Quarter у Києві. Також відновлена робота майже всіх столичних локацій мережі Regus, окрім у БЦ LUWR, який постраждав від обстрілів міста. Однак керівництво вже планує ремонтні роботи та сподівається на якнайшвидше відновлення об'єкта.

Нова пропозиція

Попри складний рік, найбільші гравці ринку коворкінгів запускали нові локації. У лютому в київському БЦ MAG.NETT відбулось відкриття бізнес-простору Creative Quarter площею 3300 м² (варто, однак, зазначити, що це сталося іще до повномасштабного вторгнення). Пізніше, у травні, було відкрито новий Spaces площею 2700 м² на території інноваційного парку LvivTech.City у Львові. У наступному році заплановане

розширення локації Creative State of Arsenal 2 у Києві. Однак, зі зрозумілих причин, не варто очікувати, що зростання ринку буде таким активним, як раніше.

Ціноутворення

Як і за будь-якої кризи, з початку війни найбільші гравці ринку коворкінгів йшли на поступки резидентам і запровадили систему дисконтування. Проте єдиної для всіх стратегії немає – розмір знижки розраховується оператором індивідуально під кожен запит.

Попит

Після тривалої паузи, пов'язаної з війною, коворкінги почали відновлювати активну діяльність завдяки зростанню попиту, що було особливо помітно, починаючи з червня.

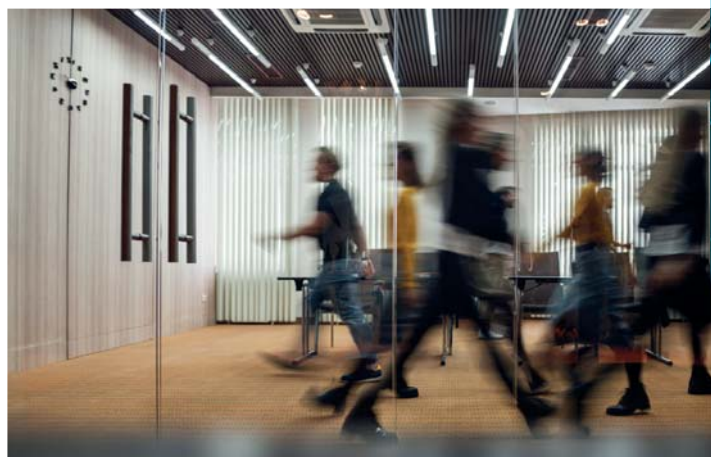
Пізніше, від жовтня і протягом листопада, відвідуваність таких локацій іще більше зросла, порівнюючи з літнім періодом. Ті коворкінги, що влітку мали вільні площі, нині працюють з високим рівнем заповнюваності.

Це обумовлено тим, що регулярні обстріли об'єктів енергетичної інфраструктури столиці спричинили постійні відключення електроенергії й стали причиною погавлення активності на ринку офісної нерухомості. Мається на увазі зростання відвідуваності офісів і заповнюваності коворкінгів, а саме тих, які передусім забезпечують безперебійне електропостачання та зв'язок завдяки генераторам. Тому навіть ті компанії, які ще в ковідні часи запровадили віддалений формат роботи, але зберегли опцію відвідування офісів і коворкінгів, зараз використовують їх як місце, де є умови для комфортної роботи.

Попиту на такі приміщення сприяє ще один тренд. Нині коворкінги можна розглядати як оптимальне рішення для тих компаній, які оптимізують орендовані офісні площі через необхідність зниження витрат, скорочення штату, перехід на гібридний формат роботи чи з інших причин. Тому коворкінги можуть забезпечити цій аудиторії клієнтів швидке й готове рішення без додаткових інвестицій.

CP

ФОТО НАДАНО КОМПАНІЄЮ COLLIERS



НЕ НА ЧАСІ? ЯКУ МАРКЕТИНГОВУ СТРАТЕГІЮ ОБРАЛИ УКРАЇНСЬКІ ТЦ/ТРЦ

Текст: Тетяна Антонюк

НИНІ В УКРАЇНСЬКИХ ТЦ/ТРЦ НЕ ПРОВОДЯТЬСЯ ЗВИЧНІ РАНІШЕ МАСОВІ РОЗВАЖАЛЬНІ ІВЕНТИ — НА ЗМІНУ ЇМ ПРИЙШЛИ МЕНШІ ЗА МАСШТАБАМИ ПРОЄКТИ ІЗ СОЦІАЛЬНОЮ, БЛАГОДІЙНОЮ ЧИ КУЛЬТУРНОЮ СПРЯМОВАНІСТЮ. МАРКЕТИНГОВІ КОМАНДИ ПОСТУПОВО ПОВЕРТАЮТЬСЯ ДО ОРГАНІЗАЦІЇ ДИТЯЧИХ ЗАХОДІВ ЧИ РОЗІГРАШІВ. А ОТ АКЦІЇ, ЗНИЖКИ, РОЗПРОДАЖІ НІКУДИ НЕ ЗНИКАЛИ Й ДОСІ Є ЕФЕКТИВНИМИ ІНСТРУМЕНТАМИ ДЛЯ ПРОДАЖІВ.

І ВЕНТ-АКТИВНІСТЬ: МАСШТАБИ ЗМЕНШИЛИСЬ, ТЕМАТИКА ЗМІНИЛАСЬ

Традиційно восени київський ТРЦ Gulliver гучно святкував день народження: із залученням зірок, розіграшами від партнерів тощо. У поточному році подібного не було. Замість цього маркетингова команда вирішила запустити інноваційний мультимедійний проєкт про Україну та українців.

Раніше, у вересні, питання святкування дня народження вінницького ТРЦ Sky Park постало перед його керівною компанією Dragon Capital Property Management. Цього року розважальних івентів із нагоди 16-річчя об'єкта не відбулося. Натомість компанія провела благодійний захід «Разом ми сила» та ярмарки у співпраці з місцевим фондом. Також була організована безпрограшна лотерея з подарунками. За цей день ТРЦ зібрав понад 100 000 гривень, які були передані благодійному фонду для закупівлі 200 тактичних турнікетів для військових.

До повномасштабної війни проведення заходів було одним із ключових інструментів маркетингу ТЦ/ТРЦ. Івенти завжди викликали інтерес в аудиторії і, як наслідок, забезпечували додатковий потік відвідувачів. Нині не найкращий час для проведення звичних раніше заходів, зокрема масових розважальних, як з питань безпеки, так і з етичних міркувань. На певний час ТЦ/ТРЦ призупинили подібні активності. У київському ТРЦ DREAM всі заходи й досі скасовані. «Не на часі», — каже **Надія Лінська, директорка з маркетингу ТРЦ DREAM**. Натомість цей об'єкт сфокусувався на ініціативах або соціальних, або із соціальною

складовою. Наприклад, він працює з проектом «Трудолюб», який допомагає людям старшого віку знаходити роботу, вчитися й опанувати нові професії. Співпраця полягає в тому, що учасники цього проекту можуть отримати роботу в ТРЦ. Ще одна ініціатива від DREAM – «Фонтани збирають на ЗСУ»: всі монети, які відвідувачі кидали у фонтан у цьому ТРЦ, збиралися та спрямовувалися на підтримку акції від НБУ «Смілива гривня».

Поступово деякі торгові об'єкти почали повертатися до івент-активності. Наприклад, компанія Dragon Capital Property Management ще у квітні відновила проведення заходів у відносно «спокійних» Львові, де вона керує ТРЦ Victoria Gardens, і Вінниці, там розташований її ТРЦ Sky Park. У ТРЦ Gulliver почали організовувати перші активності з кінця літа. «Люди скучили за подіями в офлайн, тому поступово повертаємося до івент-маркетингу, але з новим підходом», – каже **Катерина Жураківська, маркетинг-директорка ТРЦ Gulliver**.

Так, масштаби заходів переважно зменшились, а їхня тематика та спрямованість змінилися, передусім у бік соціальних, благодійних, гуманітарних ініціатив.

Наприклад, у ТРЦ Gulliver обрали вектор освітніх і культурних проєктів. Зокрема, започаткували лекторій з української мови та культури, який зробили безкоштовним для відвідувачів, у партнерстві з Музеєм видатних діячів української культури відкрили спільну виставку «Факти про відомих українців». Окрім того, із середини липня відбулася серія джазових концертів на терасі комплексу.

У львівському ТРЦ Victoria Gardens з квітня провели загалом понад 25 івентів різного формату: концерти, виступи дитячих творчих колективів, ярмарки, спортивні заходи, співпраця з мистецькими платформами тощо. Але, як розповіла **Наталія Ряска, директорка з маркетингу компанії Dragon Capital Property Management**, всі ініційовані події в цьому, а також інших її ТЦ/ТРЦ були благодійними й мали за мету передусім збір коштів на потреби військових. «Соціальна функція стала суттєвою складовою нашого маркетингу ТРЦ. По-перше, ми всіляко об'єднуємо різні аудиторії (благодійні фонди, волонтерів, артистів, орендарів і відвідувачів) задля підтримки наших військових через організацію різноманітних заходів чи активностей. По-друге, це ще й патріотично-психологічна підтримка: починаючи від створення відповідного контенту у соцмережах чи на внутрішніх рекламних носіях наших торгових центрів і закінчуючи навіть соціальною рекламною кампанією на бордах», – розповіла Наталія Ряска. Зокрема, лише у Victoria Gardens під час проведення таких івентів сукупно було зібрано близько 600 000 гривень. Додатково ще й сам торгово-розважальний центр перерахував таку ж суму, тобто 600 000 гривень, на благодійність. Окрім того, влітку компанія відновила проведення дитячих заходів. Це чи не єдиний формат, який вона залишила без змін. Як зазначають у Dragon Capital Property Management, він є дуже популярним серед дітей і батьків.

Після початку війни компанія Budhouse Group скоротила або ж зовсім відмовилася від розважальних і гумористичних програм у своїх ТРЦ. Натомість збільшила кількість патріотичних заходів. У її об'єктах відбуваються мистецькі виставки, виступи музикантів, театральні вистави, кінопокази. «З етичних міркувань і міркувань безпеки ми не могли проводити великі розважальні заходи. Але люди хочуть відволіктися. Тож, наприклад,



Компанія Budhouse Group скоротила або ж зовсім відмовилася від розважальних і гумористичних програм у своїх ТРЦ. Натомість збільшила кількість патріотичних заходів. У її об'єктах відбуваються мистецькі виставки, виступи музикантів, театральні вистави, кінопокази тощо

ми вирішили організувати на паркінгу ТРЦ Nikolsky у Харкові свого роду кінотеатр: встановили екран і звук, періодично проводимо там кінопокази для всіх охочих. Приходять сотні відвідувачів. Зараз можна точно сказати, що люди хочуть цього, бо їм потрібен ковток того життя, яке було до війни. Ця тенденція більш за все прослідковується в тих містах, де були бойові дії», – розповідає **Дмитро Бушмакін, директор з маркетингу компанії Budhouse Group**. Зазначимо, що нині повноцінно працюють такі її об'єкти, як Forum Lviv у Львові та Lubava в Черкасах, вже майже повністю відновив роботу після ракетних обстрілів ТРЦ Nikolsky. ТРЦ FABRIKA в Херсоні ще навесні зазнав танкового обстрілу й не працює. Та компанія після деокупації цього міста очікує, коли буде змога розпочати роботи з відновлення та відкриття об'єкта.

ВЕКТОРИ ЗМІН: ІНСТРУМЕНТИ – ІНШІ, ПЛАНУВАННЯ – КОРОТШЕ, ВЗАЄМОДІЯ – ТІСНІША

Івент-активності були важливою й надзвичайно ефективною складовою маркетингу, мета якого раніше фокусувалася на тому, щоб залучити й утримати відвідувачів у ТЦ/ТРЦ. Які його цілі зараз? Вони не

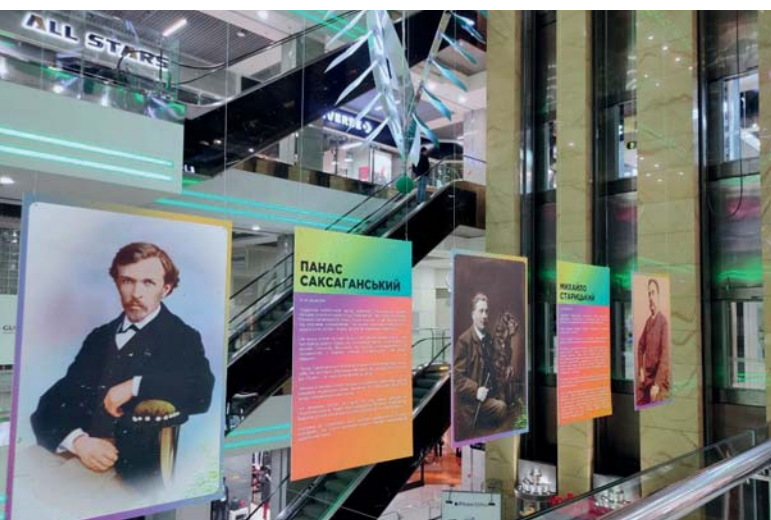


ФОТО НАДАНИ ПРЕСЛУЖБОЮ TRPЦ GULLIVER

Київський ТРЦ Gulliver обрав вектор освітніх і культурних проєктів. Це, наприклад, виставка «Факти про відомих українців», яку було відкрито в партнерстві з Музеєм видатних діячів української культури, чи серія джазових концертів

змінилися. Це підтвердили всі експерти – директори з маркетингу. Але нині набір і співвідношення інструментів для досягнення цих цілей, а також бюджети – інші: вони вже трансформувалися чи адаптуються у відповідь на ситуацію.

Окрім цього, змінився й період планування. Так, через непередбачуваність ситуації маркетингові команди торгових центрів перейшли від довгострокових термінів (рік і більше) до короткострокових (до одного чи декількох місяців). І навіть у ці короткострокові плани доводиться вносити зміни. «Все перевернулося з ніг на голову», – каже Дмитро Бушмакін. Наприклад, зазвичай компанія Budhouse Group створювала стратегію, план і бюджет на рік, які потім формувала під особливості кожного свого ТРЦ, а в процесі їх втілення, за необхідності, вносила коректування. Зараз же вона розробляє більш короткострокові стратегії та плани. Раніше у ТРЦ Gulliver маркетингова стратегія створювалася з широким кроком:



вона планувалася мінімально на рік і максимально на три роки. Нині вона розробляється на два-три місяці. «В актуальних умовах більше йдеться про короткострокові набори інструментів і маркетингові активності, які спрямовані на отримання результату зараз», – розповідає Катерина Жураківська та пояснює, що цей підхід гнучкіший і дає можливість максимально швидко адаптувати подальші кроки відповідно до нових реалій або змінити напрям. «Наша стратегія нині – суцільна тактика. Це короткострокове планування з можливими варіантами змін, адже ми маємо швидко адаптуватись і знаходити нестандартні рішення», – розповідає Надія Лінська про підхід у ТРЦ DREAM. – Кожен місяць планується окремо та навіть корегується впродовж цього періоду. Ціль – вижити та бути максимально ефективними при мінімальних ресурсах».

Ще один вектор змін – у взаємодії орендодавців з орендарями й іншими партнерами. Як розповіли



Київський ТРЦ DREAM сфокусувався на ініціативах або соціальних, або із соціальною складовою. Наприклад, учасники проєкту «Трудолюб» можуть отримати роботу в ТРЦ. Ще одна ініціатива від DREAM – «Фонтани збирають на ЗСУ»



ФОТО НАДАНИ ПРЕСЛУЖБОЮ TRPЦ DREAM

директори з маркетингу, нині відбувається багато індивідуальної роботи в напрямі B2B, комунікація між сторонами пришвидшилася, ухвалення рішень – теж. Партнери взаємозалучені у соціальні проекти один одного, допомагають і йдуть на компроміси: це можуть бути поступки за вартістю реклами з боку ТЦ/ТРЦ чи поступки торговим центрам від їхніх підрядників. «Кожен ділиться своїми ресурсами», – каже Надія Лінська. «Раніше маркетинговий бюджет розподілявся на артистів, обладнання, декорування, рекламу. Зараз у всіх присутні взаєморозуміння та взаємовиручка, що впливає на ціноутворення. Багато чого робиться на волонтерських засадах і бажанні допомогти», – додає Дмитро Бушмакін. Наприклад, нині основні зусилля орендодавців у соцмережах сфокусовані на анонсах про відкриття магазинів, огляди їхнього асортименту. «Це також один з елементів співпраці та допомоги орендарям», – каже Дмитро Бушмакін.

ТРАФІК ПРИЄМНО ДИВУВАВ, КОНВЕРСІЯ ЗРОСТАЛА

Одним з основних завдань команди маркетингу ТЦ/ТРЦ була й залишається функція комунікації: як із постійними відвідувачами, так і новими. Нині це, наприклад, ті, хто мігрував до інших міст у пошуках безпеки. На початку війни інформація, яку озвучували ТЦ/ТРЦ, стосувалась заходів і дій під час повітряних тривог, графіків роботи об'єктів, відкритих магазинів, далі додалися інші приводи: анонсування подій, акцій, нових орендарів, оголошення про роботу під час «блекаутів» тощо. Більша частка такої комунікації проходить через соціальні мережі, які, як каже Дмитро Бушмакін, завжди були й нині є найкращим інструментом із залучення відвідувачів.

«Звісно, з початком війни змінилися і купівельні настрої, і поведінка, і купівельні спроможності українців», – каже Дмитро Бушмакін. На це впливає безліч зовнішніх чинників. Багато українців опинилися у скрутному становищі, залишилися без основних джерел доходів або ж прибутки скоротились. Водночас ціни на товари та послуги зросли. Непередбачуваність ситуації та невпевненість у завтрашньому дні також впливають на настрої та поведінку споживачів. Але при всьому цьому директори з маркетингу відзначають декілька позитивних тенденцій останніх місяців у ТЦ/ТРЦ.

Серед них – збільшення трафіку. «Люди скучили за торговими центрами, це позначається на зростанні відвідуваності», – каже Надія Лінська. Очевидно, що трафік нижчий, якщо порівнювати з довоєнним періодом, але вищий, якщо співставляти з першими місяцями воєнного часу. «Потік, звісно, впав, але навіть попри це становить більше, ніж ми очікували. Взяти, наприклад, Харків, у якому чисельність жителів на початок літа становила майже половину від довоєнного періоду, тобто приблизно один мільйон мешканців. Там після часткового відкриття ТРЦ Nikolsky ми отримали результати, які нас приємно здивували», – розповів Дмитро Бушмакін.

Цей загальний тренд підтверджує й Індекс Самопочуття Ритейлу (Retail Well-Being Index, RWBI), розроблений під егідою Української Ради Торгових Центрів. Показник враховує відвідуваність, заповненість, рівень орендних ставок і дає змогу відстежити роботу окремого ТЦ/ТРЦ та загальну ситуацію на ринку. Якщо у березні Індекс становив 16,7 (це найнижчий показник у 2022 році), то у вересні вже сягав 28,3.

Однак важливо зазначити, що в жовтні-листопаді цей тренд змінився через постійні відключення



ФОТО: FACEBOOK.COM/TRC.VICTORIA.GARDENS

Усі ініційовані події у львівському ТРЦ Victoria Gardens, а також в інших ТЦ/ТРЦ компанії Dragon Capital Property Management, були благодійними й мали за мету передусім збір коштів на потреби військових

електроенергії, що в деяких випадках скоротило час роботи ТЦ/ТРЦ і, відповідно, їхню відвідуваність.

Ще одна тенденція – зростання конверсії, тобто переважна більшість відвідувачів здійснюють покупки. Як кажуть експерти, споживачі підходять до шопінгу раціонально: заздалегідь планують візит і йдуть до торгових центрів із конкретними цілями й намірами. Також, як зазначає Дмитро Бушмакін, виріс і середній чек, що теж говорить про цілеспрямованість покупок.

Відповідно, емоційний шопінг зменшився. Хоча споживачі зараз раціональніші, проте такі маркетингові інструменти, як акції, знижки та розіграші, залишаються ефективними навіть у нинішніх умовах, збільшуючи кількість стихійних покупок. «Ми довго не наважувалися на такі звичні колись активності», – згадує Катерина Жураківська. Проте влітку в ТРЦ Gulliver спробували провести перший розіграш. Отримавши позитивні відгуки, у вересні його маркетингова команда організувала вже серію розіграшів гаджетів для навчання. «Варто додати, що цей інструмент дещо трансформувався – додалася складова благодійності. Люди охоче беруть в них участь, розуміючи, що так вони ще й допоможуть», – зауважує Катерина Жураківська. **СР**

МАРКЕТИНГ ТЦ/ТРЦ ПІД ЧАС ВІЙНИ

**АВТОРСЬКА КОЛОНКА ОЛЕНИ ЯКОВЕНКО,
КЕРІВНОЇ ПАРТНЕРКИ АГЕНЦІЇ PRСOM**



За даними Української Ради Торгових Центрив, ринок торговельної нерухомості відновився приблизно на 70%. Але на відвідуваність ТЦ/ТРЦ негативно впливають загальне зменшення споживання, повітряні тривоги та віялові відключення електроенергії. Яким же чином трансформувати маркетингову стратегію, щоб збільшити трафік покупців, але водночас залишитися релевантним воєнному контексту? Розбираємося нижче.

БУДЬТЕ НА ЗВ'ЯЗКУ

Інструменти та канали комунікації у воєнний час не змінилися, але змінилася стратегія комунікації та контент. Намагайтеся не набридати й не збільшувати кількість контактів з аудиторією. Розумійте, що нині темою номер один для українців є війна, а не ваш бренд.

Комунікуйте чітко, по суті й лише про основне. Дайте базову інформацію:

- Який актуальний графік роботи ТЦ/ТРЦ? Які ритейлери відновили роботу, а які поки що ні?
- Де найближче укриття? Який план дій у разі тривоги?
- Чи має ТЦ/ТРЦ генератор? Як у період відключення світла працює об'єкт?

Покажіть, що ви готові працювати в нових екстремальних умовах, маєте чіткий план дій і знаєте, що і як робити.

УВАГА ДО ЦІЛЬОВОЇ АУДИТОРІЇ НА ПЕРШОМУ МІСЦІ

Gradus Research говорить, що війна спровокувала відчутні міграційні хвилі: кожен четвертий українець переїхав до іншого населеного пункту, області всередині країни або за кордон.

Також кардинально змінилася споживацька поведінка українців: трафік став ще більш цільовим, відвідувачі приходять із конкретним списком покупок і йдуть спланованим заздалегідь маршрутом, розуміючи, що будь-якої миті може початися повітряна тривога або аварійне відключення світла. Зниження доходу відчули 76% громадян: більшість економлять, підходять до шопінгу прагматичніше та купують товари про запас на довгий період.

Тому приділіть більше уваги дослідженню цільової аудиторії для того, щоб зрозуміти, наскільки змінився портрет відвідувача та нівелювати можливу невідповідність маркетингових активностей його очікуванням і потребам.

«ТАК» І «НІ» ВОЄННОГО МАРКЕТИНГУ

Відмовтеся від надмірної атмосфери веселощів і свята. Нині точно не на часі гучні івенти та масові концерти із зірками, люксово-декор і світлові гірлянди. Все це може виглядати, як мінімум, недоречним і, як максимум, навіть образливим.

Але з нашого досвіду, аудиторія позитивно реагує на заходи, які релевантні поточному контексту. Відвідувачам не вистачає розваг, тому можливе рішення – не відмова від активностей, а їх адаптація та корегування під нинішні реалії.

У суспільстві є величезний попит на об'єднання, національну ідентичність, патріотизм. 45% українців зазначають, що маркетинг обов'язково має враховувати воєнну дійсність, 55% вважають доречним використання теми, а 92% – за використання патріотичної тематики*. Тому приєднання до цього тренду – хороша ідея.

Наприклад, київський ЦУМ випустив першу благодійну артколекцію сувенірів, натхненних народною творчістю та експонатами Музею Івана Гончара, а вітрини прикрасив предметами української культурної спадщини. У столичному ТЦ Rive Gauche відбулася патріотична виставка робіт відомого ілюстратора Олександра Грехова, а черкаський ТРЦ Lubava відкрив фотовиставку портретів жінок-військовослужбовців.

АКТИВНА СОЦІАЛЬНА ПОЗИЦІЯ

Важливо не просто «експлуатувати» українську символіку у своїх комунікаціях, але й на ділі транслювати позицію через власний вклад у перемогу. 51% українців вважають практичні дії (наприклад, волонтерство) більш цінними, ніж символічні з використанням української айдентики*. Будь-яка соціальна активність ТЦ/ТРЦ нині актуальна, як ніколи. Саме за цим показником громадяни ідентифікують свій бренд чи чужий.

Неправильна стратегія – допомагати, але не розповідати про це публічно. Адже такі дії можуть бути сприйняті, як бездіяльність. Тому сміливо комунікуйте про допомогу ЗСУ, підтримку орендарів і співробітників, волонтерську діяльність, фінансові перерахунки благодійним організаціям і фондам. Створюйте власні КСВ-ініціативи або приєднуйтеся до наявних. Головне – робіть це коректно та не заради піару.

Наприклад, ТРЦ Harry.Mall замість традиційних заходів із нагоди урочистого відкриття влаштував благодійний ярмарок. Зібрані кошти в 1 мільйон гривень були перераховані на бронеавтомобіль для військовослужбовців ЗСУ.

ФАН, ГУМОР І Н'ЮСДЖЕКІНГ

11 листопада у соціальних мережах відбувся масовий флешмоб на підтримку повернення Херсона. Українські компанії публікували логотипи та зображення, креативно обігруючи образ кавуна й назву міста. Це і є н'юсджекінг – процес інтеграції бренду в актуальний новинний фон.

Як не дивно, 71% українців позитивно ставляться до гумору в рекламі брендів, особливо так до використання популярних мемів як на воєнну, так і невоєнну тематику.

Всі ми пам'ятаємо мему про першу бавовну в Криму, відставку Бориса Джонсона, збір коштів на байрактари й інше, тому не бійтеся гумору у своїх комунікаціях, адже він привертає додаткову увагу до бренду, може стати вірусним, збираючи тисячі позитивних реакцій та й загалом допомагає українцям пережити ці надважкі часи.

*дослідження Kantar

ІНДЕКС САМОПОЧУТТЯ: НА РИНКУ ТОРГОВЕЛЬНОЇ НЕРУХОМОСТІ З'ЯВИВСЯ НОВИЙ ПОКАЗНИК

РИНОК ТОРГОВЕЛЬНОЇ НЕРУХОМОСТІ В УКРАЇНІ, ПОПРИ ТЕ, ЩО ВОЄННІ ДІЇ ТРИВАЮТЬ, ПОСТУПОВО ВІДНОВЛЮЄТЬСЯ. ПРО ЦЕ СВІДЧИТЬ ІНДЕКС САМОПОЧУТТЯ РИТЕЙЛУ, ЯКИЙ РОЗРАХОВУЄ УКРАЇНСЬКА РАДА ТОРГОВИХ ЦЕНТРІВ. ТАК, У ВЕРЕСНІ ЦЕЙ ПОКАЗНИК ДОСЯГ 28,3, ЯКИЙ ГОВОРИТЬ ПРО ТЕ, ЩО РИНОК ВІДНОВИВСЯ НА 70%, ПОРІВНЮЮЧИ ІЗ БЕРЕЗНЕМ 2022 РОКУ, КОЛИ ІНДЕКС СТАНОВИВ 16,7.

Укrajнська Рада Торгових Центрив анонсувала новий проект – розрахунок Індексу Самопочуття Ритейлу або ж англійською Retail Well-Being Index (RWBI).

Ідея його розробки належить **Максиму Гаврюшину, голові Української Ради Торгових Центрив**. Також він здійснює загальне керівництво проектом. Автор методики розрахунку RWBI та відповідальний за технічний супровід – **Дмитро Топольський, голова дослідницької групи Української Ради Торгових Центрив, керівник дослідницької компанії Ukrainian Research Bureau**.

Розробка RWBI – від виникнення ідеї до її втілення – тривала не один рік. Проект мав розпочатись ще навесні, але війна відклала його старт на пів року.

Дослідження RWBI проводитиметься по всій Україні. Індекс розраховуватиметься методом збору первинної інформації, що надається власниками чи керівними компаніями ТЦ/ТРЦ, як для всього ринку, так і по різних групах об'єктів: формат, регіон, тип населеного пункту тощо. «Для побудови вибірки ми використовуємо базу торгових центрив, яку збирала Українська Рада Торгових Центрив, з подальшою класифікацією об'єктів згідно з міжнародними стандартами. Тож ми маємо можливість побудувати репрезентативну вибірку за різними характеристиками ТЦ», – каже Дмитро Топольський. За його словами, ідея проекту полягає в тому, щоб звести різні показники ринку до одного та мати можливість відстежувати його в динаміці.

Сама формула розрахунку Індексу має такий вигляд:

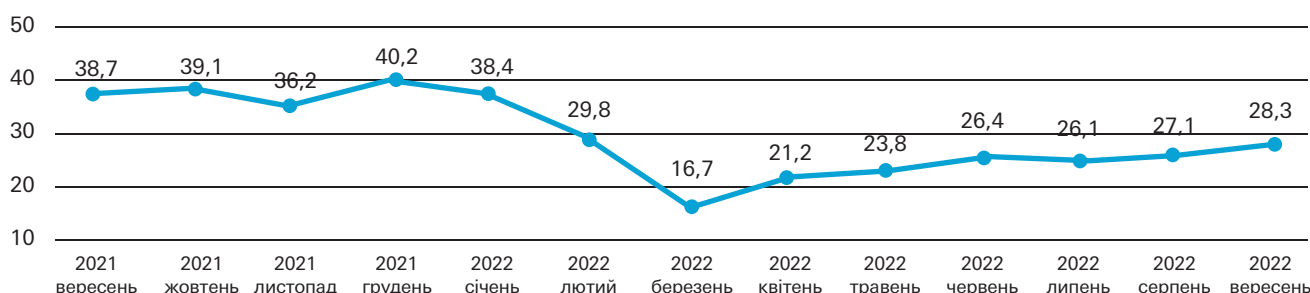
$$RWBI = \frac{\sqrt{(F \cdot O \cdot R)}}{100}, \text{ де:}$$

RWBI – значення Retail Well-Being Index;
F (footfall) – трафік/відвідуваність ТЦ/ТРЦ, осіб на місяць;
O (occupancy rate) – заповнюваність ТЦ/ТРЦ, %;
R (rent rate) – запропонована середня орендна ставка на стандартні вакантні лоти площею 50-250 м², \$/м² (без урахування ПДВ).

Мінімальним показником RWBI може бути 0, максимального значення немає. «Але якщо уявити, наприклад, ідеальну картину, що середня відвідуваність торгових центрив сягає 1 мільйона осіб на місяць, заповнюваність – майже 100%, а середня ставка оренди – \$100, то RWBI в такому разі дорівнюватиме 100», – пояснив Дмитро Топольський.

У вересні поточного року Індекс Самопочуття Ритейлу становив 28,3. Як показує RWBI, після різкого падіння в лютому та березні протягом наступних місяців спостерігалось поступове відновлення основних показників роботи торгових центрив: відвідуваності, орендних ставок, заповнюваності. Відповідно, Індекс зростав. RWBI станом на вересень говорить про те, що ринок відновився приблизно на 70%, порівнюючи із березнем, коли показник досяг мінімального значення 16,7.

ІНДЕКС САМОПОЧУТТЯ РИТЕЙЛУ В УКРАЇНІ, ВЕРЕСЕНЬ 2021 – ВЕРЕСЕНЬ 2022 РОКУ*



*пілотаж

Джерело: Українська Рада Торгових Центрив

CP



ФОТО НАДАНЕ КОМПАНІЄЮ КРМГ В УКРАЇНІ

Олена Макаренко

ТЕМА-ТАБУ: КОРПОРАТИВНЕ ШАХРАЙСТВО В ДЕВЕЛОПЕРСЬКИХ І БУДІВЕЛЬНИХ КОМПАНІЯХ

ЗАЛЕЖНО ВІД ГАЛУЗІ, ЧЕРЕЗ НЕДОБРОЧЕСНІ ДІЇ ПРАЦІВНИКІВ КОМПАНІЇ МОЖУТЬ ВТРАЧАТИ ДО 15-30% ВІД ОБОРОТУ. ВОДНОЧАС БУДЬ-ЯКА КРИЗА ЗБІЛЬШУЄ РИЗИКИ ШАХРАЙСТВА. ОДНАК, ЯК ЗАЗНАЧАЄ ОЛЕНА МАКАРЕНКО, ПАРТНЕРКА, КОНСУЛЬТАЦІЙНІ ПОСЛУГИ, КЕРІВНИЦЯ ГРУПИ ФОРЕНЗІК І НАПРЯМУ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТА ESG, КРМГ В УКРАЇНІ, ТАКИЙ ПЕРІОД — ЦЕ ТАКОЖ СЛУШНА НАГОДА ДЛЯ БІЗНЕСУ РОЗРОБИТИ ЧИ ОНОВИТИ МАТРИЦЮ РИЗИКІВ І ВІДБУДУВАТИ СИСТЕМУ ВНУТРІШНІХ КОНТРОЛІВ І СЦЕНАРІЇ ПРОТИДІЇ.

Зважаючи на те, що через воєнні дії чимало бізнесів переналаштовують роботу, змінюють операційні процеси, шукають нових контрагентів, відбувається ротація кадрів тощо – чи є це передумовою для збільшення ризиків корпоративного шахрайства?

Будь-яка криза збільшує ризики шахрайства, тому компанії мають докладати більше зусиль, щоб відбудувати або посилити внутрішню систему контролів. Наприклад, якщо в компанії вже є матриці ризиків, то в кризу гарна нагода їх проаналізувати та, за необхідності, переглянути, знайти недоліки й вибудувати нові сценарії протидії.

Тож цей час змін може стати періодом, коли компанії можуть вирішити проблеми з корпоративним шахрайством, якщо такі ризики були в їхньому бізнесі?

Ми зазвичай пропонуємо використовувати час змін собі на користь. Особливо зараз компанії переглядають свої бізнес-процеси з огляду на операційні зміни. Водночас ми рекомендуємо переоцінити й контрольні процедури, які є в цих бізнес-процесах. Це слушна нагода, щоб переглянути підходи до ідентифікації та оцінки ризиків,

проаналізувати недоліки й переваги контрольного середовища, посилити, де необхідно, але й відмовитися від контролів, які працювали неефективно.

В чому особливості та складнощі форензік-аудиту девелоперських і будівельних компаній?

Форензік-аудит – некоректне поняття. У міжнародному загальноприйнятому діловому світі аудит – це перевірка фінансової звітності, тому застосовувати поняття аудиту до форензіку неправильно. Форензік на відміну від аудиту, який працює з фінансовою документацією, аналізує бізнес-процеси, контрольні процедури та первинні документи. Ми здебільшого сфокусовані на «слабких місцях» у бізнес-процесах і контрольних процедурах.

Особливість форензік-аналізу для девелоперських і будівельних компаній в тому, що ця галузь вимагає залучення додаткових вузьких спеціалістів або специфічних знань у цій сфері, наприклад, у питаннях ДБН, нормативних документів у галузі будівництва, або вміння читати проєктну будівельну документацію, яка часто не співпадає з тим, що вже реалізовано. Також у будівельній сфері є свої особливості щодо прийняття робіт – є певні їх види, які можна прийняти на будівельних майданчиках тільки в момент виконання, а не історично. Таких прикладів багато – це специфічна галузь, у тонкощах якої важливо розбиратися, щоб форензік-аналіз був якісним.

З Вашого досвіду, наскільки часто такі компанії звертаються за форензік-аналізом або ж проводять його самостійно? Можливо, Ви можете порівняти форензік-культуру в Україні та на закордонних ринках?

В Україні до форензік фахівців звертаються, коли в організації вже зафіксовано факт шахрайства, а керівництво зрозуміло, що це сталося. Останнє вкрай важливо, адже світова статистика говорить, що від реалізації факту шахрайства до моменту його фіксування керівництвом проходить від 12 до 18 місяців. Для будівельної галузі 12-18 місяців – довгий період, адже за цей час проєкт може бути повністю або частково реалізований, а знайти докази шахрайства буде неможливо.

У розвинутих країнах залучення форензік фахівців на етапі підготовки до будівництва та реалізації проєкту є поширеною практикою, особливо коли йдеться про великі інвестиційні проєкти.

Чи є статистика по Україні: скільки компаній втрачають від недоброчесних дій працівників?

В Україні немає такої статистики, адже компанії не хочуть розкривати інформацію про факти шахрайства. За грубими підрахунками, від недоброчесних дій працівників у середньому компанії втрачають 5% від обороту, а в деяких галузях – від 15 до 30%.

Які поради Ви могли б дати девелоперським і будівельним компаніям для попередження корпоративного шахрайства і що робити, коли це виявилось?

Перша порада. Криза – слухна нагода, аби розробити або оновити матрицю ризиків і відбудувати систему внутрішніх контролів, якщо таких не існувало в компанії, та переглянути наявні – для тих, у кого вони є.

Порада друга. Залучати зовнішніх експертів на початковому етапі будівельного проєкту для того, щоб сторонні фахівці проаналізували мапу ризиків під іншим кутом і звернули увагу на недоліки, які керівництво компанії може й не помічати, адже впевнене, що все – під контролем.

Третя порада. Розробляти, а головне – реалізовувати регулярні контрольні процедури: це привчить не лише керівництво до дисципліни, але й співробітники розумітимуть, що контрольні процедури існують не на папері, а перевірки відбуваються регулярно. Це дасть змогу компаніям знизити ризик шахрайства. **СР**

П'ЯТІРКА ГАЛУЗЕЙ ЗА ПОКАЗНИКОМ СЕРЕДНІХ (МЕДІАННИХ) ЗБИТКІВ ВІД ПРОФЕСІЙНОГО ШАХРАЙСТВА



Джерело: Occupational Fraud 2022: A Report to the Nations. Дослідження проводилося Асоціацією сертифікованих фахівців з розслідування випадків шахрайства в період із січня 2020 до вересня 2021 року, в його межах проаналізовано 2110 кейсів зі 133 країн.

ВПЛИВ УКРАЇНСЬКИХ САНКЦІЙ НА РИНОК КОМЕРЦІЙНОЇ НЕРУХОМОСТІ

Текст:

Антон Рекун, юрист практики будівництва та нерухомості, АО Arzinger

Яна Бабич, старша юристка практики корпоративного права та M&A, АО Arzinger



Антон Рекун



Яна Бабич

Закон України «Про санкції» передбачає досить широкий перелік обмежень до фізичних чи юридичних осіб, які можуть мати або не мати будь-яких формальних зв'язків із росією. Серед обмежень із найбільшим впливом є блокування активів і їх стягнення в дохід держави. Вони застосовуються і до безпосередніх власників, і до тих, хто може контролювати відповідні активи, а також несуть ризики для контрагентів таких підсанкційних осіб.

Нині війна залишається найактуальнішою темою не лише на фронті, а й на юридичному поприщі. Поки наші герої із ЗСУ клаптик за клаптиком відвоюють українську землю, ми розкажемо про частину юридичних баталій, що точаться в Україні, а саме – про санкції.

Санкції є режимом **обмежень, які застосовуються до фізичних чи юридичних осіб**, які можуть мати або не мати будь-яких формальних зв'язків із росією.

Відповідний закон передбачає досить широкий перелік обмежень, які можуть застосовуватись. Конкретні такі заходи вказуються щодо визначеної особи в рішенні Ради національної безпеки і оборони України.

Серед санкцій, які мають найбільший вплив, є блокування активів і стягнення активів у дохід держави. Вони застосовуються як до безпосередніх власників, так і до осіб, які можуть контролювати відповідні активи (тобто фактично є бенефіціарними власниками). Також часто до наведених санкцій додаються й інші – обмеження торговельних операцій, запобігання виведенню капіталів за межі України, зупинення виконання економічних і фінансових зобов'язань тощо.

Стягнення активів не застосовується Радою національної безпеки і оборони України одразу – вони можуть бути стягнені в дохід держави лише після їхнього блокування. Крім того, відповідне стягнення відбувається виключно у судовому порядку через Вищий антикорупційний суд і тільки щодо «осіб, які своїми діями створили суттєву загрозу національній безпеці, суверенітету чи територіальній цілісності України» (деталізація критеріїв наводиться в законі, але вони залишаються досить нечіткими).

Потенційні ризики для контрагентів таких підсанкційних осіб можуть виникати вже на етапі блокування активів.

Якщо активом є **нерухоме майно**, блокування, зокрема, матиме наслідком заборону відчуження такого майна, передачі його в іпотеку, укладання договорів оренди тощо.

У такому разі орендарі не матимуть змоги укласти нові договори оренди або продовжити поточні, строк яких добігає кінця.

Проблемним стане й питання повернення забезпечувальних платежів, якщо такі надавалися.

Сплата орендної плати також залишається під питанням – можливість переказу коштів залежатиме від позиції банків обох сторін.

Якщо ж активами є **частки/акції**, то блокування може проявлятися у забороні власникам брати участь і голосувати за питання порядку денного (так, зокрема, реалізується заборона на користування відповідними активами), що може мати наслідком непогодження певних угод із контрагентами.

Після стягнення активів у дохід держави, їхньою подальшою долею опікуватиметься орган, визначений Кабінетом Міністрів України. Таким органом відповідно до законодавства може бути, наприклад, Національне агентство України з питань виявлення, розшуку та управління активами, одержаними від корупційних та інших злочинів (Агентство з розшуку та менеджменту активів) або Фонд державного майна України.

Договір оренди залишатиметься чинним для нового власника. Проте після закінчення його може постати питання про укладення нового договору оренди в особливому порядку – на конкурентних засадах.

Нині практики щодо відповідної передачі немає – єдине на сьогодні стягнення в дохід держави (справа АФК «Система») поки не виконане – і механізм подальшого управління активами чітко не визначений.

Підсумовуючи, ми наголошуємо на важливості здійснення ретельної перевірки нових контрагентів, а також регулярного моніторингу й управління ризиками щодо наявних. Це передбачає, зокрема, мінімізацію авансових і забезпечувальних платежів на користь таких контрагентів, наявність у договорі положень, що дозволяють розірвати його в односторонньому порядку в разі введення санкцій проти контрагента, готовність вкласти кошти в альтернативні приміщення тощо.

Більше
1 млн контактів
з бізнес-аудиторією
в місяць



BUSINESS CENTER
MEDIA

Розміщення
відеореклами
в бізнес-центрах Києва

0-800-21-33-06
info@effect-m.com
bcmmedia.com.ua
Effect-m.com



ФОТО: PRO-CONSULTING

Олександр Соколов

ПРОМИСЛОВЕ БУДІВНИЦТВО УКРАЇНИ: НА ЯКІ НОВІ ПРОЄКТИ ЧЕКАТИ?

Текст: Олександр Соколов, генеральний директор компанії Pro-Consulting

**ЧЕРЕЗ ПОВНОМАСШТАБНЕ
ВТОРГНЕННЯ ПОТОЧНЕ
ПРОМИСЛОВЕ БУДІВНИЦТВО
В УКРАЇНІ ЗУПИНИЛОСЬ. ПІСЛЯ
ЗАВЕРШЕННЯ ПЕРШОЇ СТАДІЇ
ВІЙНИ ТА ДЕОКУПАЦІЇ НИЗКИ
ОБЛАСТЕЙ ПОЧАЛОСЬ ПОСТУПОВЕ
ВІДНОВЛЕННЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПРОЄКТІВ.
ОДНАК ПЕРЕВАЖНО ПІДПРИЄМСТВА
НЕ СТВОРЮЮТЬ НОВІ ОБ'ЄКТИ,
А НАМАГАЮТЬСЯ ЗАВЕРШИТИ ТІ,
НАД ЯКИМИ ПРАЦЮВАЛИ РАНІШЕ.
АЛЕ Є Й ТАКІ, ЯКІ РОЗРОБЛЯЮТЬ
НОВІ ПЛАНИ. ПРЕЗЕНТУЄМО ОГЛЯД
МАЙБУТНІХ ПРОЄКТІВ.**

Інвестиційний клімат в Україні протягом останніх трьох років залишався на негативному рівні, що прямо позначалось на стані промислового будівництва.

Так, спочатку пандемія коронавірусу обвалила ділову активність, що суттєво нашкодило економікам країн, що розвиваються, і це була глобальна тенденція.

За нею слідував 2021 рік відновлення, проте ближче до його кінця проявились інші тренди. Починаючи з серпня, зростала вартість енергоресурсів, зокрема газу, і через підвищення логістичних і виробничих витрат інвестори почали переоцінку інвестиційної привабливості української економіки. Переробна промисловість є досить капіталоемною. Проте Україна завжди вигравала завдяки низькій вартості ресурсів, зокрема людських та енергетичних, порівнюючи з іншими країнами. Однак це змінилось, коли торік у вересні почалось зростання цін на газ, а місяцем пізніше – активна інформаційна кампанія про можливе повномасштабне вторгнення росії в Україну. Це змусило інвесторів зменшити апетит до ризиків і змінити плани з будівництва заводів в Україні, що уповільнило появу нових таких проєктів.

З початку повномасштабного вторгнення, очевидно, ситуація погіршилась. Поточне будівництво зупинилось під ризиком обстрілів, а відкривати нові потужності в країні, в якій триває війна, – занадто ризиковано для інвесторів.

До повномасштабної війни на промислове будівництво споруд припадало 12% від загального обсягу ринку. Нові виробництва та склади переважно відкривалися в західних і центральних регіонах країни.

За підсумками січня 2022 року будівельні підприємства України наростили обсяги виконаних робіт на 2,8% порівняно із січнем 2021 року. І хоча обсяг реалізації нежитлових об'єктів упав на 6,8%, проте інженерних споруд, навпаки, зріс на 14,1%. Останнє було швидше наслідком продовження програми «Велике будівництво».

Частка нового будівництва у загальному обсязі виконаних робіт за місяць становила 49,2%, ремонту – 23,7%, реконструкції та технічного переоснащення – 27,1%. Загальний обсяг виробленої будівельної продукції за підсумками місяця досяг 8,9 мільярда гривень.

Після завершення першої стадії війни та деокупації Київської, Чернігівської та Сумської областей почалося поступове відновлення реалізації проєктів. Більшість із них розташовані у Вінницькій, Волинській, Івано-Франківській, Львівській, Тернопільській, Хмельницькій, Черкаській, Чернівецькій і Закарпатській областях. Київський регіон відновився лише на 12%, а в Одесі велися роботи на близько 60% майданчиків.

Задля покращення ситуації у секторі будівництва Кабінет Міністрів спростив дозвільні та реєстраційні процедури в умовах воєнного стану. Це сприятиме пришвидшенню робіт із капітального ремонту та реконструкції пошкоджених будинків і промислових споруд, а також зведенню нових. Водночас на період дії воєнного стану та протягом трьох місяців з дня його припинення або скасування дозволяється переносити строки виконання окремих видів робіт з оздоблення фасадів і благоустрою території, за винятком транспортних проїздів і пішохідних комунікацій.

Багато підприємств із промислового будівництва не створюють нові об'єкти й намагаються просто завершити старі, але є й такі, які попри економічну ситуацію в країні продовжують працювати у своєму темпі та розробляти нові проєкти.

«Укргідроенерго»

«Укргідроенерго» планує наприкінці цього року розпочати будівництво третьої черги Дністровської ГАЕС, яка складатиметься із 5-7 гідроагрегатів. Нині компанія шукає інвесторів для проєктів Канівської ГАЕС потужністю 1000 МВт і Каховської ГЕС-2, загальна потужність якої становитиме 280 МВт.

Також «Укргідроенерго» найближчим часом має намір реалізувати проєкт будівництва систем накопичення енергії, який стане найбільшим у Європі. Нині проводиться закупівля на розробку техніко-економічного обґрунтування і до кінця 2024 року планується завершення проєкту.

«АрселорМіттал Кривий Ріг»

«АрселорМіттал Кривий Ріг» має намір реконструювати одне зі своїх хвостосховищ – «Об'єднане. Четверта карта». Заплановані роботи з його оновлення, а саме нарощування дамб, хочуть виконати з метою забезпечення складування хвостів порожньої породи гірничозбагачувального комплексу.

До цього комбінат завершив реконструкцію шлакового двору №1 конвертерного цеху. Внаслідок він отримав фактично новий шлаковий двір із сучасним обладнанням і комфортним побутовим приміщенням.

Зазначимо, що «АрселорМіттал Кривий Ріг» з липня 2022 року перевів значну частину співробітників, включаючи топменеджмент та іноземних працівників, на 2/3 навантаження через неможливість сплачувати оклади в повному обсязі.

«Метінвест»

Компанія створила робочу групу з розроблення проєкту нового металургійного заводу «Азовсталь», який планує відновити в Маріуполі. Група має намір після визволення захоплених територій перезапустити

СТРУКТУРА БУДІВНИЦТВА КОМПЛЕКСНИХ ПРОМИСЛОВИХ СПОРУД В УКРАЇНІ, 2021 РІК



Джерело: дані Держстату, оцінка Pro-Consulting

підприємство. Саме його будівництво може тривати не менше трьох років залежно від конфігурації та фінального рішення.

«Структурм»

З початку квітня 2022 року «Структурм» виконує комплекс аварійно-відновлювальних робіт (АВР) на ПЛ 330 кВ і ПЛ 750 кВ у північному регіоні України, що постраждав внаслідок повномасштабної війни. Після їх завершення лінії працюватимуть у нормальному режимі, підтримуючи стабільність об'єднаної енергосистеми та надійність постачання електроенергії у північному регіоні нашої країни, що важливо для співпраці з європейською електромережею ENTSO-E.

Це фактично всі активні плани щодо будівництва великих промислових підприємств в Україні. Здебільшого компанії орієнтуються на релокацію, а всі нові проєкти переважно заморожені. Наприклад, станом на кінець 2021 року спостерігалися плани щодо будівництва принаймні десятка заводів із переробки аграрної сировини, більше п'яти заводів із виробництва будівельних матеріалів і низки інших підприємств, що створюють додану вартість.

За умови поступового повернення тимчасово окупованих територій варто чекати на розроблення певних державних програм стимулювання запуску нових виробництв, які мають стати продовженням поточної політики спрощення реєстраційних процедур, а також на можливі податкові реформи. У довгостроковій перспективі після перемоги слідуватиме масштабна відбудова промислових потужностей в Україні, створення робочих місць для стимулювання повернення населення та вихід нових інвесторів на ринок.

СР



ФОКУС НА ВІДБУДОВУ. ПІДСУМКИ УЧАСТІ УКРАЇНИ В EXPO REAL 2022

ЦЬОГОРІЧ УКРАЇНА ВПЕРШЕ ВЗЯЛА УЧАСТЬ У МІЖНАРОДНІЙ ВИСТАВЦІ НЕРУХОМОСТІ Й ІНВЕСТИЦІЙ EXPO REAL ЯК ЕКСПОНЕНТ. ДІЛОВА ПРОГРАМА НА СТЕНДІ ФОКУСУВАЛАСЯ НА ТЕМІ ВІДБУДОВИ Й БУЛА СФОРМОВАНА ТАК, ЩОБ ПОІНФОРМУВАТИ МІЖНАРОДНУ БІЗНЕС-СПІЛЬНОТУ ПРО ПОТОЧНУ СИТУАЦІЮ НА РИНКУ НЕРУХОМОСТІ ТА ЙОГО ПОТЕНЦІАЛ. ЗАГАЛОМ СПІКЕРИ ТА ГОСТІ ВИСЛОВИЛИ ВПЕВНЕНІСТЬ, ЩО НЕЗАБАРОМ НАША КРАЇНА СТАНЕ БЕЗПЕЧНИМ І ПРИВАБЛИВИМ МІСЦЕМ ДЛЯ ІНВЕСТИЦІЙ.



ФОТО НАДАЛИ КОМПАНІЄЮ INVEST IN PROJECTS

4-6 жовтня в Мюнхені (Німеччина) відбулася одна з найвідоміших міжнародних виставок у галузі нерухомості й інвестицій EXPO Real. Цього року вона зібрала близько 40 000 учасників із 73 країн. За словами **Штефана Руммеля, генерального директора компанії Messe München** (організатора виставки), відвідуваність майже досягла показників, що фіксувалися до початку пандемії COVID-19. Після Німеччини в топ країн-відвідувачів увійшли Велика Британія та Північна Ірландія, Нідерланди, Австрія, Польща, Швейцарія, Франція, Чехія, Люксембург, США та Іспанія. На виставковій площі у 72 250 м² було представлено 1887 експонентів із 33 країн, серед них і Україна.

ЦЬОГО РОКУ ВИСТАВКА EXPO REAL ЗІБРАЛА БЛИЗЬКО 40 000 УЧАСНИКІВ ІЗ 73 КРАЇН І 1887 ЕКСПОНЕНТІВ ІЗ 33 КРАЇН, СЕРЕД НИХ БУВ І СТЕНД УКРАЇНИ

Участь нашої країни в EXPO Real важлива та знакова з декількох причин.

Так, це вперше за всю історію виставки, а вона проводиться вже 25 років, коли Україна була представлена як експонент зі своїм стендом. Організаційним партнером павільйона,

площа якого становила 132 м², виступила компанія Invest in Projects. Присутність України на EXPO Real стала можливою завдяки підтримці Messe München і партнерам – загалом це 25 вітчизняних і міжнародних компаній, які працюють на нашому ринку. Видання Commercial Property виступило медійним партнером.

Як зазначила **Анна Нестуля, директорка Invest in Projects**, український стенд мав ключову локацію у виставковій зоні EXPO Real. «Це показник, наскільки нас підтримав німецький партнер, виділивши найкраще місце, яке можна було уявити. Все було зроблено професійно й бізнес-орієнтовано», – прокоментувала вона.

Власне, бізнес-орієнтованість, практичність і прагматичність – це друге, чим цей захід важливий для компаній і відмінний від деяких інших івентів, на яких Україна присутня. Український стенд став лаунжем і коворкінгом, де проводилася не лише офіційна програма, а й практичні зустрічі компаній із тими закордонними гравцями, які хочуть працювати з нашою країною. Окрім того, участь у заходах, таких як EXPO Real, допомагає не лише налагодити співпрацю,

та його потенціал поза картинами війни. «Для нас було важливо, щоб у відкритих діалогах і дискусіях зустрілися різнодисциплінарні експерти зі знаннями вітчизняного та міжнародних ринків. Такі дискусії – це правильний спосіб сформулювати найкращий план для відбудови України», – зазначила Анна Нестуля. Зокрема, ключовими питаннями були невідкладні інноваційні та стійкі рішення й стратегії для швидкого будівництва, довгострокові ініціативи та плани, майбутнє післявоєнної України. Спікери також обговорили виклики війни, вузькі місця в різних сегментах ринку нерухомості, теперішню ситуацію у бізнес-середовищі та можливості для компаній, зокрема й міжнародної співпраці під час війни тощо.

Резюмуючи, можна виділити наступні тези, які були озвучені спікерами:

1. Необхідно **досягти належного планування та правильного балансу в короткострокових і довгострокових заходах з відбудови**. Лізетт Ван Доорн вважає, що в нинішніх умовах для України очевидним пріоритетом є стратегія швидких рішень, що полягає,



а й підтримати увагу до країни, зацікавити та заручитися підтримкою міжнародної спільноти, що особливо важливо в нинішній час.

За три дні на українському стенді, присвяченому темі Rebuild Ukraine, відбулася низка івентів: це відкриття павільйону, благодійний фуршет, проведений спільно з фандрейзинговою платформою UNITED24, ініційованою Президентом України, та панельні дискусії. Спікерами виступили українські й закордонні експерти. Серед них були **Штефан Руммель, генеральний директор Messe München**; **Клеменс Баумгартнер, представник міської адміністрації Мюнхена**; **Юрій Ярмілко, генеральний консул України в Мюнхені**; **Ендрю Вробель, партнер-засновник компанії Emerging Europe**; **Максим Максименко, партнер і керівник практики нерухомості та інфраструктури компанії AVELLUM**; **Лізетт Ван Доорн, виконавча директорка ULI Europe**; **Тамаш Полстер, партнер і співзасновник Urbanite Advisors**; **Роман Семець, генеральний директор компанії Smart Urban Solutions**; **Ілля Величко, комерційний директор компанії «HECT»**; **Вольфганг Гомерник, генеральний директор DELTA Group і DELTA Ukraine**; та інші.

Наслідки розв'язаної росією війни в Україні були однією з центральних тем на виставці EXPO Real. Тому програма на українському стенді була сформована так, щоб поінформувати міжнародну бізнес-спільноту про поточну ситуацію на ринку нерухомості в нашій країні

наприклад, у будівництві тимчасового, модульного або збірного житла. Але водночас галузь не може марнувати наявні можливості, щоб мислити довгостроково. Тамаш Полстер вказує на приховані підводні камені, які не варто ігнорувати: будівництво того, що потрібно в теперішніх умовах, може бути пов'язане з ризиком у середньостроковій і довгостроковій перспективі втратити контроль над тим, яку нерухомість і де дійсно потрібно створювати.

2. Важливо, з одного боку, **врахувати досвід повоєнної відбудови інших країн і невдалі містобудівні практики минулого**, а з іншого, **використовувати кращі сучасні принципи девелопменту**, зокрема стратегії сталого розвитку та ESG, концепції багатифункціональної забудови та 15-хвилинного міста. Це, зокрема, дасть змогу створити нові райони, максимально придатні для життя, роботи та відпочинку.
3. У нинішніх умовах одним із секторів з найбільшим дефіцитом через значні пошкодження та руйнування є **житлова нерухомість, тому її відновлення буде серед пріоритетних**. На думку експертів, у житловому секторі найдоцільнішими часто є реконструкція старих чи пошкоджених об'єктів, а не будівництво нових.
4. Щоб забезпечити належні умови для відбудови, а також для створення нового міського середовища в Україні, що буде придатним для якісного життя, фінансово доцільним і безпечним з погляду



інвестування, **необхідними є оновлення й адаптація правової бази у сфері будівництва**. Максим Максименко наголошує, що уряд продовжує працювати над спрощенням і вдосконаленням українського законодавства, над пріоритетними інвестиційними проектами та підтримкою бізнесу в Україні. «Парламент ухвалив кілька законопроектів щодо спрощення землевідведення та будівництва житла для переселенців, інфраструктури та іншої нерухомості. У серпні Верховна Рада ухвалила законопроект, який суттєво вдосконалив законодавчу базу будівництва житла й надає необхідні гарантії для інвесторів. Багато роботи ведеться для покращення законодавчої бази для механізму публічно-приватного партнерства, який планується для відбудови житлової нерухомості», – зазначив Максим Максименко.

ДЕВЕЛОПЕРИ Й ІНВЕТОРИ ОТРИМАЮТЬ ЦІКАВІ МОЖЛИВОСТІ БУТИ ЗАЛУЧЕНИМИ В ПРОЦЕС ВІДНОВЛЕННЯ УКРАЇНИ. І ЦЕЙ ПОТЕНЦІАЛ ПОЧНЕ РЕАЛІЗОВУВАТИСЯ, ЩОЙНО БЕЗПЕКОВА СИТУАЦІЯ ПОКРАЩИТЬСЯ

- Важливою для пришвидшення відбудови країни є **діджиталізація**, завдяки якій, зокрема, зменшаться бюрократичні процеси. Лізетт Ван Доорн підкреслює: «Найбільшою перешкодою для будівництва є отримання дозволів, що займає багато часу. Якщо цей етап можна оцифрувати, Україна отримає багато переваг, зокрема з погляду підвищення прозорості дозвільного процесу, це також прискорить будівництво».
- Оскільки за період повномасштабного вторгнення в Україні зруйновано десятки мільйонів м² житла та комерційних приміщень, країну очікує **відбудова колосальних масштабів**. Наприклад, за даними консалтингової компанії Cushman & Wakefield, за період з 24 лютого 2022 року лише на території передмістя Києва знищено або пошкоджено близько 440 000 м² складських і логістичних приміщень, це понад 1/5 від загального обсягу ринку професійної складської нерухомості в київському регіоні. В офісному секторі столиці пропозиція зменшилася, оскільки кілька бізнес-центрів були пошкоджені під час атак на цивільну інфраструктуру. Тому в галузі

нерухомості очікуються не лише безпрецедентні обсяги реконструкції, а й нового будівництва. Відтак, девелопери й інвестори отримають цікаві можливості бути залученими в процес такого відновлення країни. І цей потенціал почне реалізовуватися, щойно безпекова ситуація покращиться.

- Українські **бізнеси не зупиняються**, хоча й переживають найскладніші часи, зменшення обсягів роботи й активності. «У багатьох людей є хибна думка, що життя в Україні з початком повномасштабної війни зупинилося, і це просто неправда, – коментує **Колін Росс, керівний директор компанії Gleeds Ukraine**. – Хоча кілька наших проектів були призупинені, ми бачимо, що триває робота з оздоблення офісних приміщень, будівництва логістичних і виробничих об'єктів, а також, на жаль, відбудови зруйнованих торгових центрів». Продовжує діяльність, наприклад, компанія Smart Urban Solutions. Маючи в роботі кілька великих проектів у секторі комерційної нерухомості та низку торгових центрів, які були зруйновані під час ворожих обстрілів, її команда готує нові об'єкти до початку будівництва. Зокрема, нині компанія працює над генеральним планом і концепцією багатофункціонального комплексу в центрі Києва. Інший український девелопер, «НЕСТ», серед поточних проектів має масштабний житловий комплекс у доступному ціновому сегменті.

ПОПРИ ВОЄННІ ДІЇ, НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ НЕРУХОМОСТІ Й НИНІ Є ПРИВАБЛИВІ ТА ЖИТТЄЗДАТНІ МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ БІЗНЕСУ, І ЇХ СТАВАТИМЕ ВСЕ БІЛЬШЕ

Загалом, спікери та гості стенда висловили впевненість, що незабаром Україна стане безпечним і привабливим місцем для масштабного інвестування в нерухомість. Попри воєнні дії, на цьому ринку й нині є привабливі та життєздатні можливості для бізнесу, і їх ставатиме все більше. Тож у майбутньому це, разом із вдосконаленням інвестиційних процедур і законодавчої бази, наявністю кваліфікованої, працюючої та освіченої робочої сили сприятиме ефективній реалізації якісних девелоперських проектів. Проте планувати та готуватися до роботи в Україні треба саме зараз. І як показали результати участі в EXPO Real, великі міжнародні структури вже дивляться на нашу країну та її ринок нерухомості з намірами інвестувати в майбутньому.

CP



RBG – компанія-генпроектувальник, що вже 10 років створює та реалізує будівлі для бізнесу.

10+ років на ринку

50+ реалізованих проєктів

350 000+ м² введено в експлуатацію у 9 регіонах України

АРХІТЕКТУРА ТА ІНЖЕНЕРІЯ

Ідея, закладена на етапі концепції, реалізується в архітектурній 3D-візуалізації, розрахунках і BIM-моделюванні.

Також займаємося розробкою всіх інженерних складових об'єкта.

Пропонуємо унікальні рішення, новітні технології, матеріали, що дають змогу оптимізувати витрати на будівництво й експлуатацію будівель.

У процесі авторського нагляду за будівництвом контролюємо втілення ідеї без критичних відхилень.

ДИЗАЙН КОМЕРЦІЙНИХ І ПРИВАТНИХ ІНТЕР'ЄРІВ

Приділяємо багато уваги функціональності простору, поєднуючи його із сучасними тенденціями в дизайні. Використання брендбуку компанії-замовника чи створення зовсім нової ідеї інтер'єру – у цьому випадку неважливо. Важливо, аби приміщення було наділено сенсами замовника та повністю відповідало вимогам клієнта.



ВЛАДИСЛАВ ГУШЕЛЬ

головний архітектор,
співзасновник RBG,
волонтер

КЛЮЧОВІ ПРОЄКТИ



Дилерський центр будівельної техніки VOLVO CE

Глеваха, Київська область
Загальна площа – 8500 м²



Офісний центр

Київ
Загальна площа – 3500 м²



ЄВГЕН БАЛАБАН

головний інженер,
співзасновник RBG



Інтер'єр офісного простору в UNIT.City для креативної компанії BBDO Ukraine

Київ
Загальна площа – 680 м²



Складський комплекс

Щасливе, Київська область
Загальна площа – 20 000 м²

ВОЛОНТЕРСЬКІ ПРОЄКТИ

Нині крім основної роботи займаємося волонтерською діяльністю. Долучаємося до проєктів з відновлення критичної інфраструктури. Мета – не просто відбудувати, відновити зруйновані об'єкти, а й створити сучасні, технологічні будівлі, що відповідають європейським нормам і теперішнім потребам населення.



Концепція реновації Центрального будинку культури

Ірпінь, Київська область
Загальна площа – 4500 м²

КОНТАКТИ

info@rbg.kiev.ua

+38 (063) 229 42 60

ВИЩЕ, ЕКОЛОГІЧНІШЕ, СУЧАСНІШЕ: НОВІ ХМАРОЧОСИ СВІТУ

Текст: Оксана Бабенко, Марина Паралюш

**ПРОТЯГОМ ОСТАННІХ МІСЯЦІВ COMMERCIAL PROPERTY
ФОКУСУВАВСЯ ТА ВИСВІЧУВАВ УКРАЇНСЬКИЙ РИНОК НЕРУХОМОСТІ.
ТОМУ МИ ПІДГОТУВАЛИ ЦЮ ДОБІРКУ – ЩОБ РОЗПОВІСТИ ПРО ЗАКОРДОННІ
ПРОЄКТИ, ЯКІ БУЛИ ВІДКРИТІ У 2022 РОЦІ. ФОКУС – НА ХМАРОЧОСИ.**

NATIONAL BANK OF KUWAIT HEADQUARTERS



ФОТО: FOSTERANDPARTNERS.COM

У 2022 році в Ель-Кувейті (Кувейт) завершилось будівництво штаб-квартири Національного банку Кувейту. Про це повідомили автори проєкту – британське бюро Foster + Partners.

Штаб-квартира банку виділяється, зокрема, тим, що це друга за висотою будівля не лише в місті, а й у всій країні. Висота хмарочоса – 300 метрів, і він розташований неподалік від найвищої вежі в Кувейті – 413-метрової Al Hamra.

Загальна площа штаб-квартири становить 127 000 м². Окрім офісів вона містить приміщення для заходів, як от бальний зал чи зал для засідань. Також тут є ресторан і фітнес-клуб.

За формою будівля банку дещо схожа на мушлю. Особливістю хмарочоса є бетонні ребра, які простягаються на всю його висоту – 63 поверхи. Ці архітектурні елементи не лише естетичні, а й функціональні: вони, зокрема, слугують для затінення приміщень від сонця, що важливо в екстремальних кліматичних умовах Кувейту, де середня температура повітря влітку становить 40°C. Окрім того, цей проєкт від Foster + Partners поєднує еко- та ресурсоефективні характеристики та рішення, зокрема для зменшення споживання води, енергії, а також для покращення якості повітря в приміщеннях.

THE GRAND



ФОТО: FACEBOOK.COM/THEGRANDLA

Цього року в Лос-Анджелесі (США) завершилося будівництво багатофункціонального комплексу The Grand, спроектованого канадсько-американським архітектором Френком Гері на замовлення нью-йоркської компанії Related Companies. Робота над ним тривала близько 15 років – на реалізацію проєкту вплинули, зокрема, і фінансова криза 2008 року, і пандемія коронавірусу.

The Grand займає цілий квартал у центрі міста. Він має дві вежі L-подібної форми, між якими розмістився внутрішній зелений двір. Обидва хмарочоси мають кубічну будову та складені ніби-то в модульному шаховому порядку.

Найвища з двох споруд – 45 поверхів – містить житлові приміщення. У ній розмістилися 436 квартир. Тут є і розкішні апартаменти, і житло (на нижніх поверхах), призначене для орендарів із низьким і помірним доходом. Комплекс також містить бізнес-центр і фітнес-клуб, інші сервісні приміщення. У другій 28-поверховій вежі розташований готель на 305 номерів. Нижні поверхи вежі займають комерційні площі.

У комплексі застосовуються різні заходи з енергоефективності, зокрема передбачено збір і використання дощової води, скорочення споживання електроенергії тощо.



CAPITASPRING

280-метровий CapitaSpring став другим за висотою хмарочосом у Сінгапурі. Цей проект, будівництво якого тривало чотири роки й завершилось у 2022, був створений архітектурними бюро Bjarke Ingels Group із Данії та Carlo Ratti Associati з Італії для девелоперської компанії CapitaLand Development із Сінгапура. За призначенням CapitaSpring – це багатофункціональний комплекс; його площа становить 93 350 м².

В основі будівлі облаштована громадська площа. Вище – два поверхи, відведені під 56 закладів харчування. Наступні вісім поверхів – це житло, яке доповнює низка послуг для мешканців, як от басейн, спортзал тощо. Ще вище розташовується тропічний сад Green Oasis. Це простір заввишки 35 метрів; всередині нього облаштовано парк зі спіральними променадами, на яких висаджені рослини. Green Oasis плавно вплітає природу в архітектуру хмарочоса, надаючи орендарям і мешканцям доступ до зелених насаджень. Тут можна прогулюватися, займатися спортом, проводити заходи. Над садом запроєктовано 29 поверхів офісних приміщень. Окрім того, ще один сад облаштовано на даху будівлі. Він має п'ять тематичних ділянок, де вирощують понад 150 видів фруктів, овочів, трав для ресторанів, що працюють у цій будівлі.

Окремої уваги заслуговує фасад хмарочоса. Він має візуально виразні вертикальні лінії. Однак на трьох рівнях, а саме на рівні основи будівлі, тропічного саду та даху, ці елементи створюють вертикальні хвилі. З одного боку, таке рішення додає динаміки фасаду, а з іншого, створює пройми, через які можна частково побачити те, що є всередині будівлі.

ФОТО: FINBARR FALLON

VARSO TOWER

Varso Tower заввишки 53 поверхи та 230 метрів (310 метрів – до вершини шпиля), збудований у Варшаві (Польща), нині має статус найвищого хмарочоса в Європейському Союзі. Цей проєкт-рекордсмен був реалізований міжнародною девелоперською компанією HB Reavis, а розроблений британським архітектурним бюро Foster + Partners.

Основне призначення Varso Tower – офісні приміщення. Тут пропонується в оренду 70 000 м², а загальна площа вежі – майже 110 000 м². Окрім офісів ще в хмарочосі працює ресторан і є дві оглядові тераси на рівні 205 та 230 метрів.

Varso Tower отримав «зелені» сертифікати BREEAM і WELL.

Хмарочос є частиною багатофункціонального комплексу Varso Place, до якого входять ще дві будівлі: одна з них (Varso 1) відведена переважно під готель на 300 номерів, інша (Varso 2) – інноваційний центр і технологічний кампус. В них обох також передбачені торгові приміщення, заклади харчування тощо.



ФОТО: FOSTERANDPARTNERS.COM

TOURS DUO



ФОТО: RONALD HALBE, JEANNOUVEL.COM

У вересні в Парижі (Франція) відбулося офіційне відкриття багатофункціонального комплексу Tours Duo. Він містить дві вежі заввишки 180 і 122 метри (39 і 29 поверхів відповідно). Об'єкт було розроблено французькою студією архітектора Жана Нувеля, а реалізовано девелоперською компанією Ivanhoé Cambridge та за участі Groupe BPCE, яка виступила його співінвестором. Проєкт Tours Duo тривав понад 10 років: робота над ним розпочалася ще у 2011, а будівництво – у 2017.

Скляні башти мають незвичну, дещо похилу та «ламану» форму із виразними верхніми поверхами. Основну частину приміщень Tours Duo відведено під офіси. До речі, співінвестор комплексу – Groupe BPCE – став і його орендарем: тут компанія розмістила свій головний офіс, де працюватимуть 9000 її співробітників. Також у БФК розташовані аудиторії, ресторани, бари, магазини, готель на 139 номерів, є озеленені тераси тощо. Інтер'єр одного з ресторанів і барів розробив дизайнер Філіп Старк.

Комплекс Tours Duo отримав «зелені» сертифікати LEED і Well.

VALLEY



ФОТО: CESSIP VAN DUIVENBODE, MVRDV.NL

У вересні поточного року відбулося урочисте відкриття багатофункціонального комплексу Valley в Амстердамі (Нідерланди). Хоча, насправді, об'єкт було завершено ще торік. І він, до речі, увійшов до трійки найкращих хмарочосів за версією Emporis Skyscraper Awards, збудованих у 2021 році. Загалом зведення об'єкта тривало протягом чотирьох років.

Проєктуванням цього комплексу займалося нідерландське бюро MVRDV, втілила його нідерландська девелоперська компанія EDGE, а власник будівлі – група RJB, також із Нідерландів. Об'єкт має три вежі заввишки 67, 81 і 100 метрів. За формою ця будівля нагадує скелясті гори. Внутрішні фасади виконані з каменю, проте зовнішня частина частково засклена, завдяки чому БФК вписується в навколишню забудову бізнес-району, де він розташований. Особлива увага тут приділена озелененню: загалом у межах проєкту висаджено близько 13 500 рослин.

Valley загальною площею 75 000 м² містить майже 200 квартир, офіси, магазини, заклади харчування, місця для проведення заходів, громадські майданчики для спорту та відпочинку.

Об'єкт отримав «зелений» сертифікат BREEAM. Він поєднує ідеї в галузі сталого розвитку, технологій і здоров'я. Зокрема, енергоефективність будівлі на 30% краща, ніж вимагає місцеве законодавство.



611 WEST 56TH STREET

Житлова вежа 611 West 56th Street у Нью-Йорку, будівництво якої завершилось у 2022 році, – перший у США проєкт від Альваро Сіза (повне ім'я – Alvaro Joaquim de Melo Siza Vieira), португальського архітектора, лауреата Прітцкерівської премії та переможця конкурсу Mies van der Rohe. Окрім цих нагород він отримав відзнаки від Королівського інституту британських архітекторів, Американського інституту архітекторів тощо. Замовниками проєкту є девелоперські компанії Sumaida + Khurana та LENY.

35-поверхова вежа має висоту 137 метрів. На фоні скляних нью-йоркських хмарочосів вона виділяється візуально і своєю вузькою формою, і вапняковим кольором фасаду. Площа будівлі становить 15 980 м². Вона містить 77 резиденцій, які варіюються від 1-4-кімнатних квартир до дуплексів і пентхаусів. Крім житла хмарочос 611 West 56th Street містить фітнес-клуб, дитячу ігрову залу, лаунж, паркінг, додаткові складські приміщення тощо.



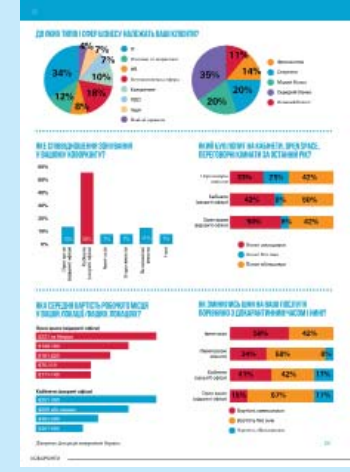
ФОТО: 611WEST.COM, SUMAIDAKHURANA.COM

ЗАМОВЛЯЙТЕ ПЕРЕДПЛАТУ НА PDF-ВЕРСІЮ ЖУРНАЛУ COMMERCIAL PROPERTY



- Через редакцію, надіславши заявку на e-mail subscribe@c-p.com.ua або зателефонувавши за номером м. Київ (044) 461 90 52
Інтернет-передплата: commercialproperty.ua
- У передплатному агентстві «ПресЦентр» м. Київ (044) 451 51 61
Інтернет-передплата: www.presidentr.kiev.ua
- У передплатному агентстві «Меркурій» м. Київ (044) 507 07 20, 507 07 21 м. Дніпро (056) 374 90 31
Інтернет-передплата: www.mercury.net.ua

Вартість передплати на PDF-версію
6 випусків – 1320 грн
12 випусків – 2640 грн



ВСЕ ПРО РИНОК КОМЕРЦІЙНОЇ НЕРУХОМОСТІ НОВИНИ. АНАЛІТИКА. ІНТЕРВ'Ю. ОГОЛОШЕННЯ

Команда Commercial Property продовжує роботу.
Ми відкриті до співпраці
та готові інформаційно допомагати компаніям ринку.

Надсилайте ваші новини, пресрелізи:
editor@c-p.com.ua

З питань комерційної співпраці:
info@c-p.com.ua



ФІТНЕС-КЛУБ НА ПЕЧЕРСЬКУ /

BODYART / FITNESS

Ми віримо в свідоме ставлення, системну роботу, результати, що надихають, та потенціал кожного з нас.

Вже понад 6 років ми допомагаємо початківцям і просунутим спортсменам тренуватися в задоволення, розвивати фітнес-потенціал і досягати бажаних результатів.

1000 м²

площа клубу

3

просторі аеробні зали



Команда з понад 50 фітнес-фахівців

Майже 100

групових занять на тиждень

21

кардіотренажер, зокрема 10 бігових доріжок



Професійне обладнання світового рівня



Широкий гантельний ряд (від 0,5 кг до 60 кг)



Повний спектр силових тренажерів для ефективного тренування всіх груп м'язів


 www.bodyart.fitness

 [ua.bodyart.fitness](https://ua.facebook.com/bodyart.fitness)

 [bodyart.fitness](https://www.instagram.com/bodyart.fitness)

+380 67 234-37-48

вул. Мечникова, 3

2 хвилини від  Кловська