

16+

ПРАКТИКА ИНВЕСТИРОВАНИЯ В КОММЕРЧЕСКУЮ НЕДВИЖИМОСТЬ

Айдар Вафин
Глеб Осипов

ОСНОВАНО НА РЕАЛЬНОМ БИЗНЕС-ОПЫТЕ

**Глеб Осипов
Айдар Вафин**

Практика инвестирования в коммерческую недвижимость

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=63438128

SelfPub; 2020

ISBN 978-5-532-99694-6

Аннотация

Как правильно выбрать объект коммерческой недвижимости? С чего начать? По каким критериям оценить и сравнить его с аналогичными предложениями на рынке? Какие сложности и проблемы могут возникнуть и как их избежать? На все эти вопросы читатель найдет ответы в этой книге. Она будет хорошим подспорьем для тех, кто уже инвестирует, и настольной книгой для тех, кто только собирается вступить в ряды инвесторов, потому что основана на реальных примерах и событиях. «Практика инвестирования в коммерческую недвижимость» — краткий путеводитель по миру недвижимости для широкого круга читателей.

Содержание

Благодарности	4
Предисловие	6
Глава 1. Введение. Коммерческая недвижимость	8
Глава 2. Цели покупки коммерческой недвижимости	26
Глава 3. Распространённые мотивы приобретения коммерческой недвижимости и ошибки	31
Глава 4. Этапы покупки коммерческой недвижимости	42
Конец ознакомительного фрагмента.	57

Айдар Вафин, Глеб Осипов

Практика инвестирования в коммерческую недвижимость

Благодарности

Эта книга – результат работы многих людей, не только меня и моего друга, а также людей, которые нас вдохновляют, поддерживают, помогают, консультируют и советуют.

Прежде всего спасибо моей прекрасной жене – Вафиной Диляре (@diliara_vafina_lifecoach), которая, несмотря ни на что, всегда со мной рядом. Немногие знают, но в жизни предпринимателя, особенно в начале пути, бывают времена, когда на семью практически нет времени, а есть дела и только дела. Но даже в этот сложный период, когда на банковском счету – ноль, а в карманах – надежда, она поддерживала меня, создавала тот уют, ради которого хотелось двигаться вперёд и возвращаться домой. В ходе работы над этой книгой Диляра, как профессиональный коуч, задавая правильные вопросы в нужное время, натолкнула меня на интересные размышления, которые вы найдёте на последующих страни-

цах. Мы благодарны супруге моего друга-соавтора – Осиповой Диляре, которая очень поддерживала его в процессе работы над некоторыми главами этой книги. Её искреннее понимание необходимости поделиться с общественностью нашим опытом послужило для нас мотивационным ключом.

Также выражаю благодарность Марии Новак, руководителю подразделения ООО «Фридом Финанс», за её комментарии, исправления в главе, посвящённой эффективности вложения в коммерческую недвижимость. Без этих корректировок информация не была бы столь полноценной.

Я выражаю большую благодарность Марии Нефёдовой за её терпение в процессе редактуры и вычитки книги. Без её творческого таланта и любви к тексту данная книга не была бы издана в такие короткие сроки.

Отдельную благодарность за скрупулёзный труд заслуживает адвокат Игорь Фишман, который помогал нам выходить из сложных задач без потерь.

Благодарю Хуснутдинову Эрику, главного инженера ООО «АКБ «БИПЛАН», за верные советы, открытость и желание помочь, и нашего друга Дмитрия Мищенко за поддержку в нужное время.

И наконец, спасибо многим другим людям, которые принимали участие в формировании нашего опыта.

Предисловие

Здравствуйте! Меня зовут Айдар Вафин, и вы держите в руках книгу, посвящённую коммерческой недвижимости. Её написанию послужил наш с моим соавтором – Глебом Осиповым – личный опыт: мой – предпринимателя, который часть своих денежных средств от классического бизнеса систематически инвестировал в коммерческую недвижимость и накопил экспертные знания по покупке и продаже коммерческой недвижимости, а также ремонту, реконструкции и, соответственно, сдаче в аренду и обслуживанию объектов. И Глеба – профессионального юриста, имеющего колоссальный опыт по регистрации, узаконению и приведению в соответствие объектов недвижимости. Он является учредителем и директором ООО «Центр Согласования и Узаконения Перепланировки». От себя добавлю, что Глеб любит свою работу за живое общение с людьми и особый профессиональный интерес для него представляет решение нестандартных и сложных вопросов.

Сегодня я владею бизнесом по производству и перепродаже узкоспециализированных строительных материалов в основном для учреждений здравоохранения, а также для других социальных объектов. Это дело я основал и организовал, ещё будучи студентом. Как и многие другие, в бизнес под названием «коммерческая недвижимость» я пришёл весьма

классическим способом – накопив стартовый капитал для коммерческой недвижимости за счёт деятельности основного бизнеса.

За более чем семилетний опыт в сфере коммерческой недвижимости я успел самостоятельно и с помощью риелторов совершить много разнообразных ошибок, за которые мне пришлось хорошо заплатить в прямом смысле этого слова. Но как раз в такие моменты, получая бесценный опыт, понимаешь, что бизнес коммерческой недвижимости не является столь консервативным, потому что правила рынка и законодательные нормы изменчивы и динамичны.

В этой книге мы хотим рассказать вам о нашем опыте работы с коммерческой недвижимостью. Большинство глав написано мной с точки зрения предпринимателя, а главы 3, 6 и 7, которые помогут вам избежать ошибок, – моим соавтором. Именно в нашем тандеме и заложен главный секрет этой книги, которая, я уверен, станет вашим помощником в сфере коммерческой недвижимости.

Глава 1. Введение.

Коммерческая недвижимость

Основа основ. Определимся с понятиями.

Для начала в общих чертах дадим определение коммерческой недвижимости. Терминологии не избежать. Это нужно для того, чтобы мы с вами, читатели, говорили на одном языке.

Итак, обратимся к «Википедии».

Коммерческая недвижимость – здания, сооружения или земельные участки, используемые для коммерческой деятельности с последующим извлечением постоянной прибыли или прироста капитала, дохода от аренды, инвестиционного дохода [15]. Коммерческая недвижимость включает в себя офисные здания, объекты промышленности, гостиницы, торговые центры, магазины, сельскохозяйственные предприятия, склады и гаражи.

Коммерческая недвижимость – земельные и другие естественные угодья, участки недр, обособленные водные объекты, леса, многолетние насаждения, другое имущество, прикреплённое к земле, прочно связанное с ней (здания, сооружения, объекты) [15]. К недвижимости относятся также вещные права на землю. В недвижимость включают подлежащие государственной регистрации воздушные и морские

суда, космические объекты. Недвижимость становится коммерческой, если предполагается коммерческое использование с получением постоянного дохода.

Жилая недвижимость может также относиться к коммерческой в том случае, если её использование предполагает получение прибыли [19]. Например, многоквартирный жилой дом относится к сфере коммерческой недвижимости, но каждая квартира в отдельности – это частное жильё. Возведение многоквартирного дома – это инвестиционный проект в сфере коммерческой недвижимости, где требуется архитектурное планирование, проектирование дома и строительство – инвестиционное вложение финансовых средств с целью получения прибыли. В то же время квартира является жилой недвижимостью, и после реализации квартир по проекту строительства многоквартирного жилого дома проект перестаёт быть коммерческим и переходит в сферу частной жилой недвижимости.

Ознакомившись с основными понятиями, в качестве примера выделим следующие категории коммерческой недвижимости:

Категории коммерческой недвижимости

Категория	Примеры
Свободного назначения	Отели, рестораны, кафе, спортивные сооружения
Торговая	Магазины, торговые центры
Офисная	Кабинеты (офисы), офисные здания
Индустриальная	Производственные здания, складские помещения, промышленные предприятия
Апартаменты	Многоквартирные дома, посуточное арендное жилье
Социальная	Медицинские центры, бассейны, гольф-клубы, боулинг-центры, аэропорты

Из представленных категорий только первые четыре имеют непосредственное отношение к коммерческой недвижимости, последние – скорее жилые и социально направленные объекты, использование которых в коммерческих целях может приносить прибыль.

Итак, под коммерческой недвижимостью будем понимать любой объект (жилая и нежилая недвижимость), целью пользования которым является получение прибыли за счёт сдачи в аренду или же организации бизнеса, а также перепродажа объектов.

Под термином «объект» будем понимать любую коммерческую недвижимость или конкретный пример в зависимости от контекста.

Здание – это любое целое строительное сооружение с помещениями.

Помещение – это некоторое пространство (квартира,

офис, блок и т. п.), входящее в состав части здания, имеющей определённое назначение и отгороженной от других частей строительными конструкциями (стенами).

* * *

Остановимся подробнее на некоторой терминологии.

Наверняка вам часто приходится слышать такое словосочетание, как «свободное назначение». Это разговорный термин. Им обычно называют помещения, использование которых не регламентировано, или же в случаях, когда недвижимость может быть использована в различных целях (офис, магазин, салон красоты, кафе и т. д.).

Помещение свободной планировки условно можно разделить на следующие категории:

Сегмент 1. Это современное технологичное здание с высотой потолка не менее 3,3 м, с большими окнами, располагающееся вблизи транспортной развязки, метро. Объект оснащён современной системой охраны, пожарной сигнализации, подземным и наземным паркингом.

Сегмент 2. Помещения с качественным ремонтом, пожарной сигнализацией, видеонаблюдением.

Сегмент 3. Постройки советских времён, но с хорошим ремонтом. Невысокие потолки (до 3 м), маленькие лифты, неудобная планировка.

Сегмент 4. Помещения, расположенные в жилом доме, с

отдельным входом.

* * *

К торговым относятся любые коммерческие помещения, в которых осуществляется деятельность по реализации товаров. В основном это торговые центры и помещения на первом этаже с выходом на оживлённую проезжую часть (так называемый street retail). Вы часто можете услышать разговорный термин «торгушка», что означает принадлежность предмета общения к торговым помещениям. Следует отметить, что на рынке коммерческой недвижимости торговые помещения ценятся лучше остальных категорий.

Торговая недвижимость подразделяется на десять классов: от оснащённых по последнему слову техники торгово-развлекательных комплексов до небольших магазинчиков на первом этаже жилого дома. Критерии, по которым объекты относят к тому или иному классу, следующие:

- 1) расположение;
- 2) размеры;
- 3) наличие и тип парковки;
- 4) качество внутренней отделки;
- 5) инфраструктура;
- 6) возраст здания;
- 7) специализация;
- 8) система охраны;

9) архитектурные особенности.

Все эти категории определяют класс объекта:

- 1) торгово-развлекательные комплексы и центры, моллы;
- 2) торговые центры и гипермаркеты;
- 3) супермаркеты;
- 4) салоны;
- 5) гастрономы, промтоварные магазины, аптеки и т. п.;
- 6) торговые павильоны;
- 7) киоски;
- 8) бутики;
- 9) первые этажи и подвалы, цокольные этажи в жилых домах (зависит от качества отделки).

* * *

Под офисными помещениями следует понимать любые помещения, в которых работают офисные сотрудники, руководители компаний. Это помещения, в которых проводят конференции, встречают клиентов и т. п. Часто на рекламных вывесках продажи или аренды в чистом виде офисных помещений пишут: «помещение свободного назначения». Это вместо того, чтобы написать «помещение свободной планировки», что означало бы техническую возможность любой перепланировки.

Владельцы офисных помещений выделяют следующие

классификации: А, В, С, D, Е. При этом различия между ними в некоторых случаях могут быть весьма условными.

Многие офисы располагаются в зданиях, построенных или реконструированных в 1990-х годах (по сути, в прошлом веке). Девелоперы, которые работали в том десятилетии, не имели опыта строительства современных зданий, не знали тенденций дальнейшего развития страны, плохо представляли себе, что значит «соответствовать международным стандартам». Поэтому сейчас на рынок выходит много зданий, которые значительно превосходят по качеству то, что было построено раньше. Следовательно, на класс офиса влияет степень его износа, а также то, в какое время он был построен.

Класс А. Офисы класса «А» – это помещения в новых деловых центрах, для которых характерны удачное расположение, хорошая транспортная доступность, оптимальные планировочные решения, высокое качество отделки, современный уровень инженерных коммуникаций, наличие автоматизированных систем жизнеобеспечения.

В бизнес-центре, в котором располагается офис, обычно есть развернутая инфраструктура централизованного обеспечения арендаторов оргтехникой, средствами связи и телекоммуникации, а также оборудованные по последнему слову техники конференц-залы. Бизнес-центр может обладать собственной охраной, иметь охраняемую парковку, созданную из расчета одно место на 60 кв.м. офисных площадей. Есте-

ственно, такой деловой центр должен содержаться в идеальном порядке, он оборудуется всеми необходимыми средствами бытового обслуживания и отдыха.

Внутренняя отделка офисов в таких зданиях обычно выполняется по заказу арендаторов.

Для того, чтобы офис мог претендовать на категорию «А+», он должен соответствовать всем перечисленным ниже требованиям. Категория «А» означает, что какие-то из приведенных ниже требований не выполнены. Офисы класса «А-», как правило, уступают классу «А» по нескольким незначительным параметрам.

Итак, отличительные черты офиса «А+»:

- расположен в пределах линии метрополитена, к нему есть удобный подъезд на наземном транспорте;
- находится в новом здании;
- имеется вся необходимая юридическая документация (это касается как права собственности, так и правил эксплуатации здания);
- управление зданием производится профессионалами и соответствует международным стандартам;
- здание спланировано по принципу открытой рациональной планировки, шаг колонн – не менее 6 м;
- фактор потерь (соотношение используемой и арендуемой площадей) не превышает 12 %;
- расстояние от окна до окна на каждом этаже – не более 20 м;

- сами окна – современные, качественные, обеспечивают высокую степень естественной освещенности;
- высота между перекрытиями – минимум 3,3 м;
- предусмотрена возможность установки фальшполов и подвесных потолков;
- расстояние между полом и подвесным потолком – минимум 2,75 м;
- допустимая нагрузка на межэтажные перекрытия – не менее 400–450 кг на квадратный метр;
- для внутренней отделки использованы высококачественные материалы;
- имеется охраняемая наземная и подземная парковка из расчета минимум одно место на 100 кв.м. офисных площадей;
- здание оборудовано современными инженерными системами;
- имеются современные системы климат-контроля, 4-х или 2-х трубная система вентиляции;
- есть оптико-волоконные телекоммуникации;
- здание охраняется круглосуточной охраной, оборудовано современными системами безопасности;
- перемещение между этажами осуществляется с помощью современных скоростных лифтов;
- электроснабжение производится с помощью двух независимых источников, имеется источник бесперебойного питания;

- наличествует широко развитая инфраструктура, включающая в себя центральную рецепцию на первом этаже, кафетерий, ресторан, банкомат, полиграфический салон и т. д.

Класс В. Офисы категории «В» по многим характеристикам близки к помещениям класса «А», но обычно они не настолько престижны, не так удачно расположены и спектр предлагаемых ими услуг не настолько широк.

Случается и так, что в этот разряд переходят офисы категории «А» после нескольких лет интенсивной эксплуатации, тем более, что стандарты качества постоянно растут, и то, что 5–10 лет назад казалось идеалом, сегодня уже так не воспринимается.

Часто деловые помещения категории «В» находятся не в специализированных офисных центрах, а в реконструируемых особняках в самых разных уголках города. Их арендуют представительства западных фирм, российские банки, издательские компании. Сейчас наблюдается следующая тенденция: более соответствующие международным стандартам офисы класса «А» используются как представительские, там располагается топ-менеджмент компаний, а в помещениях класса «В» ведется основная работа компании (тем более, что арендная плата в помещениях этой категории значительно ниже).

Характерными особенностями офисов класса «В» являются качественная недорогая отделка, небольшой набор предоставляемых услуг. По отношению к ним могут исполь-

зоваться такие слова, как «эконом-класс» или «бюджетный офис». Различия между «В+» и «В» обычно сводятся к разнице в качестве отделки и инженерных систем зданий.

Отличительные черты офиса категории «В+»:

- расположен в пределах доступности метрополитена, до него можно добраться по одной из основных транспортных магистралей;
- находится в новом или полностью реконструированном здании;
- имеется вся документация, касающаяся права собственности и эксплуатации зданий, нет никаких проблем с ее оформлением;
- управление производится профессионалами;
- этаж может быть спланирован по-разному;
- высота между перекрытиями – не меньше 3,3 м;
- в здании есть возможность установки подвесных потолков и фальшполов;
- расстояние между полом и подвесным потолком не меньше 2,75 м;
- установлены современные окна, обеспечивающие большую степень естественной освещенности;
- допускаются разные значения нагрузки на межэтажные перекрытия;
- для внутренней отделки используются недорогие качественные материалы;
- имеется охраняемая парковка (чаще всего – наземная)

из расчета минимум 1 место на 100 кв.м. арендуемых площадей;

- допускаются разные значения обеспеченности инженерными коммуникациями;
- наличествует система вентиляции с предварительным охлаждением воздуха, может быть установлена сплит-система кондиционирования;
- в здании предоставляются качественные услуги надежного телекоммуникационного провайдера;
- охрана ведется круглосуточно, здание оборудовано современными системами безопасности;
- в здании наличествуют хорошо работающие лифты;
- имеется инфраструктура: центральная рецепция в холле 1-го этажа, кафетерий для сотрудников и т. д.

Класс С. По своим характеристикам офисы класса «С» в целом соответствуют помещениям категории «В», но у них имеются какие-либо недостатки. Это могут быть проблемы с расположением (удаленность от транспортных магистралей, неудобный подъезд), оборудованием (слабо развитая инфраструктура обслуживания, слишком маленькая парковка) и т. д. Поэтому здания, которые хотя бы по одному серьезному критерию не соответствуют категории «В», включаются в этот класс.

Часто офисы категории «С» находятся в зданиях бывших заводууправлений, НИИ и т. д., то есть переоборудованы из помещений, слабо приспособленных к тому, чтобы быть со-

временными офисами. Обычно они имеют непрезентабельный вид, отличаются невысоким уровнем предоставляемых услуг, относятся к непрестижной категории.

Отличительные черты офисов класса «С»:

- могут быть расположены практически где угодно;
- находятся в нереконструированных зданиях, максимум – с фасадом, подвергшимся косметическому ремонту;
- в здании могут быть проблемы с правильным оформлением некоторых юридических документов;
- здание эксплуатируется силами владельца;
- для здания характерна коридорно-кабинетная планировка;
- допускаются разные значения таких показателей, как глубина и ширина этажа, расстояние между перекрытиями, между полом и подвесным потолком;
- внутренний ремонт, как правило, выполняется силами самих арендаторов;
- наличествует охраняемая наземная парковка, размеры которой могут быть самыми разными;
- система вентиляции, может быть установлена сплит-система кондиционирования;
- коммуникации осуществляются с помощью телефонных линий или коммерческих телефонных провайдеров;
- имеется круглосуточная охрана;
- инфраструктура, как правило, имеется, но степень ее развитости зависит от конкретного здания и его владельца.

Класс D. Существуют офисы класса «D», которые обычно располагаются в административных зданиях с устаревшими инженерными системами, где отсутствуют современные автоматизированные системы жизнеобеспечения. Обычно их происхождение связано с 1990-ми годами, когда офисы создавались на базе нежилых помещений в НИИ, административных зданиях и т. д. Предварительно, как правило, в них проводился ремонт, но с тех пор прошло уже очень много лет.

Такие здания иногда могут довольно презентабельно выглядеть, в них есть библиотека, типография, телефонная линия. За последние несколько лет ряд НИИ вкладывал суммы, полученные от арендаторов, в реконструкцию и переоснащение помещений, поэтому некоторые из них можно было бы даже отнести к категории «С». Эти офисы совершенно не отвечают современным международным стандартам, однако сдаются в аренду по очень доступной цене, что, собственно, и делает их привлекательными для мелких фирм.

* * *

Объекты индустриального назначения служат для производства, переработки, хранения, складирования. Данные объекты могут быть очень различными в зависимости от места расположения, разрешенного вида использования, типа бизнеса и др.

Однако все-таки можно выделить следующие классы и в этой категории:

Характеристики класса «А»: одноэтажное здание с высотой потолков не менее 10 м; плоский бетонный пол с высоким индексом проектной нагрузки; наличие административных и бытовых помещений; расположение вблизи главных транспортных магистралей, не далее 40 км от города; прямой доступ на территорию с дороги, удобный въезд, парковка; выделенная погрузочно-разгрузочная зона; оснащение специализированными устройствами; охранный сигнализация; видеонаблюдение; система пожарной безопасности и пожаротушения; устройства регулирования влажности и температуры; тепло и водоснабжение; система аварийного электроснабжения; качественная внутренняя отделка и благоустроенная территория; железнодорожная ветка.

Производственно-складские помещения класса «В» имеют следующие характеристики: новое или реконструированное здание прямоугольной формы с высотой потолков не менее 6 м; один или два этажа; бетонный или асфальтированный пол; отопление; автономное электроснабжение; пандус, грузовой лифт; место для разворота транспорта на территории; охраняемая территория; сигнализация, видеонаблюдение; телекоммуникации; вентиляция; офисные и бытовые помещения; контроль доступа; железнодорожная ветка.

Класс «С»: производственное помещение, ангар с высотой потолков не менее 4 м; пол асфальтированный или

бетонный; офисные и бытовые помещения; площадки для маневрирования транспорта; пандусы, лифты, подъемники; вентиляция и отопление; система пожаротушения и сигнализация; охраняемая территория; система телекоммуникаций; железнодорожная ветка.

И, наконец, помещения класса «D»: подвальное или полуподвальное помещение, ангар; вентиляция, отопление; системы пожаротушения и сигнализации; охрана; офисные и бытовые помещения; площадка для маневрирования машин; телекоммуникации; железнодорожная ветка.

* * *

Под апартаментами имеются в виду помещения квартирного типа, включающие в себя одну или несколько комнат, используемых для сдачи в аренду или перепродажи. Например, «апарт-отель» (если это целое здание, то все помещения квартирного типа этого здания являются номерами, как в гостинице, и сдаются в аренду).

Предположим, что в эту категорию условно включаются и гостиницы, то можно дать характеристики этих объектов по звездной классификации:

Одна звезда: недорогие строительные материалы; санузел, ванны и душевые комнаты на этаже на каждые пять номеров; наличие лифта, эскалатора; телефон с городской и междугородней связью.

Две звезды: в номерах умывальники с горячей и холодной водой; минимум в 50 % номеров – полноценные санузлы; общая ванная или душ на каждые 20 человек, а туалет на каждые 10 человек; стены и пол санузлов водонепроницаемы.

Три звезды: красивый внешний вид и включенность в архитектурный ансамбль улицы; санузлы с качественной сантехникой, стены и пол водонепроницаемы; наличие лифта и автостоянки; городской телефон во всех номерах; санузлы в каждом номере; наличие ресторана и бара; резервная система горячего водоснабжения.

Четыре звезды: органичное внедрение в архитектурный ансамбль улицы; интерьеры в единой стилистике; качественный ремонт с использованием дорогостоящих материалов; дорогая сантехника; стены и пол санузлов водонепроницаемы.

Пять звезд: уникальный дизайн интерьера; качественная внутренняя отделка; площадь санузла от 4 кв. м; в каждом номере – полноценный санузел и телефон; охранная сигнализация; система кондиционирования, звукоизоляция.

Для 4 и 5 звезд также обязательным является наличие конференц-зала, медпункта, бассейна, сауны, салона красоты, магазинов, кафе, ресторана, бара.

* * *

Под социальными объектами коммерческой недвижимо-

сти следует понимать объекты, деятельность которых приносит общественные блага (социальная деятельность) и коммерциализация которых не представляется столь очевидной [16].

Глава 2. Цели покупки коммерческой недвижимости

Насколько в нас сильна «обломовщина», или делать всё, что душе желается, и ничего не делать.

Впервые я начал задумываться о целях приобретения коммерческой недвижимости, когда увидел возможность получения дополнительной прибыли в сфере коммерческой недвижимости за счет использования своих и даже заемных денежных средств.

Исходя из своего опыта работы в сфере коммерческой недвижимости выделяю следующие цели покупки:

1. Создание пассивного дохода.
2. Создание капитала.

Не ошибусь, если напишу, что большинством людей и скорее всего тобой (читателем), коммерческая недвижимость воспринимается как стабильный способ получения систематических доходов за счет сдачи в аренду имеющихся площадей. Не раз приходилось слышать, как люди сравнивают коммерческую недвижимость с пенсией или с регулярной заработной платой, имея в виду стабильность платежей. В целом, очень грубо и утрируя, можно согласиться с этими утверждениями, но с определенными оговорками.

Вкладываясь в коммерческую недвижимость, люди рас-

считывают на получение систематических арендных платежей, и это четко формирует в них убеждение о том, что владение коммерческой недвижимостью приносит ощущение стабильности. Вроде ничего не делаешь, смотришь на расчетный счет и видишь то одно поступление, то другое, то третье, и так далее. Эндорфины вырабатываются, а вера укрепляется.

Другие инвестируют в коммерческую недвижимость для сохранения заработанных денежных средств и их приумножения в расчете на рост цены купленных активов.

В то же время, большинство инвесторов пытается сочетать первую и вторую цели при выборе объекта инвестирования с верой в то, что таким образом получают лучшую конечную выгоду.

На самом же деле стратегии первичного захода в эту сферу следующие (при этом следует иметь в виду, что здесь не говорится, правильно это или нет, а лишь повествуется):

1. Желание сберечь накопленное.

У каждого из нас оно есть. Мы хотим сохранить то, что заработали своим трудом. И кажется, что вот оно – коммерческая недвижимость – вложу туда и уже точно не потеряю. Вы думаете такими категориями? Каждый из нас когда-то возможно ловил себя на этих мыслях. Как правило, у таких людей нет желания сдавать в аренду, продавать, они просто хотят сохранить накопленное, потому что убеждены в порочности системы обмена и не уверены в денежных средствах. В

большинстве случаев эти люди покупают апартаменты, иногда офисную недвижимость на разных стадиях строительства и редко сдают их в аренду, для них это способ цементирования ликвидных активов (денег). В стратегии есть очевидный недостаток – капитал не работает и не требует систематического обслуживания за счет других источников.

2. Желание заработать.

Примерно с начала 2000-х и до конца 2016-х годов можно было легко услышать, что спекулирование на рынке жилой и нежилой недвижимости выгодно за счет покупки на нулевой или первичной стадии строительства и последующей продажи после сдачи объекта в эксплуатацию. Хорошая стратегия спекулянтов. Зная, что рынок растет, сначала люди брали и просто перепродавали, потом начали делать ремонт и продавать уже с ремонтом, а потом этот тренд закончился.

Насколько данная стратегия актуальна в 2020 году? Я бы сказал, что весь спекулятивный рост стоимости недвижимости строительные компании забрали себе и заложили изначально в цену продажи на нулевой или первичной стадии. Все это сделано, по сути, для того, чтобы девелоперы (застройщики) сразу продали конечному потребителю недвижимость, не создавая конкурентную среду с участием мелких инвесторов или спекулянтов. Поэтому данная стратегия мало применима в наше время. Однако еще до недавнего времени можно было легко переводить из жилого фонда в нежилой и обратно практически любую недвижимость. Во-

прос решался скромным, а иногда очень неприличным вознаграждением за «нужную подпись» на бумагах. Но эти времена прошли, и спекулировать на ренте «входа в нужную дверь» или покупки на начальной стадии становится все более сложным и нерентабельным.

3. Желание получать стабильный доход и заниматься любимым делом. Скорее всего, данная стратегия самая заманчивая из всех, она дает нам материальную стабильность в виде постоянных доходов и социальную доминантность в виде отсутствия необходимости планово ходить на работу.

Плюсы этой стратегии инвестирования очевидны, так как однажды ваши ежемесячные чистые доходы от коммерческой недвижимости превысят ваши ежемесячные расходы, и тогда вы сможете купить свое время обратно. Заманчиво, да? На мой взгляд, в этой стратегии есть только один большой минус – это привыкание к стабильности (которая может быть мнимой), к систематичным поступлениям денежных средств, что может вас расслабить так, что вы не будете желать делать новые проекты, развиваться, потому что деньги идут и они полностью (или в несколько раз) перекрывают ваши затраты, что очень опасно в долгосрочной перспективе.

4. Желание сколотить капитал.

На самом деле, эта стратегия плавно вытекает из третьей и выражается в том, чтобы, систематично получая доходы от своих видов деятельности, постоянно наращивать капитал,

покупая все новые объекты коммерческой недвижимости с последующей сдачей в аренду. Здесь, с одной стороны, все прекрасно: верен и посыл, и помыслы понятны, а с другой стороны, вступают законы международного рынка и обмена, и уже нужно заботиться о сохранении покупательной способности вашего капитала.

С каким бы мотивом вы в этот рынок не пришли, вы желаете сохранить свои сбережения, вложив в коммерческую недвижимость, и получать рентный доход, а на выходе из этого еще бы и продать объект дороже цены покупки, включив в нее по меньшей мере 1–2 годовых рентных дохода.

Глава 3. Распространённые мотивы приобретения коммерческой недвижимости и ошибки

Учится на своих ошибках мудрый, считая это шагом к успеху.

Всё приходит с практикой и опытом. Как и везде. Но мы надеемся, что, прочитав эту книгу, вы не совершите никаких ошибок или хотя бы не совершите тех, о которых мы написали.

Рассмотрим один из мотивов покупки коммерческой недвижимости.

Мечта о переводе в нежилой фонд.

Как считает и говорит большинство людей, коммерческая недвижимость – это пенсия, потому что на государство рассчитывать не приходится (или другие схожие варианты – заработная плата, дополнительный пассивный доход, еврейский бизнес). Для кого-то это даже мечта всей жизни (мне часто доводилось слышать такое: «Вот возьму квартиру на 1 этаже, переведу ее в нежилой фонд и сдам в аренду...»). Но этому гениальному проекту, каким они сами его называют, уже не суждено сбыться: опоздали лет на 20–25.

Другое дело – 90-е годы. Когда квартиры на первых этажах считались неликвидными, имели много минусов и про-

давались дешевле, чем средние этажи. В 2000-х был и бум, и спрос, и рост продаж таких квартир в домах, которые, конечно же, располагались в местах с большой проходимостью. Именно поэтому предприимчивые люди, те, что первыми сообразили, начали расселять подобные квартиры. Сейчас же цены на такие помещения в городе Казани доходят до 180 тыс. рублей за 1 кв. м, а порой они больше зависят от скромности (вернее, нескромности) и запросов собственника.

В 2005-х годах требования к переводу жилой недвижимости в нежилой фонд были простыми, да и сама процедура была незамысловатой. Всего лишь нужно было сделать проект входной группы, согласованный с Главным архитектурным управлением города Казани и с граничащими соседями по периметру. В те времена могли еще и подписи не проверять (зачастую так оно и было), этим и пользовалось большинство. Но с течением времени законодательство ужесточается и становится больше порядка. Популярные тогда методы решения любых вопросов при помощи конвертов и нужных звонков постепенно стали сходить на нет. И сегодня, например, перевод жилого фонда в нежилой на первых этажах панельных домов запрещен. А в остальных случаях требуется 100 %-ное согласие жильцов всего дома.

Итак, предлагаю остановиться предметно. Представим себе вполне классический 9-этажный 10-подъездный жилой дом, где по четыре квартиры на этаже, а это 360 квартир. Вы

затянули перевод из жилого в нежилое. Стало быть, нужно получить согласие каждого собственника, которых, на секундочку, может быть от 1 до 5 человек и более. При этом есть собственники, которые сдают свои квартиры и проживают в другом доме или даже городе, есть квартиры, где собственник умер и его наследники вступают в права наследования, есть множество других обстоятельств, которые можно перечислять еще долго. Но вам во что бы то ни стало нужно получить согласие. Следовательно, этот процесс может затянуться от нескольких месяцев до бесконечности. Кроме различных обстоятельств, обозначенных выше, можно столкнуться и с тем, что особо предприимчивые собственники попросят денежное вознаграждение в сумме, которая им только может прийти на ум в тот момент. (По своему опыту: мнения многих жильцов о предприимчивом человеке, который желает из квартиры на первом этаже сделать коммерческую недвижимость, разнятся и они считают, что необходимо с такого человека что-то обязательно “поиметь”). Как же быть? Казалось бы, все просто – подделай подпись, распишись и сдай протокол. Но! Это уже статья Уголовного кодекса Российской Федерации, да и, к слову сказать, протоколы сейчас выборочно проверяются. Даже если у вас получилось ввести в заблуждение всех с поддельным протоколом и вас в этом не уличили, любой из жильцов дома может обратиться в суд с иском о признании протокола недействительным, и выигрывает это дело. Таких прецедентов множество! В этом случае

вам необходимо будет демонтировать за свой счет входную группу и привести все в первоначальный вид. И вот вы уже не счастливый обладатель коммерческой недвижимости, которую в своих мечтах сдавали в аренду, а собственник проблемного объекта.

Подытожим: мечта о переводе первых этажей в нежилой фонд похоронена под обстоятельствами непреодолимой силы третьих лиц.

Рассмотрим следующий мотив покупки коммерческой недвижимости – сетевой большой арендатор.

Признавайтесь, наверняка вас посещали такие мысли: «Куплю помещения с сетевым продовольственным магазином «Пятерочка» или «Магнит», на доход с аренды буду жить, путешествовать. Стабильный доход мне обеспечен!».

Итак, цена на такие помещения начинается примерно от 20 млн. рублей в зависимости от локации, площади и арендатора, но тут тоже много подводных камней.

Если вы ранее не сталкивались или не прорабатывали эти проекты, не имеете представления об арендном бизнесе с вышеуказанными арендаторами, то вы можете совершить множество дорогостоящих ошибок. Одна из наиболее распространенных – психологическая. Во всех крупных сетях есть специальные отделы, главная задача которых – сокращать расходы, а именно занижать арендную ставку. Поэтому будьте готовы периодически получать письма или звонки примерного такого содержания: «у нас все плохо», «дела со-

всем не идут», «продажи в последнее время сильно упали», «...а рядом открылся наш основной конкурент» «мы очень сильно хотели продолжить вам платить ту же ставку, но не можем, и это не прихоть, а условия, которые диктует рынок». Когда вы им приведете железный, на ваш взгляд, аргумент: «Я как ни зайду, у вас очередь на кассах!», вам все подробно объяснят, приведут статистику и покажут отчеты, свидетельствующие о том, что средний чек упал чуть ли не в 2 раза (все зависит от наглости и уверенности менеджера или специалиста, который ведет с вами переговоры). Потом вы услышите, что они «вообще думают о закрытии данной точки, так как в последнее время она у них убыточна», но, если вы пойдете у них на поводу и подпишете дополнительное соглашение к договору аренды «всего лишь на 1 год, в следующем году обязательно все наладится, продажи вырастут, вы останетесь в проигрыше. Дальше вас так и буду прогибать, потому что эта история будет повторяться из года в год. А у них всегда есть козырь в рукаве: если съедут, вы станете обладателем большой пустующей площади, которую в наше время тяжело заполнить.

В своей практике я часто встречал большие площади, с которых съезжали крупные игроки рынка недвижимости и, как правило, они тяжело заполнялись. К примеру, здания бывших автосалонов, магазины по продаже бытовой техники, помещения, которые занимали банки. Ни для кого не секрет, что все уходит в онлайн-продажи, причем с каждым

годом все активнее и стремительнее.

Хорошо, если есть возможность на это раскрученное место «посадить» конкурентов или разделить его на несколько небольших помещений. Помещение от 500 кв.м. и больше трудно сдать в аренду. Бывает и такая ситуация, которая случилась недавно с моим другом. У него в собственности помещение 550 кв.м. в центральной части небольшого провинциального города с населением 200 тыс. человек, где преимущественно – застройка средней этажности (5-тиэтажки), поблизости центральный рынок с соответствующим пешеходным трафиком. У него помещение арендовал крупный продуктовый ретейлер, а в подвальном помещении напротив размещался их конкурент (такое часто бывает). В один прекрасный день моему другу надоело, что арендаторы вот уже третий год пудрят ему мозги и занижают арендную плату (по той самой классической схеме, кстати, которую мы рассмотрели выше). И он вышел с предложением к соседнему магазину конкурентов. Предложил им переехать на его площади вместо текущего арендатора. На что, конечно же, они с большим удовольствием согласились и предложили, правда в устной форме, платить даже больше. И он, счастливый и радостный, даже не заключив первоначальный меморандум, начал действовать. Потом они часто торопили его, аргументируя тем, что необходимо сделать ремонт и так далее. В итоге, когда у моего друга съехал продуктовый магазин, потенциальные арендаторы тоже пропали, сказав лишь, что

«не получится переехать, так как руководство передумало и не согласовало».

Что получил собственник помещения? Помещение, которое пустует уже год.

Что получил бывший арендатор?

Как оказалось, им в этом городе N надо было закрыть один магазин, у них был выбор из трех, но, так как собственник сам согласился, они его и закрыли, хотя по выручке он был не на самом последнем месте. Съехавший арендатор преследовал цель открыть новый магазин своей сети, но в связи с тем, что предусмотрен лимит Федеральной антимонопольной службы по количеству торговых точек этой сети в городе N, им сначала необходимо было закрыть один из действующих магазинов. Поздравляем арендатора, цель достигнута. Печалимся о собственнике помещения. В итоге арендатор открыл точку в новом микрорайоне с высокоэтажным строительством – «человеинике». Что получили соседи-конкуренты? Они выбили соперника по рынку с территории и переманили их клиентов к себе.

Один из выводов заключается в том, что крупные сети – это не благодетели, которые одаривают вас манной небесной, а жестко диктуют свои условия. Как правило, на них работают лучшие юристы, каждая строчка в договоре прописана тщательным образом и несет в себе глубокий смысл, который подтверждается многочисленными выигранными судебными процессами. С ними очень трудно расторгнуть до-

говор по вашему желанию, если они сами этого не хотят. Это практически невозможно без серьёзных штрафных санкций для вас. Но если вы возьмете правильный объект по локации и типу, выстроите хорошие рабочие отношения с курирующим ваш объект менеджером большого ретейла, то у вас будет один из самых лучших, стабильных и не проблемных объектов.

Следующий распространенный мотив покупки коммерческой недвижимости.

Купить 3-х-комнатную квартиру на первом этаже и разделить ее на четыре, нет, лучше на пять маленьких квартир. Мне сразу вспоминается один детский советский мультик про богача, который делил овечью шкуру.

Поделив квартиру на несколько квартир, вы получите советскую коммуналку на современный лад. Давайте разберемся, откуда пошла такая мода на не очень хороший бизнес.

На одном из слетов местных бизнесменов молодой и уже очень и очень обеспеченный человек (что он молодой было понятно по внешности, что обеспеченный – по его словам и образу в социальных сетях) представил умопомрачительный проект с супервысокой маржинальностью. Он рассказал, как приобрёл 3-х-комнатную квартиру в Казани на первом этаже многоквартирного жилого дома и разделил ее на 4 отдельных квартиры. Далее продал и, по его легенде, чистая прибыль составила в 2–3 раза больше изначальной стоимости объекта.

Вот эта история и породила в городе настоящий ажиотаж на покупку больших квартир, расположенных на первых этажах. Ко мне как к юристу посыпалось огромное количество звонков с просьбой разделить квартиру на 4, 5, а то и 6 квартир. Практически и технически это возможно, но согласовать и узаконить такое разделение – из рубрики фантастики.

Более того, такие разделенные квартиры примерной площадью 10–15 кв.м. стали размещаться на интернет-сервисах для продажи. Ради любопытства, как же все это происходит на деле, мы звонили по таким объявлениям. И продавцы нас уверяли, что они разделили одну квартиру на четыре и все оформлено документально, но сейчас, к великому сожалению, в квартире заканчивается ремонт и посмотреть ее можно будет только недели через 2–3, а документы по разделу вот-вот выйдут с государственной регистрации.

Что мы наблюдали потом с этими квартирами? Наш народ очень сообразительный! Такие квартиры стали продавать в совместную долевую собственность. Что это значит? По документам вы будете собственником какой-то доли ($1/4, 1/5$ и так далее) всей квартиры, у каждого ключи от своей комнаты, и, в лучшем случае, там будет узаконена перепланировка и переустройство. Далее представьте, дорогие читатели, что вы приобрели одну комнату в такой квартире, вторую комнату приобрел я, а собственником третьей комнаты является наш общий знакомый. Конечно, там будут отдельные счета-фактуры и т. п. Давайте представим, что как-то вечером

наш с вами общий знакомый, он же сосед, заказал себе вкусную пиццу с доставкой на дом (или любую другую еду), а нас, соседей, по непонятным для нас причинам не пригласил на ужин, чем мы были очень сильно задеты, обижены и расстроены. Мы заходим с требованиями поделиться с нами столь вкусным ужином. На что наш сосед, как законный собственник, отвечает нам отказом и указывает на дверь, но мы настаиваем, начинается потасовка, приезжают сотрудники полиции, начинается опрос и разбирательства, и мы достаем наши документы и что мы в них видим? Что я имею право собственности в размере 1/3 во всей квартире! Моя доля не определена и не выделена в действительности, и в дополнение ко всему я рассердился на нашего общего знакомого, что он не поделился со мной куском пиццы и моя тонкая психическая натура не выдержала такой травмы, я решил продать свою долю в этой квартире. Но в этой ситуации мои соседи имеют преимущественное право покупки, то есть без их отказа я не могу совершить продажу.

В моей практике было много примеров раздела квартир, но это были квартиры большой площадью, где есть минимальная площадь жилой комнаты (она составляет 8 кв. м), есть санитарные нормы, которые должны соблюдаться, а с увеличением количества квартир и проживающих в них нагрузка на коммуникации возрастает. В итоге на такие квартиры жалуются жильцы и управляющая компания, часто обращаются в суд с исковыми требованиями о приведении в

соответствие.

Таким образом, мы видим, подобные инвестиционные проекты весьма сомнительные и очень рискованные.

Глава 4. Этапы покупки коммерческой недвижимости

Верьте только фактам. Смотрите в оба, или как не взять коша в мешке? Размер имеет значение.

В общем виде можно описать следующие этапы покупки коммерческой недвижимости.

Для начала нужно определиться с бюджетом и задать себе следующие вопросы:

Сколько у меня есть средств для инвестирования?

Сколько я могу взять в ипотеку?

Есть ли одобренная кредитная и/или ипотечная линия?

Если нет, то как быстро смогу оформить?

Задавая себе эти вопросы, вы формируете первое понимание о том, в каком ценовом сегменте можете искать коммерческую недвижимость.

Далее следует задать вопросы о доходности: какую доходность от сдачи в аренду коммерческой недвижимости хотелось бы получать (желаемая, максимальная)? На какую самую низкую доходность (минимальную) буду готов согласиться?

Ответив на эти два вопроса, вы поймете еще один критерий отсева объектов коммерческой недвижимости.

Приблизительную доходность вы можете определить сле-

дующим образом. Представленная ниже формула является утрированной в связи с тем, что не учитывает имущественные налоги, налоги на доходы, инфляцию, затраты на капитальный ремонт, страховку, рост стоимости арендной платы и т. п. Но она подходит для экспресс-оценки привлекательности объекта.

$$\text{Доходность (в процентах)} = \frac{\text{чистый арендный поток}}{\text{стоимость объекта}} * 100$$

Под чистым арендным потоком, в рамках данной формулы, следует считать арендную ставку (арендная ставка за всю площадь или арендная ставка за 1 кв. м, умноженная на количество арендных кв. м) за вычетом систематических коммунальных расходов (газ, отопление, электричество, вода, управляющая компания).

После определения ваших основных двух параметров: бюджет и минимальная доходность, а также желаемая доходность, вы уже смело можете провалиться в ресурсы интернета и в объятия риелторов. Самое простое – использовать сайт www.avito.ru (или подобные), на котором вы можете выставить параметры поиска по бюджету, типу недвижимости: торговая, офисная, складская и т. п. С моей точки зрения, лучше быть максимально открытым и не ограничивать свой выбор типами объектов коммерческой недвижимости, смотреть все варианты, таким образом вы сможете составить полную картину о рынке вашего города.

Далее наступает процесс выбора, обзвона, получения ин-

формации, однако помните, что этот экспресс-анализ работает только при первичном выборе объектов для их дальнейшего изучения. Теперь о том, как нужно выбирать объекты для первичного отбора. Можно смело исходить из следующих положений:

1. Смотрим на фотографии, нравится ли вам этот объект или нет.

Здесь нет четких критериев, просто смотрим. Как правило, продавец лучшую фотографию объекта ставит первой (главной). Далее закономерность такая: чем красивее фотографии (то есть все отделано, ремонт хороший, помещение блестит и сверкает), тем дороже объект и меньше доходность. Соответственно, чем печальнее фотографии (ремонта со времен начала 1990-х не было, тускло), то тем дешевле стоимость объекта и выше доходность. Эти тенденции не абсолютны, однако в большинстве случаев они подтверждаются и сегодня (на момент написания).

2. Смотрим на местоположение.

Как завещали нам классические учебники по маркетингу: локация, локация и еще раз локация. Лучше вас ваш город знает только ваш сосед. Заходим в google map и смотрим, что вокруг: какие объекты есть, чем больше сданных площадей вокруг потенциального объекта, тем лучше, потому что, скорее всего, в этом месте есть хороший трафик людей. Вероятнее всего, вы замечали, когда друг за другом стоят два непримечательных многоквартирных жилых дома, при этом

в одном из них каждый метр квадратный первого этажа сдан, а в другом только одно место, и то на продаже и без арендатора. Задайте себе вопросы: «Почему так? Что там такого есть, что в одном все сдано, а в другом нет?»

Смотрите расположение вашего объекта: есть ли рядом станция метро, автобусная или трамвайная остановка, хорошо ли просматривается ваш объект с разных сторон улицы и из автомобильного транспорта, есть ли рядом парковочные места, насколько данное место является проезжим и проходимым. В то же время я на своей практике неоднократно убеждался, что даже от того солнечная сторона или нет, зависит трафик, сменность арендатора и арендная ставка. Внимательно изучите локацию, потому что отсутствие солнечных лучей может существенно повлиять на выбор объекта арендатором (понаблюдайте в своем городе за этим и вы заметите, что естественным для вас образом вы будете прокладывать свой путь по солнечной стороне).

3. Обзванивайте и задавайте вопросы о цене, о скидке на объект, о том, какой арендный поток по объекту, какие базовые коммунальные расходы. После того, как уже выбрали из десятков или иногда даже сотен объектов, переходим на следующий этап – осмотр.

Этапы осмотра:

1. Визуальный осмотр. Приходим и смотрим, совпадает ли

увиденное на интернет-ресурсах и на карте google map с действительностью. Расхождения как в лучшую, так и в худшую сторону для себя помечаем. Лучше записать, потому что за день просмотров может быть с десяток, запомнить информацию по каждому объекту может быть сложно, да и информация может наложиться друг на друга. Делаем фотографии.

2. Заходим в объект в качестве клиента. Смотрим, как работает арендный бизнес, что продают, предлагают, какие услуги оказывают. Представьте, что вы – клиент, ваше поведение должно быть максимально доброжелательным, открытым, таким, чтобы сотрудникам захотелось с вами пообщаться. А вы, соответственно, доступным способом узнаете, как у этого бизнеса идут дела. Следующие вопросы будет самому себе такими: будут ли эти арендаторы «сидеть» дальше? А если они съедут, то как быстро смогу сдать в аренду? Нужно понять, насколько они долгосрочные арендаторы и насколько место проходное и интересное для арендаторов (к сожалению, здесь нет четких критериев оценки, все достаточно индивидуально). В то же время желательно проверить трафик как в час пик, так и в утреннее и вечернее время. Бывает так, что проходимость вроде хорошая, а арендаторы постоянно меняются, потому что люди просто не заходят.

3. Встречаемся с собственником. Не всегда собственники приезжают сами на первую встречу, иногда они отправляют своих представителей или же, в большинстве случаев, – риелторов, которые ни на один вопрос толком ответить не мо-

гут. Назначая встречу, для экономии своего времени важно обговорить эти моменты. Здесь уже ваша харизма и умение переговаривать вам в помощь. Обратите внимание на следующие аспекты: как говорит собственник о цене, насколько может двигаться по цене, как рассказывает об арендаторах, насколько открыт к показу документов, есть ли все документы на собственность, договоры аренды, узаконены ли площади и т. п. Дополнительно можете спросить: “если бы вы были собственником еще лет 5, то что бы вы улучшили в объекте? Какие перспективные возможности видите у объекта?”, “если бы вы были собственником еще лет 5, то исходя из вашего знания об объекте, какие возможные угрозы вы видите?”.

Ваша основная задача – расположить человека к себе и постараться пообщаться по-дружески, чтобы у вас появились условные доверительные отношения и вы обменялись телефонными номерами, если вас соединили риелторы. Показывайте свою заинтересованность объектом. Первые три этапа могут быть перемешаны или же вложены друг в друга.

4. Запрашиваем копии документов, при этом можете смело подписать соглашение о неразглашении полученной информации. Следует запросить правоустанавливающие документы (свидетельство о собственности / выписка из ЕГРН и договор (купли-продажи, договор дарения, мены, приватизации, ДДУ и т. д., правоустанавливающие документы с актом приема-передачи), технический паспорт и технический план, градостроительный план земельного участка (ес-

ли его нет у собственника, просите сразу же его заказать), коммунальные договоры (договор с управляющей компанией или же отдельные договоры с поставщиками коммунальных услуг), договоры аренды со всеми дополнительными соглашениями.

Если на этом этапе вам ничего не понравилось, то начинаем сначала. И так до тех пор, пока у нас не будет хотя бы две-три альтернативы. Желательно выбирать из нескольких возможных вариантов, тогда, скорее всего, вы сможете быть более объективным. Старайтесь сами мониторить рынок, не полагайтесь на риелторов, которые занимаются для вас подбором, они могут ввести вас в заблуждение, показывая вам сознательно сначала 5 плохих объектов, а потом 1, по сравнению с ними, шикарный и при этом все по одной стоимости. Конечно же, на фоне демонстрируемых плохих вы выберете неосознанно и под заблуждением тот, который выгоднее всего продать риелторам с их утверждениями о том, что “это самое лучшее, берите, лучше не найдете”, и вдобавок ко всему риелторы постараются получить с вас комиссионные за подбор, а с продавца – процент с продажи.

Далее переходим к следующему этапу – изучение документов. На этом этапе следует работать следующим образом: если один из этапов не проходит, то дальше рассматривать вопрос о покупке не имеет смысла, или же ваша покупка будет связана с повышенным риском.

Этапы проверки документов:

1. Заказываем расширенную выписку на сайте Росреестра, чтобы увидеть все обременения и ограничения по объекту. Если есть нежелательные для вас обременения или ограничения пользования, которые могут повлечь за собой потерю объекта, или негативно повлиять на доходность объекта, то следует повременить с дальнейшим рассмотрением. Заказываем также выписку о переходе прав, где будут указаны все собственники и даты сделок, если этот объект очень часто продавали с короткой периодичностью, то стоит задуматься, почему.

2. Смотрим по правоустанавливающим документам (договор купли-продажи или иной документ), как давно приобреталось имущество и кому оно принадлежит (юридическому лицу или физическому лицу).

Имущество принадлежит юридическому лицу.

Открываем базу юридических лиц (можем пользоваться сайтом ФНС, <https://bankrot.fedresurs.ru/>, а лучше – такими сервисами, как Контур. Фокус), вбиваем ИНН и смотрим:

- Находится ли это юридическое лицо на стадии банкротства или ликвидации. Если находится на этой стадии, продажа объекта, даже если нет обременения суда, незаконна. Ставим объект в лист ожидания до тех пор, пока все процедуры не закончатся или же пока объект не начнут реализо-

вывать с торгов.

- Если организация существует и функционирует, тогда посмотрим, отвечает ли организация признакам банкротства, если нет, то это, конечно же, хорошо. На этой стадии вы должны сохранить все данные с этого сервиса об этой компании, отчетности, сводный анализ, выписки из налоговой, фотографии сайта. Это необходимо сделать для того, чтобы соответствовать критериям должной осмотрительности и хранить эти распечатки и сами файлы не менее 3–4 лет.

Теперь рассмотрим общие признаки банкротства и определим, соответствует ли наш объект исследования этому признаку:

- наличие требований к должнику в общей сумме для юридических лиц – от 300 000 рублей;
- неспособность должника в течение трех месяцев удовлетворить в полном объеме финансовые претензии кредиторов;
- документально подтвержденный факт превышения суммы обязательств, взятых на себя должником, над стоимостью принадлежащего ему имущества.

Если есть признаки предбанкротного состояния и в то же время вы решаетесь купить объект недвижимости, тогда вы обязаны потребовать устранить признаки предбанкротного состояния.

Если *объект коммерческой недвижимости принадлежит физическому лицу*, тогда запрашиваем у него кредитную ис-

торию и проверяем по базе судебных приставов на наличие не погашенных задолженностей. Если данное физическое лицо покупало объект недвижимости у юридического лица и прошло менее трех лет с момента покупки, то проделываем тот же анализ, как было описано выше. При наличии каких-либо других признаков, таких как наличие большого кредита или иных задолженностей, может еще что-то вас смутить в части чистоты сделки, то тогда при покупке объекта следует совершить сделку у нотариуса или приобрести объект в ипотеку. В первом случае всю законность сделки и соответствие всем нормам будет обязан проверить нотариус, и в негативном варианте для вас, как для покупателя, вы смело сможете привлечь нотариуса как третье лицо к ответственности (поверьте, уж они точно будут отбиваться и защищать свой договор (нотариальный договор читайте и корректируйте, не редко бывает, что они штампуют самый простой скаченный с интернета договор, лучше приносите им свой вариант договора). Во втором случае, банк сам проверит все документы и сделка будет застрахована наличием третьего лица в виде банка.

После проверки правоустанавливающих документов и удовлетворенности их результатами следует внимательно изучить ГПЗУ (при наличии земельного участка), технический план и технический паспорт.

В ГПЗУ самая важная для нас информация – это ХУ координаты участка и чертеж с линиями градостроительного

регулирования, где вы можете найти информацию о “красных” линиях, о зональности земельного участка и о допустимом пятне застройки.

Данный документ отвечает на самый главный вопрос по земельному участку: находится ли данный земельный участок в пределах своих координат, зачастую пятно застройки равно площади участка и очень важно знать, не заходит ли ваш потенциальный объект на территорию ваших соседей. Для того чтобы проверить координаты, вызываем геодезистов и делаем контрольные замеры, сравниваем результаты. Если все хорошо и координаты соответствуют (небольшие отклонения на пару сантиметров могут быть в зависимости от точности прибора), то отлично. Если есть наложение координат, то выясняем причины у собственника (при этом собственник может об этом даже не знать (обычно это так и бывает)). В случае наложения вашего земельного участка на чужой нужно оценить риски, однако решение этого вопроса уже не в рамках данной книги, потому что каждый случай требует отдельного детального рассмотрения.

Стандартный срок изготовления ГПЗУ – 1 месяц, реальный – до 1 недели в зависимости от вашего умения вести переговоры и величины коробки конфет.

В техническом плане самая главная информация – это координаты здания и площадь покупаемого объекта. Данная площадь должна совпадать с выпиской (пункт 1). Если не совпадают, то следует выяснить у собственника и запросить

актуальный технический план, если его нет, то попросить его сделать.

Стандартный срок изготовления – 1 месяц, реальный – до 1 недели, опять же в зависимости от вашего умения договариваться и дарить конфеты.

В техническом паспорте самая важная информация – это план здания или помещения, экспликация и соответствие площади документам выше. Здесь самое главное, чтобы ваш технический паспорт и планировка объекта совпадали полностью, то есть планировка должна быть полностью узаконена. Не должно быть лишних дверей, проемов, окон или же их отсутствие при наличии в плане. Желательно, чтобы технический паспорт был изготовлен отделом Бюро технической инвентаризации вашего города. Если же нет у собственника, то просим изготовить и выдать.

Стандартный срок изготовления – 1 месяц, реальный – 1 день после обмеров в зависимости от вашей харизмы и обаяния.

Во всех этих документах мы задаемся вопросом: все ли “чисто” с потенциальным объектом коммерческой недвижимости, если что-то не так, то рассматриваем более детально и взвешиваем риски наступления неблагоприятных событий и их предельную стоимость.

3. На этом этапе проверяем договоры с коммунальными службами (обобщенно назовем их таким образом), а именно: договор с управляющей компанией (УК), договор с постав-

щиками электричества, тепловой энергии, воды, газа. При этом вам следует заранее знать, что если ваше помещение находится в составе МКД (многоквартирный жилой дом), то однозначно какие-то коммунальные платежи будет выстав-лять УК, даже если у вас есть прямые договоры с поставщи-ками коммунальных услуг.

Есть несколько сценариев по взаимодействию с комму-нальными службами:

а. Ваш потенциальный объект имеет обособленный ста-тус, то есть имеет свою землю и здание. Тогда вы запраши-ваете все прямые договоры с поставщиками коммунальных услуг. В этом случае у вас не будет “нахлебника” в виде УК.

Самое правильное – иметь прямые договоры со всеми по-ставщиками коммунальных услуг, таким образом вы будете платить только за фактическое потребление.

б. Ваш потенциальный объект находится в составе МКД. Тогда необходимо запросить договор с УК, и если его нет, то счета-фактуры за год. Уже после покупки нужно сравнить тарифы, далее нужно сравнить тарифы и постараться заклю-чить прямые договоры, сузив услуги УК, потому что стои-мость их “эффективного” управления часто бывает необос-нованной.

в. Ваш потенциальный объект находится в бизнес-цен-тре, торгово-развлекательном центре или т. п. В этом слу-чае обязательно должен быть договор с УК этого объекта, и вы должны детально изучить тарифы (так как они могут ре-

гулироваться произвольно, по желанию основного собственника), и (при наличии) изучить прямые договоры с поставщиками коммунальных услуг. (В качестве примера приведу вам следующее. В одно время мы арендовали офис в одном бизнес-центре, арендодатель после долгих торгов со 115 тыс. рублей согласился отдать помещение за 78 тыс. рублей в месяц при долгосрочной аренде, включая в эту сумму все коммунальные платежи кроме электричества. Как мы позже выяснили, из этих 78 тыс. рублей наш арендодатель 45 тыс. рублей оплачивает УК бизнес-центра, который включил все, что только мог пожелать, и, как нам ответил уже основной собственник (у него более 55 % площадей данного объекта) и он же одновременно руководитель УК, что он все свои расходы покрывает за счет платежей остальных собственников. Поэтому еще раз: изучайте договоры внимательно!)

На этом этапе мы оцениваем потенциальные наши затраты на содержание объекта. Эту сумму вы должны рассчитать (сложить) и записать в блокноте в свою выборку объектов.

4. Необходимо уточнить у собственника или выяснить другим способом, входит ли ваш потенциальный объект в список торговой недвижимости вашего города, региона. Это нужно для планирования ваших расходов по оплате налога на недвижимость. Торговые объекты платят максимально возможный налог на недвижимость от их кадастровой стоимости. Обычно эту информацию можно найти на сайте мэрии или же на сайте министерства (департамента) строитель-

ства.

5. На этом этапе проверяем договоры аренды. Запрашиваем у собственника и читаем. На что нужно обратить внимание:

а. площадь аренды, ставка аренды, порядок увеличения арендной платы. Самое хорошее, когда вы в одностороннем порядке можете увеличивать арендную ставку;

б. наличие обеспечительного платежа – если он есть, то тогда нужно иметь в виду, что перевод обязательства по обеспечительному платежу нужно отразить в договоре купли-продажи;

в. какие платежи покрывает арендатор, оплачивает ли коммунальные платежи и в каком размере;

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.