

## ГРАДОСТРОИТЕЛЬСТВО



# «Я планов наших люблю громадьё!»

## Какое влияние мастер-планы оказывают на инвестиционную активность

Оксана САМБОРСКАЯ

Разработка планов по развитию больших и малых территорий — одна из самых популярных услуг различных институтов, занимающихся планированием. Официально документы могут называться по-разному: например, недавно стали известны финалисты открытого Всероссийского конкурса с международным участием на разработку архитектурных, планировочных и градостроительных решений будущей туристской территории «Всероссийский пляжный семейный курорт «Новая Анапа». Специалистами АО «ДОМ.РФ» и Института Генплана Москвы разработана стратегия пространственного и социально-экономического развития агломерации Кавказских Минеральных Вод.

Названия разные, суть одна: системные решения под общим брендом «мастер-план» призваны сделать территории инвестиционно привлекательными, и эти гибкие документы являются важным «маячком» для инвесторов различных уровней.

### Комплексный подход

По мнению исполнительного директора Клуба инвесторов Москвы Владислава Преображенского, сама суть стратегического планирования, особенно на длительный срок, подразумевает создание максимально гибкого подхода. В принципе мастер-план задает направление развития территории, но конкретное воплощение предлагается инвесторами и застройщиками в том или ином составе участников. «Разумеется, никто не идет на поводу у инвестора, пытаюсь максимизировать его прибыль, но и создания коммерчески неэффективного проекта никто добиваться не будет: в этом случае данная территория никогда не будет освоена. В рамках мастер-плана должна реализоваться некоторая стратегически важная для населенного пункта функция, при этом в дополнение могут идти и коммерчески ориентированные объекты недвижимости, но только те, что не приведут к развалу логики развития данной территории и будут адекватно дополнять опорный функционал», — объяснил эксперт.

«Если документ является комплексным, он отвечает сразу на несколько блоков вопросов,

— подчеркнул главный экономист Citymakers Виктор Артемьев. — Главная, или «большая» идея объясняет, почему и как будет развиваться территория, какие основания для этого существуют. Концепция показывает имеющиеся ограничения и возможности эффективного использования. Финансовая модель рисует объем, сроки и эффективность частных инвестиций, потенциальный спрос на площади, бюджетную эффективность федеральных или муниципальных инвестиционных программ».

«Соответственно, территория, обладающая полноценным стратегическим мастер-планом, является наиболее привлекательной для инвесторов, — резюмировал Виктор Артемьев, — поскольку снимает часть рисков и требует меньше времени для принятия инвестиционных решений. Проведена предварительная работа по обоснованию инвестиций и оценке рисков, есть подтверждение о государственных инвестициях в развитие инженерной и социальной инфраструктур».

Привычнее слышать о мастер-планах городов, максимум — агломераций, а вот ООО «ПроГород» (Группа ВЭБ.РФ) занимается разработкой мастер-планов макротерриторий, куда входят несколько регионов, и здесь комплексность важна вдвойне. Кроме того, как рассказала руководитель проектного офиса ООО «ПроГород» Ксения Титова, компания делает отраслевые мастер-планы, рассматривающие развитие территории через развитие конкретной отрасли — туризма. Как раз для этого в конце 2021 года на базе «ПроГород» был сформирован проектный офис для разработки межрегиональных схем туристического развития — мастер-планов туристических макротерриторий. Всего в госпрограмме развития туризма их выделено 12.

«В уже упомянутой «Новой Анапе» по итогам разработки мастер-плана должно быть сформировано более 100 инвестиционных лотов для масштабных инвесторов и представителей малого и среднего бизнеса. Среди лотов будут не только крупные гостиницы, но и точки общественного питания, развлекательной и сервисной инфраструктур», — добавляет соучредитель Агентства стратегического развития «ЦЕНТР» Сергей Георгиевский. Лоты будут выведены в открытую продажу через электронную аукционную площадку.

Благодаря разработанному «Корпорацией ТУРИЗМ.РФ» решению для покупателя лота существенно сокращается прединвестиционный цикл: инвестор будет избавлен от необходимости прохождения существенного количества административных процедур. Вся проектная документация будет у него на руках, и он сможет сразу начать проектирование и строительство.

«Конечно, в таких планах видна привычная нам «болезнь гигантомании», — считает президент Российского союза туриндустрии Илья Уманский. — Компании, которые занимаются разработкой этих мастер-планов, находятся в некой оторванности от земли. В действительности найти сейчас такое количество желающих проинвестировать будет практически невозможно. Эти проекты столкнутся с тем, что будут реализованы первые знаковые объекты, а дальше встанет вопрос поиска дополнительных инвесторов и создания для них новых условий, чтобы они захотели входить в проекты».

### Мастер-план+

Инвестиционная «предпродажная» подготовка — один из базовых факторов, привлекающих инвесторов. Из «неизбитых» примеров такого подхода — город Мончегорск Мурманской области. В небольшом моногороде с населением в 40 тыс. человек создано агентство по развитию, занимающееся «упаковкой» инвест-продукта в разных сферах — от промышленности и инфраструктурного развития до туризма, причем туризм здесь снова в приоритете. На вечный вопрос, что идет первым — туристический поток или инфраструктура, директор Агентства развития Мончегорска Анна Фёдорова отвечает, что это комплексная история и здесь нельзя что-то поставить вперед. Ко всем планам нужна бренд-стратегия, чтобы над разными документами, выполняющими ту или иную задачу, эксперты работали в едином ключе. «Мы объединили все, что есть в городе, сейчас идет его позиционирование, продвижение по всем направлениям — здесь задействованы и новые сервисы, и информационная поддержка, и параллельная работа с инфраструктурой. То есть мы сотрудничаем не только с потенциальными крупными внешними инвесторами, но и взаимодействуем с местными предпринимателями, которые в результате тоже работают на имидж города», — объяснила Анна Фёдорова.

О положительном влиянии туризма на инвестиционный имидж города рассказывает и заместитель директора Агентства развития Мончегорска Александр Поленков. За последние годы была проделана большая работа по продвижению города как туристического объекта, начали появляться новые проекты и резиденты особой экономической Арктической зоны, в которую входит Мурманская область, — как в туристической сфере (ресторан, спа-комплекс, сети глэмпингов), так и в дру-

гих отраслях. «Среди проектов, которые мы разместили у себя на сайте, уже есть реализованные — прокат снегоходов, хаусбот и еще несколько проектов находятся в проработке и в стадии переговоров. Это в основном проекты с небольшим объемом капитальных вложений (до 50 млн рублей), — отметил Александр Поленков. — И хотя подсчетов, сколько денег приходит на один вложенный «государственный» рубль, в агентстве не ведут, на практике это не менее 20 привлеченных рублей на 1 рубль. Но это по самому низкому порогу, по факту цифра гораздо существеннее». Он уточнил, что наличие мастер-плана не влияет напрямую на позицию или решение инвесторов вкладывать свои средства в территорию, но, по опыту эксперта, существенно систематизирует и упорядочивает работу по поиску инвесторов и обоснованию привлекательности того или иного инвестпроекта.

### А что же инвесторы?

Нужны ли мастер-планы и прочие документы стратегического развития самим инвесторам и какое место они занимают в линейке факторов, влияющих на принятие решения о выходе в тот или иной регион? Тут мнения расходятся: мастер-план нужен всем, но силу его влияния все оценивают по-разному и скорее ориентируются на уже существующую ситуацию, чем на планы на будущее.

«При рассмотрении территории для потенциального выхода мы, в первую очередь, анализируем рынок, оцениваем градостроительный потенциал локации, ее привлекательность для клиента — то есть проводим аналитику спроса на локацию (апарт-отель, жилье, гостиничный комплекс). В туристических городах мы оцениваем, например, планы развития не только города, но и набережных, точек притяжения, так как это влияет на формирование стоимости жилья. Все крупные города сейчас развиваются высокими темпами, этому способствуют частные и государственные инвестиции. Объекты, где создана хорошая инфраструктура, будут продаваться гораздо быстрее, чем в локациях, которые еще необходимо комплексно развивать. Мы, как девелоперы, занимаемся проработкой продукта самостоятельно и можем все делать сами, включая приобретение земельного участка и его проработку. Нам не столь принципиально, насколько продукт готов и упакован. Конечно, если у какого-либо проекта есть мастер-план, видение и концепция, то это только плюс», — уверена директор по развитию ГК «ССК» Евгения Шишкова.

Плюсом наличие мастер-плана считает и директор по развитию инвестиционного холдинга Alias Group Виктория Костинова, но тоже с оговорками: «Безусловно, мы рассматриваем дальнейшее развитие территорий, на которых собираемся реализовать проект. Как правило, такие территории предполагают наличие мастер-планов, разработанных министерствами. Мы обращаем внимание на следующие факторы — общую концепцию, идею, сроки реализации проекта, возможность и формат участия. Затем осуществляем экономическую оценку конкретного земельного актива с учетом перспективы развития локации».

При этом немаловажным фактором для компании являются сроки реализации планов по формированию инфраструктуры и точек притяжения для круглогодичной работы курорта: от сроков будет зависеть, целесообразно ли выходить в регион в ближайшей перспективе или стоит отложить проект. Наличие транспортной инфраструктуры, особенно аэропортов, также является существенным моментом. Кроме того, Виктория Костинова обращает внимание на необходимость оценить себестоимость строительства: при формировании бюджета следует учесть наличие электросетей и стоимости техусловий, особенности рельефа и необходимость проведения дополнительных мероприятий (например, в горной местности понадобится укрепление склона подпорными стенами), обеспечение транспортной логистики материалов, наличие рабочей силы в регионе и многое другое.