НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
СТРОИТЕЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Издательство МИСИ – МГСУ

Библиотека научных разработок и проектов НИУ МГСУ

А.К. Орлов, И.Ю. Чубаркина

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИННОВАЦИИ ЦЕННОСТИ В СФЕРЕ ДЕВЕЛОПМЕНТА НЕДВИЖИМОСТИ

ISBN 978-5-7264-2831-4

© ФГБОУ ВО «НИУ МГСУ», 2021

Москва
2021

УДК 338:69
ББК 65.31
О-66

Рецензенты:
доктор экономических наук, профессор *Б.Б. Хрусталев*,
заведующий кафедрой экономики, организации и управления производством
ФГБОУ ВО «Пензенский государственный университет архитектуры и строительства»;
кандидат экономических наук *С.П. Воронова*,
доцент кафедры экономики и менеджмента в строительстве
ФГБОУ ВО «Петербургский государственный университет путей сообщения»

Орлов, А.К.

О-66 Обеспечение инновации ценности в сфере девелопмента недвижимости [Электронный ресурс] : монография / А.К. Орлов, И.Ю. Чубаркина ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Национальный исследовательский Московский государственный строительный университет, кафедра организации строительства и управления недвижимостью. — Электрон. дан. и прогр. (4,3 Мб). — Москва : Издательство МИСИ – МГСУ, 2021. (Библиотека научных разработок и проектов НИУ МГСУ). — Режим доступа: http://lib.mgsu.ru. — Загл. с титул. экрана.

ISBN 978-5-7264-2831-4 (сетевое)
ISBN 978-5-7264-2832-1 (локальное)

Проанализированы и представлены в виде ценностного подхода применительно к сфере девелопмента недвижимости основные положения стратегии «голубого океана». Ценностный подход может быть использован как для проектов, предполагающих исключительно бюджетное финансирование, так и для проектов, имеющих коммерческую составляющую, и нацелен на повышение эффективности реализации ИСП при одновременном улучшении качества среды жизнедеятельности.

Для научных работников, аспирантов, а также руководителей строительных направлений, интересующихся вопросами управления недвижимостью и инвестиционно-строительными проектами.

Научное электронное издание

© ФГБОУ ВО «НИУ МГСУ», 2021

Оглавление

ВВЕДЕНИЕ 5

Глава 1. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ И ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В ИНВЕСТИЦИОННО-СТРОИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 6

1.1. Особенности объектов недвижимости 6

1.2. Комплексный подход к развитию и управлению недвижимостью 16

1.3. Современные подходы к управлению конкурентоспособностью в инвестиционно-строительной деятельности 28

Глава 2. ФОРМИРОВАНИЕ МЕТОДИЧЕСКИХ ОСНОВ УПРАВЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ В СФЕРЕ ДЕВЕЛОПМЕНТА НЕДВИЖИМОСТИ С ПРИМЕНЕНИЕМ ИННОВАЦИИ ЦЕННОСТИ 40

2.1. Методологические основы обеспечения инновации ценности 40

2.2. Формирование стратегической канвы для объектов недвижимости 49

2.3. Механизм реализации инновации ценности 59

Глава 3. МЕТОДИЧЕСКИЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ И ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОБЕСПЕЧЕНИЮ ИННОВАЦИИ ЦЕННОСТИ В СФЕРЕ ДЕВЕЛОПМЕНТА НЕДВИЖИМОСТИ 66

3.1. Обеспечение инновации ценности в сфере жилой недвижимости и социальных объектов 66

3.2. Обеспечение инновации ценности при создании инфраструктуры туристических кластеров недвижимости 80

3.3. Рекомендации по управлению инновацией ценности 92

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 109

Библиографический список 110

Глава 1
СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ И ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ В ИНВЕСТИЦИОННО-СТРОИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1.1. Особенности объектов недвижимости

Развитие недвижимости представляет собой сложный комплексный и многоступенчатый процесс создания нового и очень специфичного продукта — объекта недвижимости. В целом этот процесс включает в себя подбор команды участников проекта, исследование рынка, маркетинг, проектирование, согласование, строительство, финансирование, налогообложение, бухгалтерский учет, управление недвижимым имуществом и его инфраструктурой [10, 52]. Это бизнес, где требуются достаточно серьезные по объему инвестиции с длительным циклом и где произведенный продукт длительное время может создавать устойчивый денежный поток.

Таким образом, в строительной отрасли возникла деятельность, направленная на создание, реконструкцию или изменение строительного объекта с целью увеличения его стоимости — девелопмент.

При рассмотрении особенностей объектов недвижимости остановимся подробнее на экодевелопменте. Это достаточно молодое направление, которое находится на обособленном месте среди остальных концепций. Связано это скорее всего именно с тем, что все документы, методики оценки и системы рейтинга для экопроектов носят добровольный характер и не являются обязательным требованием к реализации тех или иных строительных проектов [31].

С одной стороны, такое положение вещей не способствует быстрому распространению экопроектов по стране и увеличению популярности «зеленого» строительства. Ведь для того, чтобы накопить заветные баллы и получить тот или иной сертификат, соответствующий какому-либо зеленому стандарту, нужно следовать специальной методике, выполнять большое количество условий с точки зрения экологичности, энергоэффективности, водоэффективности, что, соответственно, приводит к большим затратам.

С другой же стороны, такие методические основы по повышению экологичности и энергоэффективности не привязаны к какому-то конкретному типу зданий по назначению, строительному объему, региону строительства или по какому-либо другому параметру. Эта особенность дает возможность девелоперам реализовывать экопроекты абсолютно разного назначения: жилые здания, офисы, гостиницы, апартаменты, небольшие деревни или коттеджные поселки, а также объекты промышленного строительства.

Здания гражданского назначения — жилые, торговые, общественные, досуговые и другие — независимо от того, где они строятся, однородны.

Рассмотрим схему трехуровневой модели девелопмента мегапроекта, представленную на рис. 1.1. Вертикальная схема сообщает о том, что крупный мегапроект является результатом объединения отдельных, более мелких частей воедино. Соответственно, для того чтобы создать «зеленый» мегапроект, девелоперу следует интегрировать методику повышения экологичности и энергоэффективности зданий и сооружений на 3-м уровне, на котором происходит создание объектов недвижимости по определенной схеме, с определенными параметрами, включая определенные инновации, а все это, в свою очередь, должно соответствовать требованиям «зеленых» стандартов.



Рис. 1.1. Схема девелопмента мегапроекта

В связи с последними событиями на международной политической арене, девелоперские компании ощутили влияние кризиса на своей выручке, так как рост процентных ставок и недоступность краткосрочных кредитов сильно повлияли на их бизнес [50]. В настоящее время они пытаются сосредоточиться на завершении уже начатых проектов, тогда как новые проекты преимущественно откладываются.

Девелоперские компании, работающие в сегменте жилой недвижимости, воспринимают ситуацию в мире менее остро; эксперты надеются, что положение на рынке недвижимости изменится в лучшую сторону. И для того есть определенные предпосылки:

– положение на рынке начинает становиться стабильным. Конечно, рынок существенно видоизменился, подстраиваясь под новые экономические условия, но при этом и покупатели, и продавцы уже более адекватно оценивают ситуацию;

– объем предложения на первичном рынке сократился. Также появилась тенденция перераспределения спроса на квартиры в новостройках в сторону малокомнатных. В структуре объема предложения преобладают однокомнатные и двухкомнатные квартиры с разницей в 2,1 %, (рис. 1.2). В предложении делается упор на возведение новых квартир, причем с чистовой отделкой.

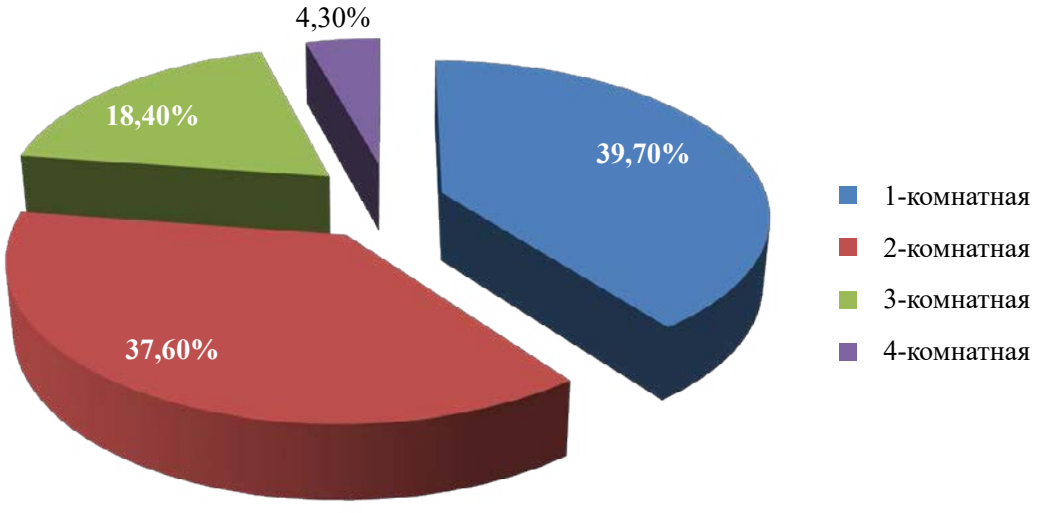


Рис. 1.2. Распределение предложения по типам квартир

Отметим, что застройщики предлагают интересные акции и скидки для покупателей квартир. Также в условиях высокой конкуренции наибольшим спросом пользуются новостройки с продуманной концепцией при адекватной ценовой политике;

– в банках произошло обновление ипотечных программ. Но есть одна существенная поправка: далеко не всем потенциальным заемщикам банки одобряют ипотечные кредиты. И даже наблюдается уменьшение положительных решений в вопросе выдачи займа.

Ведущие банки отмечают снижение количества ежедневных обращений на получение ипотеки по госпрограмме.

– вторичный рынок недвижимости показал положительную динамику.

В сегменте аренды произошло снижение ставок. И только собственники квартир стандарт-класса, на которые спрос есть всегда, позволили себе, наоборот, повысить стоимость месячного проживания примерно на 0,5 %. В секторе коммерческой недвижимости доля вакантных площадей в торговых и офисных центрах на данный момент достаточно высока.

Рассмотрим распределение арендованных и купленных офисных площадей в зависимости от профиля компании, в соответствии с рис. 1.3.

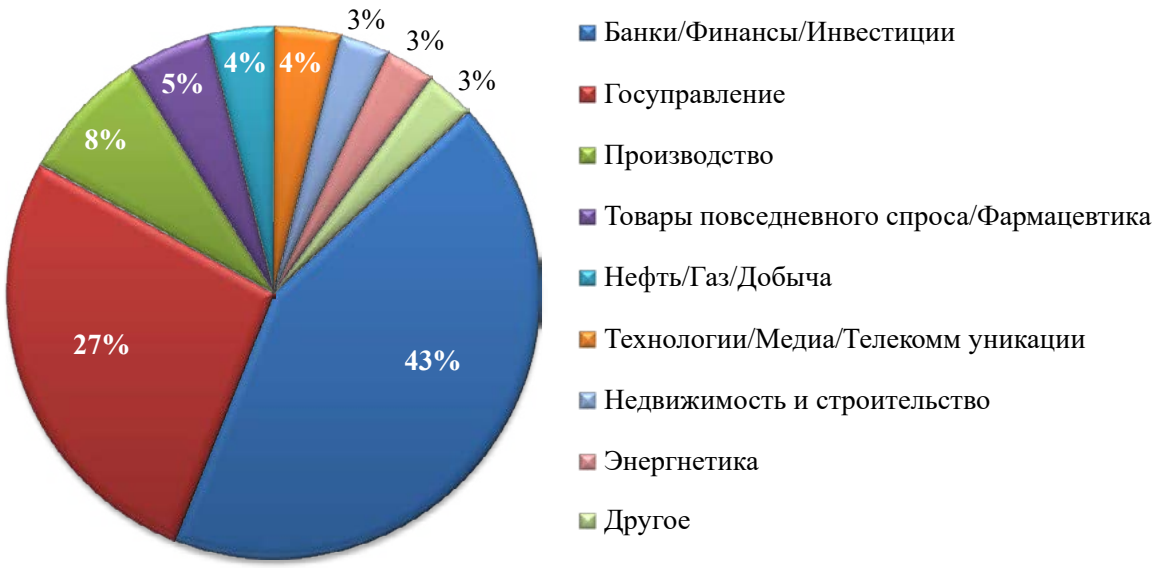


Рис. 1.3. Распределение арендованных и купленных офисных площадей

В Российской Федерации определение кластера закреплено в Методических рекомендациях по реализации кластерной политики в субъектах Российской Федерации от 26 декабря 2008 г., в соответствии с которыми кластеры — это объединение предприятий, поставщиков оборудования, комплектующих, специализированных производственных и сервисных услуг, научно-исследовательских и образовательных организаций, связанных отношениями территориальной близости и функциональной зависимости в сфере производства и реализации товаров и услуг.

Изначально кластерный подход применялся к промышленному производству, его основоположники — А. Маршалл и Б.С. Ястремский. Но именно профессор Гарвардской школы бизнеса М. Портер является автором идеи повышения конкурентоспособности в данном случае за счет отраслевых кластеров [32, 43].

Туристический кластер рассмотрим как совокупность зданий и сооружений туристического назначения в пределах территории одного региона. Следовательно, необходимо рассматривать это как инвестиционно-строительный проект, но в постановлении Правительства РФ от 13 сентября 2010 года № 716 «Об утверждении Правил формирования и реализации федеральной адресной инвестиционной программы» к туристическим кластерам применяется такое понятие, как «укрупненный инвестиционный проект».

Региональный туристический кластер — это устойчивый территориально-сконцентрированный диверсифицированный межотраслевой комплекс, взаимодействующий на основе кооперации и конкуренции предприятий, общественных организаций, органов государственного управления, формирующих и обслуживающих туристские потоки, использующие туристический потенциал территории.

«Укрупненный инвестиционный проект (УИП) — проект создания туристического кластера, включающий ряд функционально, организационно и финансово взаимосвязанных проектов по отдельным объектам капитального строительства инфраструктурной направленности». УИП создания туристического кластера включает в себя проекты капитального строительства за счет внебюджетных источников следующих объектов: коллективные средства размещения, кемпинг, объекты общественного питания, объекты развлечений и торговли, объекты автомобильного и водного туризма.

Через применение кластерного подхода субъекты могут косвенно поддерживать образование, науку и бизнес, потому что такой подход к реализации проектов требует новых знаний и развития специальных научно-технических направлений и их коммерческих интерпретаций. Один из ключевых моментов, на котором строится успешное функционирование кластерных проектов, — это объединение предпринимательских структур, способных проинвестировать перспективные проекты на основе инноваций.

Туристические кластеры благодаря своему влиянию на экономику региона и страны, наличию огромного количества усложняющих факторов, затрагиванию сопутствующих туризму отраслей (например, строительство, медицина и т.д.), нуждаются в разработке индивидуальной программы и требуют привлечения колоссальных инвестиций как государственных, так и частных. Все вышеперечисленное дает нам право считать туристические кластеры полноценными крупномасштабными проектами, или мегапроектами.

Мегапроект — это комплекс действий и мероприятий, связанных по исполнителям, ресурсам, срокам осуществления. Эти действия ориентированы на достижение экономических и социальных результатов. Мероприятия содержат в себе научно-технические исследования, технологические и конструкторские инновации. Совокупность действий направлена на решение важных вопросов в социальной сфере, сопряженных с повышением качества жизни населения, а также освоение производства и вывод продукта на рынок, сопровождая это концентрацией ресурсов и обеспечением поддержки государства [20].

Наиболее важными проблемами, часто возникающими в процессе реализации мегапроектов, являются интенсивность капитала, высокая стоимость реализации и необходимость привлечения крупных инвестиций, поскольку государственные инвестиции, как правило, используются в дополнение к частным фондам.

Реализация проектов по созданию объектов туристических агломераций в России — процесс, обреченный на длительный период строительства — около 5–6 лет, и возврат вложенных средств — около 20 лет. Такие условия предполагают большую степень риска. Однако минимизировать их возможно. Например, за счет постоянного мониторинга ситуации, готовности вносить изменения в проекты, произведения оптимизации затрат и соблюдения требований законодательной базы [4].

Рассматривая модернизацию кластера как системный и долгосрочный подход, необходимо учитывать, с одной стороны, примитивный внешний вид и условия окружающей среды, которые являются наиболее важной частью рекреационной системы, с другой — тот факт, что природопользование является неотъемлемым компонентом рекреационной деятельности.

Эта взаимосвязь подтверждает важность развития уникальных природных территорий в стране, уделяя внимание энергоэффективности и эффективности использования воды, а также бережному отношению к окружающей среде в туристических зонах и агломерациях. Решение этих проблем возможно путем применения концепции совершенствования

«устойчивого развития» и методологической базы подходов к анализу более эффективного использования сложных земельных участков для создания туристических кластеров [46].

Мировой финансово-экономический кризис также затронул сектор туризма, и необходимо укреплять отношения между такими элементами, как государство, бизнес, образование и наука. В это же время интенсивное развитие рыночной экономики послужило своеобразной перепланировкой методов организации производственного процесса и территориальной структуры туристического сектора. И это все привело к тому, что данный подход является основным инструментом развития туристического сектора.

В секторе туризма в переходной экономике с учетом всего списка ресурсов в нем кластерный подход очень актуален. Для начала следует отметить нематериальный характер туристического продукта, производимого на данной территории, с использованием местных ресурсов при взаимодействии администрации области с субъектами предпринимательской деятельности, а также с тесными связями между различными отраслями. Благодаря использованию вышеуказанного подхода, используемого для осуществления стратегического планирования туризма в регионах, проявляется значительный мультипликативный эффект.

Кластер — это группа связанных компаний, поставщиков товаров и услуг, фирм в различных секторах и организаций, связанных с их деятельностью в конкретных конкурентных областях, но одновременно участвующих в работе.

Для каждого туристического кластера разрабатывается индивидуальный проект. Объекты различных направлений, входящие в состав кластера, имеют разные требования. Например, туристические базы, гостиницы, отели могут находиться в любых природно-климатических условиях. Учреждения автотуризма необходимо разместить ближе к автотрассам. В настоящее время пользуются популярностью новые туристские объекты, например акватель (гостиница на воде или на берегу водоема). Состав туристических кластеров, обеспечивающих условия проживания и обслуживания туристов, определяется характером обслуживания и местоположением самого кластера.

Проблема неразвитой туристской инфраструктуры является ощутимой при создании и развитии территориальных кластеров. Кроме того, субъекты Российской Федерации не создают благоприятные инвестиционные условия при строительстве различных объектов туристического использования.

Помимо крупного масштаба, при реализации мегапроектов имеет место социальный и экономический эффект для отдельных субъектов. Высокая стоимость, капиталоемкость и привлечение инвестиций — классические проблемы, возникающие при реализации любого мегапроекта. Дело в том, что строительство любого крупного инвестиционно-строительного проекта финансируется не только за счет средств частных инвесторов, но и с помощью государственных инвестиций, а общий бюджет может составлять десятки миллиардов рублей. Следствием такой специфики является необходимость применения государственно-частного партнерства (ГЧП), а также введения налоговых льгот для более быстрой окупаемости проекта [3].

Любой мегапроект, и туристический кластер в частности, так или иначе обречен на большой период окупаемости. Из-за своего масштаба, размера привлекаемых инвестиций и продолжительного срока строительства есть риск того, что мегапроект будет окупаться длительное время, а может и не окупиться совсем [5].

Туристические кластеры — это долгосрочные проекты, требующие на проектирование и строительство около 5 лет, а также около года на решение вопросов экологии, возникших при решении реализации мегапроекта. Из-за таких сроков осуществления запланированного проекта возникает неопределенность, влекущая за собой риски реализации [11].

И если все предыдущие проблемы уже имеют определенные решения и разработанные концепции снижения негативного эффекта, то следующие три проблемы заслуживают наиболее пристального внимания со стороны девелоперов.

1. Серьезной преградой на пути создания и развития кластеров является недостаточно развитая туристская инфраструктура.

2. Ввиду того что кластерный подход к формированию инвестиционно-строительных проектов значительно увеличивает масштабы строительства, перед всеми участниками таких мегапроектов остро встает проблема обеспеченности стройплощадки ресурсами. Здесь помимо масштабности проекта, основным определяющим фактором выступает потенциал региона и его способность удовлетворить требования строительного производства не только стройматериалами, но также базовой и специальной строительной техникой, людскими ресурсами и энергией. Недостаток необходимых ресурсов зачастую является причиной невыполнения планов и, как следствие, затягивания сроков строительства.

3. Наконец, при кластерной модернизации региона на первый план часто выходят вопросы экологического воздействия на окружающий мир. Это вполне резонно, ибо, с одной стороны, естественные ресурсы и условия, экологические составляющие, являются весомой частью рекреационных систем в качестве факторов производства, а природопользование — важной частью рекреационной деятельности. С другой — уникальность и во многом ограниченность природно-ресурсного потенциала рекреационных зон обусловливает особую экологическую статусность и специфический режим природопользования в туристских дестинациях. В целом с каждым годом в России экологическая ситуация ухудшается и при развитии уникальных природных зон (к примеру, Северного Кавказа) особое внимание стоит уделять энергоэффективности зданий и сооружений в составе курортов, гостиничных комплексов и туристического кластера в общем. Эту проблему девелоперы могут решить, используя в своих проектах концепцию экодевелопмента [40].

Туризм в России — это быстро развивающаяся отрасль экономики, в которой участвуют больше 500 тысяч человек. Туризм относится к несырьевой сфере — сфере услуг, и имеет большое значение для социально-экономического развития субъектов Российской Федерации.

Туризм способствует развитию и вовлечению в экспортную деятельность предприятий, и в нем могут участвовать даже те компании, которые не имеют объективной возможности самостоятельно заниматься классическими экспортными операциями.

Стоит отметить, что в связи со сложившейся неблагоприятной эпидемиологической обстановкой в России и в мире в целом отрасль туризма претерпевает большие убытки. Эксперты и аналитики в первые месяцы пандемии установили, что спрос на туристические услуги упал более чем на 20 %, а после закрытия границ и вовсе приравнялся к нулю. Туристские кластеры на данный момент находятся в экономической стагнации, поэтому государство разработало перечень мер, опубликованных на сайте Ростуризма, по развитию отрасли, согласно которому по окончании пандемии вклад туристической отрасли в экономику России в течение пяти лет увеличится с 3 до 11 % ВВП. Доля России на международном рынке туризма в случае принятия данной программы вырастет с менее чем 1 % до 3 %.

Формирование туристического кластера необходимо, чтобы повысить конкурентоспособность территорий на рынке туризма благодаря синергетическому эффекту, а также повышению рабочей эффективности организаций и предприятий, состоящих в кластере, стимулированию инновационных технологий и развития новых направлений [21].

Благодаря формированию туристического или же туристско-рекреационного кластера возникает возможность позиционирования территорий и оказания влияния на формирование регионального имиджа.

Проведем анализ туристических поездок до пандемии. Число въездных туристских поездок иностранных граждан в Россию по отношению к аналогичному периоду предшествующего года представлено в табл. 1.1.

Таблица 1.1

Въездные туристские поездки иностранных граждан в Россию

	Предыдущий год	Рассматриваемый год	Изменение количества поездок иностранных граждан, въехавших в РФ с целью туризма, по сравнению с аналогичным показателем предшествующего периода (+– %)
Всего	21 344	24 390	–3,612
из них из стран:			
Абхазия	422	438	3,791
Азербайджан	887	830	–6,426
Армения	585	595	1,709
Германия	577	579	0,347
Казахстан	3602	3399	–5,636
Китай	1320	1504	13,939
Монголия	530	389	–26,604
Польша	1101	727	–33,969
Таджикистан	420	372	–11,429
Республика Молдова	411	528	28,467
Узбекистан	604	432	–28,477
Украина	8602	8822	2,558
Финляндия	1400	1017	–27,357
Эстония	421	419	–0,475
Другие страны	462	522	12,987

Число выездных туристских поездок граждан России в зарубежные страны по отношению к аналогичному периоду предшествующего года представлено в табл. 1.2.

Таблица 1.2

Выездные туристские поездки граждан России в зарубежные страны

	Предыдущий год	Рассматриваемый год	Изменение количества поездок граждан стран дальнего зарубежья, въехавших в РФ с целью туризма, по сравнению с аналогичным показателем предшествующего периода (+– %)
Всего	24 667	31 663	28,362
из них из стран:			
Абхазия	4302	4422	2,789
Азербайджан	652	729	11,810
Германия	1109	1325	19,477
Греция	798	862	8,020
Грузия	756	1101	45,635
Испания	789	937	18,758
Италия	709	887	25,106
Казахстан	2799	2954	5,538
Кипр	808	876	8,416
Китай	1687	2012	19,265
Литва	685	628	–8,321
Польша	1123	1232	9,706
Таиланд	858	1113	29,720
Тунис	619	519	–16,155
Турция	792	4518	470,455
Украина	1805	2275	26,039
Финляндия	2875	3456	20,209
Эстония	1501	1817	21,053

Анализируя данные, можно сделать вывод о том, что показатели въездных и выездных поездок повысились. Въездные туристические поездки увеличились на 20 %, а выездные — почти на 40 %. Таким образом, туристический отдых в другие страны с каждым годом растет с большим темпом по сравнению с поездками, которые совершаются непосредственно в Россию.

Число выездных туристских поездок граждан России в дальние зарубежные страны представлено в табл. 1.3.

Таблица 1.3

Въездные туристские поездки граждан России в дальние зарубежные страны

	Предыдущий год	Рассматриваемый год	Изменение количества выездных поездок граждан России на территорию дальнего зарубежья по сравнению с аналогичным показателем предшествующего периода (+– %)
Всего	3605	4011,10	11,265
из них в страны:			
Вьетнам	167	188,03	12,595
Германия	290	300,79	3,721
Испания	137	148,52	8,408
Италия	191	228,14	19,447
Китай	447	428,47	–4,146
Литва	140	142,75	1,961
ОАЭ	227	367,70	61,982
Польша	290	280,39	–3,314
Таиланд	398	505,77	27,078
Турция	155	244,36	57,652
Финляндия	753	751,53	–0,195
Эстония	410	424,65	3,573

Государственная программа определяет развитие культуры и туризма и представляет собой систему мероприятий государственной политики, которая в рамках реализации государственных функций обеспечивает достижение целей государственной политики в сфере культуры и туризма.

Сравнивая данные, видим, что число поездок в Россию и в другие страны увеличилось. Граждане РФ предпочитают отдых на территории России, чем в других странах. Несмотря на это процент числа туристических поездок увеличился в обоих сегментах.

Достижение целей предполагается путем решения следующих задач, отраженных на рис. 1.4:



Рис. 1.4. Задачи туристического кластера