

**СТРОИТЕЛЬСТВО ЖИЛЫХ ДОМОВ С
КОММЕРЧЕСКИМИ
ПОМЕЩЕНИЯМИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ
МАЛОГО И СРЕДНЕГО
БИЗНЕСА – ЭКОНОМИЧЕСКИЕ
И СОЦИАЛЬНЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ**

Агафонов М.И.

*Волгоградский государственный
архитектурно-строительный
университет
Волгоград, Россия*

На сегодняшний день есть ряд причин, мешающих развитию малого и среднего бизнеса. К одной из веских можно отнести нехватку коммерческой недвижимости, в т.ч. в жилых массивах. Несмотря на то, что многие застройщики стали закладывать в проекты жилых домов коммерческие помещения, подобная практика встречается эпизодически. А почему бы не привести это в систему? Тем более что первые этажи пользуются меньшим спросом, а цокольные для жилья не пригодны. Это особенно важно для новых микрорайонов, проектов с большой площадью застройки, где будет жить большое количество людей, нуждающихся товарах и услугах различного рода. Т.е. можно создать благоприятную ситуацию для развития малого и среднего бизнеса, вместо того, чтобы уплотнять районы, где и так достаточное количество магазинов, офисов и т.д. Малый бизнес можно рассредоточить по территории города, тем самым снизить нагрузку на транспорт, облегчить трудоустройство людям, которые заселяются в новые микрорайоны, увеличить объем налоговых поступлений и решить еще ряд социально-экономических задач.

Например, если Российская Федерация (ее субъект или муниципальное образование) станет заказчиком таких помещений, то они станут дополнительным источником дохода от последующей сдачи в аренду. В случае если

помещения будут принадлежать собственникам жилья, то управляющая компания также сможет использовать средства от аренды, например, снизив оплату коммунальных платежей для жильцов. Строительный комплекс необходимо как можно скорее переориентировать на коммерческую недвижимость в жилых домах, поскольку сейчас только 20% населения занято в малом бизнесе, а потенциально может быть занято до 80%, о чем свидетельствует опыт европейских стран. Т.е. нужно заранее задуматься, куда разместить потенциальные 60% и создать запас деловой недвижимости.

Полезная площадь всех первых этажей в небольшом жилом квартале в среднем составляет 2,5-3 тыс. м². Если даже половину этой площади отвести под коммерческую недвижимость, то уже можно разместить, например, дошкольное образовательное учреждение, пошивочные и ремонтные мастерские и другое (табл. 1 и 2).

Приведенные в таблицах площади для указанных видов услуг являются минимумом (3000 м²). При развитии бизнеса у предпринимателя практически нет возможности увеличить свою коммерческую площадь в этом микрорайоне. Это говорит о том, что жилые дома должны быть заранее подготовлены к развитию бизнеса. Помимо производственных и торговых помещений, предпринимателям могут потребоваться и небольшие складские помещения. В качестве складских можно заранее предусмотреть подвальные помещения. Следует отметить, что каждый вид услуг приведен в единственном числе, тогда как на практике может возникнуть небольшая конкуренция даже внутри одного микрорайона. Одним словом, для стимулирования большей конкуренции, для культивации новых видов услуг, для развития малого бизнеса необходимо значительно большее предложение деловой недвижимости.

Таблица 1

Усредненный перечень видов услуг, необходимых в каждом микрорайоне

Кол-во единиц на 1 микрорайон	Вид услуг, необходимый в микрорайоне	Требуемая минимальная площадь, м ²
1	Офис управляющей компании (ТСЖ и т.п.)	50
2-4	Помещения для тех. персонала управляющей компании	150
1	Парикмахерская (салон красоты)	40
1	Ремонт обуви и пошив одежды, прачечная, химчистка	50
1	Дошкольное образовательное учреждение	300
1	Юридические услуги	50
1	Тренажерный зал, аэробика, йога	200
1	Фотоателье, копировальные услуги	20
1	Ремонт бытовой техники	100
1-2	Услуги по проведению многолюдных торжественных и ритуальных мероприятий	300
	Другие виды услуг	240
		Итого: 1500

Таблица 2

Усредненный перечень торговой деятельности, необходимой в каждом микрорайоне

Кол-во единиц на 1 микрорайон	Вид торговли, необходимый в микрорайоне	Требуемая минимальная площадь, м ²
1	Продовольственный магазин	300
15	Продовольственные лавки (хлеб, кондитерские и колбасные изделия и проч.)	150
1	Аптека	50
1	Промышленные и хозяйственные товары	250
1	Мебельный магазин, магазин инструментов и др. хоз. нужд., спорттовары, товары для охоты и рыбалки, товары для животных и т.п.	400
	Другие виды торговли	350
		Итого: 1500

Важно отметить, что нужно как можно скорее принять меры для обеспечения малого бизнеса помещениями, скорректировав проекты жилых домов таким образом, чтобы каждый первый этаж жилого дома был не жилым, а коммерческим, поскольку сегодня темпы строительства жилой недвижимости активно наращиваются. За первые 5 месяцев 2010 года в Волгограде введено 95,7 тысячи квадратных метров жилья. Это на 38% больше, чем за аналогичный период 2009 года (59,2 тысячи квадратных метров). В сравнении с другими городами-«миллионниками» такими как Нижний

Новгород, Омск, Ростов-на-Дону, Казань, в 2009 году ввод в действие жилья был максимальным именно в Волгограде. Так, на территории Волгограда в 2009 году по сравнению с 2008 годом объемы ввода жилья снизились лишь на 13,4% в то время, как, например, в Омске – на 47,1%, в Челябинске – на 39,8%, в Уфе – на 30,3%, Самаре – на 29,4%.

Вместе с тем, в период с января по май 2010 года населению оказаны платные услуги на 30,9 млрд. рублей (104,7% к январю-маю 2009 года). В общем объеме платных услуг бытовые услуги составили 11,4% и выросли к

аналогичному периоду прошлого года в 1,6 раза. Всего услуг бытового характера оказано на 3,5 млрд. рублей. Наибольший рост объема реализации бытовых услуг отмечен у предприятий по ремонту и строительству жилья и других построек (в 1,4 раза), у прачечных, парикмахерских (в 1,3 раза), предприятий по пошиву и вязке трикотажных изделий (на 23,6%).

Чтобы иметь четкое представление, для каких конкретно целей должна закладываться в проект жилого дома коммерческая недвижимость, можно провести ранжирование видов деятельности по уровню экономической или социальной необходимости присутствия вблизи жилых домов, а так же занимаемой ими площади в долевого выражении (табл. 3).

С точки зрения создания рабочих мест, т.е. поглощения трудоспособного населения жилых массивов необходимо рационально распределить имеющуюся деловую недвижимость. Ос-

новным условием такого распределения является максимальное количество сотрудников на минимальной коммерческой площади фирмы (сохранив при этом трудовую гигиену и нормальные условия труда). Однако менее эффективные с экономической точки зрения виды деятельности могут оказаться более востребованными и даже необходимыми с социальной стороны. Именно по этой причине дошкольные образовательные учреждения заняли 4 место по значимости (табл. 3). Занимая минимум 13% от имеющейся площади взятого для примера микрорайона, такое учреждение не может дать много рабочих мест. Однако оно высвобождает людей для работы, занимаясь их детьми. Социально необходимые дошкольные учреждения должны находиться внутри жилых домов еще и потому, что встроенное помещение обойдется значительно дешевле, чем отдельно стоящее здание.

Таблица 3

Ранжирование видов деятельности внутри жилой застройки по уровню экономической или социальной необходимости

Экономическая и социальная значимость	Вид деятельности	Доля занимаемой площади от общей, %
1	Офис управляющей компании (ТСЖ и т.п.), помещения для тех. персонала управляющей компании	5
2	Продовольственный магазин и продовольственные лавки	15
3	Аптека	1,5
4	Дошкольное образовательное учреждение	13
5	Услуги по проведению торжеств и проч.	12
6	Парикмахерская, салон красоты	1,5
7	Магазины хозяйственного назначения	22
8	Тренажерный зал, аэробика и т.п.	7
9	Ремонт обуви, пошив одежды, ремонт сложной бытовой техники	5
10	Фотоателье, копировальные услуги, канцелярские товары	1
11	Юридические услуги	2
12	Другие виды услуг и торговли	20
		100

Само присутствие малого бизнеса в жилых кварталах может дать ряд экономических и социальных улучшений. В первую очередь это развитая инфраструктура жилых микрорайонов. Человек, нуждающийся в каком-либо товаре или услуге, может сэкономить значительное количе-

ство времени, поскольку не будет необходимости далеко ехать. Экономии времени получают и жильцы, которые трудоустраиваются в собственном микрорайоне (имея 3 тыс. м² коммерческой недвижимости можно трудоустроить минимум 15% жителей микрорайона). Отсутствие необхо-

димости передвижения по городу частично снимет нагрузку с общественного транспорта. Высвободившееся время можно будет использовать на отдых, на решение личных дел, а также на лучшую реализацию воспитательной функции, если в семье есть ребенок.

Если есть опасения, что какие-то услуги не будут пользоваться спросом, то можно поставить в пример как в советское время было определенное количество продовольственных и хозяйственных магазинов на жителей микрорайонов. Однако сегодня супермаркетов, торговых центров и проч. в десятки раз больше прежнего количества и отсутствие спроса не наблюдается. А главное, что люди высвободили огромное количество времени не простаивая в очередях. Поэтому развитие рынка услуг с точки зрения рентабельности опасений не вызывает.

Предположительно, около 15% жителей микрорайона можно было бы обеспечить работой в непосредственной близости от места их проживания, в том числе на неполный рабочий день. В числе трудоустроенных могут быть женщины, находящиеся в декретном отпуске, люди с ограниченными возможностями, а также пенсионеры, желающие продолжать трудовую деятельность (включая возможность брать работу на дом).

Вместе с тем, для соблюдения интересов жильцов, муниципалитету необходимо принять нормативный акт о запрете на устройство магазинов по продаже химических изделий, оборудование бань, дискотек, танцевальных студий, организацию продажи автомобильных аксессуаров и т.п. А также необходимо проектирование деловой недвижимости таким образом, чтобы потоки жильцов и потребителей не пересекались, т.е. нужны отдельные входы, преимущественно с фасада здания.

Во многих странах люди, получившие более высокооплачиваемую работу, стремятся перебраться поближе к своему офису, предприятию. Как правило, квартиру снимают в наем. Если бы РФ или ее субъекты строили определенную долю жилых домов для последующей сдачи в

аренду квартир – несомненно, найдется часть населения, которая сможет обеспечить спрос. При таком решении проблемы географического «слияния» бизнеса и жилья удастся не только приблизить бизнес к месту проживания, но и даст возможность человеку приблизить свою жилплощадь к месту работы.

Если есть опасения, что какие-то услуги не будут пользоваться спросом и что может появиться избыток деловой недвижимости, то можно поставить в пример как в советское время было определенное количество продовольственных и хозяйственных магазинов на жителей микрорайонов. Однако сегодня супермаркетов, торговых центров и проч. в десятки раз больше прежнего количества и отсутствие спроса не наблюдается. А главное, что люди высвободили огромное количество времени, не простаивая в очередях.

Список литературы

1. Постановление главы Волгограда от 04.09.2009 № 2223 "О назначении публичных слушаний по проекту постановления главы Волгограда об одобрении прогноза социально-экономического развития Волгограда на 2010 год и плановый период 2011-2012 годов"
2. Статистический сборник «Социально-экономическое положение г.Волгограда» за январь-май 2010 г. Территориальный орган Федеральной службы Государственной статистики по Волгоградской области, июнь 2010 г.

ИННОВАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ХОЗЯЙСТВЕННОГО КОМПЛЕКСА РЕГИОНА

Афонасова М.А.

*Томский государственный университет
систем управления
и радиоэлектроники
Томск, Россия*

В современных условиях конкурентоспособность экономики все в большей степени зависит от ее способности осваивать и внедрять