

22 декабря 2021

## Как бизнесу подготовиться к росту ставок на складскую недвижимость?

**Стабильный рост ритейла и динамическое развитие e-commerce канала провоцируют все более высокий спрос на складскую недвижимость и снижение количества вакантных площадей. По данным Knight Frank Research, в первом полугодии 2021 года 40% складских сделок в Московском регионе приходилось именно на сегмент e-commerce. Аналитики Marketbeat Full Edition от Cushman & Wakefield сообщают, что доля вакантных площадей к концу октября 2021 упала до показателя менее 1%. В связи со сложившейся ситуацией растут арендные ставки.**

Как уже сегодня бизнесу действовать в условиях, которые диктует рынок складской недвижимости, рассказывает Татьяна Ваганова, эксперт направления Supply Chain Design ГК «КОРУС Консалтинг».

### Складская недвижимость дорожает

К середине 2021 года средняя ставка аренды на склады класса «А» в Московской области выросла на 5% за год – до 4 150 рублей за квадратный метр. Стоимость аренды в совершенно новом объекте, который будет строиться под конкретного клиента, так называемый build-to-suite, может достигать уже 5 000 рублей за квадратный метр в год. Для некоторых локаций Москвы и Санкт-Петербурга рост и вовсе достиг 40%. Стоит отметить, что эта

тенденция затронула и другие регионы.

У повышения ставок есть две основные причины: во-первых, рост цен на строительные материалы – только за первое полугодие он составил 25–30%. Во-вторых, рост зарплат строительных и складских рабочих на фоне нехватки трудовых ресурсов около 20–25%. Предпосылок к тому, что цены откатятся назад, пока нет.

Провайдеры складских услуг и инвесторы вынуждены поднимать цены для выхода на целевой уровень рентабельности. Новые помещения предлагаются уже по выросшим тарифам, и цены на старые склады после завершения сроков действующих контрактов тоже будут подниматься до среднерыночных.

По прогнозам экспертов, ставки на рынке складской недвижимости на начало 2022 года вырастут существенно – от 10 до 30 % по отношению к уровню середины текущего года, и этот тренд роста сохранится до 2023–2024 года.

## **Бизнес реагирует инвестициями**

Рост ставок заставляет бизнес принимать быстрые взвешенные решения и не откладывать вопросы об инвестициях на расширение складских площадей или на изменение самой структуры логистической сети. Любые промедления будут ослаблять конкурентные позиции и стоить внушительных затрат.

Опыт крупных розничных сетей в устойчивых регионах присутствия демонстрирует, что инвестирование в создание собственной складской

инфраструктуры – это независимость от текущей ситуации, фора на несколько шагов впереди по сравнению с конкурентами. Например, X5 Group и «Магнит» имеют собственные склады во многих регионах, что обеспечивает компаниям более низкий уровень затрат на складскую логистику в текущих рыночных условиях.

Очевидные преимущества строительства собственных складов – контроль и гарантия стабильности уровня складских затрат, конкурентное преимущество на растущих ставках аренды. Поэтому ритейлеры продолжают строить склады: в 2021 году новые объекты анонсировали такие компании как «Комус», «Fix Price», «Сад-Гигант», «К-Флекс», «Юникосметик», «Почта России».

Для компаний, вступающих в договорные отношения аренды, оптимальным решением могут стать долгосрочные условия сотрудничества с прозрачной и фиксированной системой индексации ставок, так называемый openbook. Это может застраховать их от поднятия цен в одностороннем порядке.

## **Что выбрать: аренду или собственные площади?**

Что выгоднее – строить собственные склады, арендовать или пользоваться услугами 3PL-операторов? Это очень непростой вопрос, а ответ на него не самый очевидный. Для выбора решения необходимо провести глубокий анализ имеющейся инфраструктуры с учетом стратегии компании.

Выбирая между решением о строительстве и долгосрочной аренде, бизнесу нужно ответить на вопросы:

### **1.**

Как изменится спрос на его товары на стратегическом горизонте 5–7 лет?  
Если предполагаете рост, то в каких каналах продаж, и каким он будет в каждом регионе по отдельности?

**2.**

Какие имеются планы по расширению/сокращению торговой сети, каналов реализации, клиентской базы, ассортимента?

**3.**

Какой ассортимент будет храниться на складе?

**4.**

Каких клиентов (сгруппированных по каналу продаж, географии и другим критериями) будет обеспечивать склад?

**5.**

Будет ли выбранная для склада локация и его конфигурация актуальны на весь период срока окупаемости решения?

**6.**

Какие льготы можно получить при инвестировании в строительство объекта в том или ином регионе?

**7.**

Какой будет долговая нагрузка предприятия в случае принятия решения об инвестициях в строительство собственного склада?

Ответы на эти вопросы не универсальны, их стоит рассматривать в контексте конкретной компании. Опираясь на них, а также на долгосрочные и

краткосрочные планы, бизнес может принять решение о наиболее эффективном, доступном и менее рискованном способе развития своей складской инфраструктуры.

## Тесты в безрисковой среде

Ситуация на рынке быстро меняется, и ритейлеры, производители, компании e-commerce вынуждены оперативно корректировать планы стратегического развития. Бизнесу придется быстро решать – отказываться ли от действующих договоров аренды, менять ли проекты открытия новых складов или магазинов. Уже сейчас понятно, что каждая ошибка обойдется дорого.

Перед принятием решения стоит провести экономический расчет всех возможных вариантов. Некоторые компании выполняют его на основании вопросов, которые описаны выше, вручную – используя совсем несложные математические формулы в Excel. Но для крупного бизнеса такое решение не подойдет, здесь для оценки гипотез лучше использовать специальные инструменты, например – математическое моделирование. Оно позволяет в безрисковой среде просчитать все возможные комбинации логистических цепочек, и выбрать наиболее эффективные.

Например, компания «Магнит» разработала оптимизационную математическую модель на базе промышленного решения. Цифровой двойник цепочек поставок позволил торговой сети ответить на следующие вопросы:



Какое оптимальное количество складов потребуется для удовлетворения покупательского спроса на горизонте 5–7 лет, и где они должны быть расположены?

- Какой размер капитальных затрат необходим и каким будет срок их окупаемости?
- Какие зоны какой площади должны быть в каждом из новых складов, а также как их трансформировать на уже существующих складах?
- Как должна выглядеть и меняться оптимальная конфигурация и структура цепочки поставок от года к году?
- Какова стоимость каждого из уникальных сценариев развития компании, и какой из них является оптимальным с точки зрения логистических затрат?

Реализация этой стратегии позволила «Магниту» за два года снизить операционные затраты на логистику до 5%, а потенциальный эффект в течение последующих 5 лет может достигнуть 10%. Другой пример: компания «Яндекс» в 2018 году с помощью математического моделирования определила для сервиса «Беру» (сегодня – «Яндекс.Маркет») оптимальную стратегию развития цепочек поставок на горизонт 5 лет. Компания при помощи цифрового двойника просчитала оптимальные локации для открытия собственных фулфилмент-центров и их зоны покрытия. Сегодня многие из этих объектов располагаются именно в тех географических точках, которые были рекомендованы, и эффективно работают спустя 4 года. Один из ключевых вопросов логистики сегодня – это использовать сторонние услуги или обходиться исключительно собственными мощностями. Есть и третий вариант – комбинировать то и другое. Любое решение влечет за собой

большие инвестиции, главное – заранее оценить все сценарии и выбрать максимально эффективный вариант.

