Предложение растет, спрос падает. В третьем квартале в Петербурге ввели в эксплуатацию шесть бизнес-центров | **18**

КН

Тематическое приложение к газете **Коммерсантъ**

Коммерческая недвижимость

Вторник 28 октября 2014 №196 (5469 с момента возобновления издания) **www.kommersant.ru/regions/78**

Цветные тематические страницы №17–20
являются составной частью газеты «Коммерсантъ».
Рег. №01243 22 декабря 1997 года.
Распространяются только в составе газеты.
Подписчики получат цветные тематические страницы:
«Дом», «Телеком», «Банк», «Страхование», «Стиль», «Рождество» и другие.

19 | Засилье торговых сетей в Петербурге отрицательно сказывается на развитии рынка коммерческой недвижимости

20 | Архитектура влияет на качество объекта недвижимости — дело не только в «красивом фасаде», но и в эргономике здания

В Петербург приходят новые офисные форматы. На это влияет множество факторов — и желание девелоперов подстроиться под нужды клиентов в условиях обострившейся конкурентной борьбы, и развитие технологий, которые все больше позволяют работать из дому, а потому не требуют прежних офисных объемов.

Офисы берут на себя представительские функции

— новые форматы —

Большое значение для арендаторов приобрело инженерное оснащение бизнес-центра, например, характеристики системы вентиляции и кондиционирования, мощность чиллера (холодильной машины) и вентустановки. Все чаще арендаторы предъявляют особые требования к сервису, который предоставляет управляющая компания. Как правило, они хотят знать управляющего зданием, того, кто будет отвечать за комфортные условия работы в офисе. В некоторых случаях арендаторы прописывают в договоре стандарты сервиса, например, скорость реагирования управляющей компании на просьбы и жалобы. Ключевое значение начинает играть гибкость офисного пространства, возможность использовать его максимально эффективно. «Практикой последних лет стало создание проектов планировки будущего офиса для нескольких помещений, попавших в шорт-лист. На основании этих проектов делается окончательный выбор», — рассказывает о нюансах подбора помещений под офис Лилия Еременко, руководитель отдела по работе с владельцами офисных помещений компании JLL в Санкт-Петербурге.

ЕВГЕНИЙ ПАВЛЕНКО

Качественные изменения рынка труда, перестройка форматов занятости, в первую очередь развитие механизмов удаленного сотрудничества, а также другие модели повышения мобильности – все это серьезно влияет и на рынок коммерческой недвижимости, и прежде всего – на офисный сегмент

Инфраструктура во главе угла

Евгений Якушин, генеральный директор «УК Система», добавляет: «Арендаторы уделяют внимание инфраструктуре в офисном центре: наличие в здании конференц-залов, отделений банков или банкоматов, а также пунктов питания играет немаловажную роль. Важно отметить, что эти вопросы волнуют арендатора только в момент выбора офиса. Разумеется, это не относится к якорным арендаторам, которые щепетильно относятся к вопросу эксплуатации помещения».

Госпожа Еременко также отмечает, что в последние годы прослеживается тенденция к уходу от кабинетной планировки в сторону open space. «Даже те компании, которые не готовы полностью отказаться от кабинетов, уходят от мелкой нарезки. Кабинеты, рассчитанные на два-три человека, постепенно уступают место более крупным, где может разместиться отдел, состоящий из десяти сотрудников», — говорит госпожа Еременко.

Она отмечает также, что при организации офиса open space многие арендаторы стремятся сформировать в рабочей зоне небольшое пространство для рабочих встреч. Это не традиционная закрытая переговорная комната, а часть открытого пространства, недалеко от рабочих мест, визуально ограниченная мебелью, где удобно провести короткие встречи сотрудников.

Влияет на требования к офисам и развитие интернет-технологий. Как считает госпожа Еременко, они сказались прежде всего на количестве серверных и телекоммуникационных комнат. «Если пять лет назад арендаторы, как правило, оговаривали рост числа серверных в течение времени, причем заметными темпами, сегодня благодаря облачным технологиям число таких помещений сокращается. Это позволяет снизить энергопотребление и сократить нагрузку на перекрытия здания», — говорит госпожа Еременко.

Свободу рабочему месту!

Открытая планировка офисного пространства, которая становится все более популярной среди арендаторов, делает возможным применение практики «свободного рабочего места» (desk sharing). Такой формат целесообразен только для крупных компаний, а также в том случае, когда большое количество сотрудников проводит много времени вне офиса. В этих условиях отсутствие закрепленных рабочих мест и предоставление их сотрудниками по мере необходимости может быть эффективным.

с18

Рынок топчется на месте

— связь —

Эксперты рынка телекоммуникаций констатируют неутешительные факты: рынок фиксированной связи в сегменте коммерческой недвижимости по итогам года ждет в лучшем случае нулевой рост, а то и вовсе минус. Клиенты операторов связи принялись активно сокращать издержки, снижая объемы потребления телефонии и интернета. Эксперты говорят, что 2014 год повторяет сценарий кризисных 2008–2009 годов, когда рынок находился в крутом пике. Аналитики прогнозируют, что связисты опять обратят свой взор на сегмент работы с государственными органами, уповая на его стабильность.

Все эксперты и участники рынка связи и независимые аналитики в один голос говорят, что рынок широкополосного доступа в интернет (ШПД) в Петербурге — один из самых конкурентных в России. В городе существует более 100 провайдеров. В некоторых домах представлено более десяти провайдеров.

Как ранее говорили „Ъ“ в компании InterZet, сегодня в Петербурге услуги ШПД предоставляют более 110 компаний — как локальных игроков, так и операторов федерального уровня. При этом усиливается конкуренция и со стороны сотовых операторов. Среди лидеров регионального рынка можно выделить такие компании, как InterZet, «Ростелеком», «Пин Телеком», «Вымпелком» (торговая марка «Билайн»). Если говорить о коммерческой недвижимости, то, по словам экспертов, крупнейшими игроками-провайдерами в Петербурге являются «ВестКолл», «Обит», «Смарт Телеком», «Мегафон», «Билайн».

с20

ЛСР Недвижимость

СТРОИТЕЛЬНАЯ КОРПОРАЦИЯ ВОЗРОЖДЕНИЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

(812) 688 88 88
www.6888888.ru

Особняк в фешенебельном квартале
«Парадный квартал», корпус 17/18

ГЕОРГИЕВСКИЙ
ОСОБНЯК

Санкт-Петербург, Парадная улица, дом 3, корпус 2

Первый фешенебельный квартал в центре Петербурга на площади 10 га, с жилыми и офисными зданиями, новыми улицами и площадью в центре. Все здания выполнены в классическом архитектурном стиле и имеют единое конструктивное решение. Проект объединяет 16 корпусов, 8 из которых — отдельно стоящие офисные особняки класса А+.

Введен в эксплуатацию

- Воссозданный исторический особняк
- В составе премиального офисно-жилого комплекса «Парадный квартал»
- Статусное местоположение, избранное окружение
- Последнее офисное здание «Парадного квартала»

Общая площадь особняка 12073,7 кв.м (в т.ч. площадь террас 25,9 кв.м)
Собственный паркинг на 61 м/место, а так же дополнительные м/места в паркинге «Парадного квартала».

ПРОДАЖА КВАРТИР И ОФИСОВ
в центре Петербурга

ЦЕНТР ПРОДАЖ
Санкт-Петербург, ул. Кирочная, д. 39

ОФИС ПРОДАЖ
Санкт-Петербург, ул. Казанская, д. 36

РЕКЛАМА

Офисы берут на себя представительские функции

— новые форматы —

с17 Пока такая практика не очень распространена в Петербурге. Даже в Москве, по данным проведенного JLL исследования, среди 20 крупнейших компаний, суммарно арендующих около 11% всех площадей в столице, лишь шесть использовали эту практику для некоторых специализированных отделов. Применение такой практики позволяет уменьшить затраты на аренду офисной недвижимости, но требует изменения подхода к организации рабочего пространства.

Илья Тюкин, директор ГК «Арт-фасад», говорит, что первопроходцем в части офисных форматов остается столица: «В Москве в последние несколько лет явно выделились три подхода к созданию офисных объектов, демонстрирующие видение девелопера. Европейский подход — офисные здания с небольшой глубиной (14–16 м); таким образом, в каждом офисе используются оба световых фронта, окна офиса выходят на оба фасада. Американский подход — создание помещений с большой глубиной (около 35 м), где посередине сконцентрировано техническое ядро, а офисы располагаются по бокам и выходят на одну сторону. И объекты приспособления, чаще лофты, с креативной составляющей и нетиповыми планировками и средой».

Влияет на офисные форматы и развитие интернета. В случае если значительная часть работы может быть сделана из дома, офис необходим для периодов внешних и внутренних совещаний.

Максим Клягин, аналитик УК «Финам Менеджмент», рассуждает: «Качественные изменения рынка труда, перестройка форматов занятости, в первую очередь развитие механизмов удаленного сотрудничества, а также другие модели повышения мобильности — все это серьезно влияет и на рынок коммерческой недвижимости, и прежде всего на офисный сегмент. Как о заметном тренде можно говорить, например, о появлении таких новых решений, как коворкинг. В целом процессы изменения рынка недвижимости на фоне развития постиндустриальных экономических трендов находятся в самом начале формирования, но их роль в среднесрочной перспективе определенно будет возрастать».

Реакция на кризис

«Рост количества удаленных работников уже наблюдался на рынке как реакция на кризис 2008–2009 годов, можно предположить, что в следующий кризисный период эта тенденция будет еще более заметна», — рассуждает Владислав Фадеев, руководитель отдела исследований JLL в Санкт-Петербурге.

Илья Тюкин, впрочем, полагает, что пока тенденция развития удаленной работы приобрела не слишком широкий характер: «По сути, формат удаленной работы подходит ограниченному количеству отраслей: IT, дизайнерам и ряду других творческих специальностей. Более того, для большинства российских компаний характерен несколько консервативный формат управления, в частности, жесткий контроль присутствия. Таким образом, интернет влияет на офисы скорее в том смысле, что становится неотъемлемой их частью».

Ольга Пономарева, вице-президент ГК Leorsa, говорит: «Год-два назад для таких специалистов в Петербурге получил развитие формат коворкингов».

Как отмечают эксперты, сегодня можно выделить два концептуально различных типа коворкинг-центров. Во-первых, это классический офис (в формате open space), где можно арендовать отдельное рабочее место, и арендаторами которого являются небольшие компании, отдельные сотрудники, при этом управляющая компания предоставляет услуги сервиса: функции единого секретаря, переговорные комнаты, инфраструктуру. При этом какого-либо единого профиля арендаторов не предполагается, так же как не предполагается их глубокого взаимодействия между собой. Такой формат размещения возможен для компаний, работающих с клиентами, но не нуждающихся (прежде всего по экономическим соображениям) в отдельном офисе. Часто в таком формате работают некоторые сотрудники в удаленных филиалах.

Другой моделью коворкинга является креативное пространство, в котором арендуют места в первую очередь представители творческих профессий — дизайнеры, архитекторы, некоторые IT-специалисты. В этом случае предполагается, что общее креативное пространство способствует эффективности работы. Если в первом случае офисное пространство оформлено как классический офис, то в коворкинге, ориентированном на творческие профессии, все более свободно — диваны, картины, общий дизайн помещения, зоны отдыха.

Как правило, коворкинги занимают небольшие помещения площадью от 30 до 700–1000 кв. м. «В перспективе развития такого формата работы коворкинг-центров должно быть много, они должны достаточно равномерно покрывать территорию города. Однако размеры каждого коворкинга останутся сравнительно небольшими», — прогнозирует господин Фадеев.

Вероника Лежнева, руководитель отдела исследований Colliers International в Санкт-Петербурге, резюмирует: «В среднем стоимость аренды рабочего места в месяц составляет 8–9 тыс. рублей. Однако в некоторых коворкинг-центрах можно арендовать рабочее место и на один день».

Олег Привалов

Торговые центры отбрасывают коньки

— инфраструктура —

В Петербурге около 15% действующих торговых комплексов имеют каток в качестве якорного арендатора. Одними из первых катки в качестве дополнительной развлекательной составляющей начали создавать торговые комплексы «Мега». Однако сегодня, говорят эксперты, мода на катки проходит.

Вероника Лежнева, директор департамента исследований компании Colliers International, говорит: «В торговых комплексах Санкт-Петербурга представлено около десяти катков. Наиболее крупные из них расположены в торговых комплексах „Меркурий“, „Гранд Каньон“, „Лето“, „Балкания Нова“ и „Континент на Бухарестской“. При этом катки в ТРК „Балкания Нова“ и „Меркурий“ управляются под единым брендом Ice Park — эти площадки также активно используются для проведения соревнований по керлингу. Помимо торговых центров, катки со свободным доступом для посетителей обычно присутствуют на спортивных площадках, например, во дворце спорта СКА, Ледовом дворце, дворце спорта „Спартак“, либо катки организуются под открытым небом в зимний период».

«Стоит отметить, что каток — это скорее имиджевая составляющая, позволяющая привлечь в комплекс дополнительные потоки посетителей, но с точки зрения экономики проекта она не приносит высокого дохода для собственников торговых комплексов. В целом это можно сказать обо всех развлекательных и спортивных составляющих торговых объектов», — уверена Екатерина Заволокина, руководитель проектов отдела стратегического консалтинга компании JLL в Санкт-Петербурге.

Валерий Трушин, руководитель отдела консалтинга East Real, подсчитал, что сегодня доля крытых катков в ТРК составляет около 10% от общего числа операторов развлечений.

Алексей Гулевский, руководитель отдела консалтинга Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate, говорит: «Во многих региональных и суперрегиональных ТРК сегодня присутствуют крытые катки как одна из развлекательных составляющих (например, в ТРК РИО, „Лето“, „Бухарестский“, „Мега Парнас“, „Гранд Каньон“, „Невский каскад“). Торговые комплексы заинтересованы в привлечении такого арендатора, как каток, так как он увеличивает суммарное время пребывания посетителей в торговом комплексе».

Валерий Трушин, впрочем, считает, что с потоками посетителей не все так однозначно: «Безусловно, привлечение развлекательных якорных арендаторов влияет на увеличение посещаемости и времени пребывания людей на территории ТЦ, но зачастую посещение таких развлечений носит целевой характер. Для собственников включение таких операторов важно с точки зрения увеличения посещаемости и заполнения крупной свободной площади, поскольку арендный доход увеличивается незначительно».

ИРИНА БУЖОР

Каток – это скорее имиджевая составляющая, позволяющая привлечь в комплекс дополнительные потоки посетителей, но с точки зрения экономики проекта она не приносит высокого дохода для собственников торговых комплексов

Вероника Лежнева добавляет: «Каток в качестве якорного арендатора для торгового центра — скорее способ привлечь дополнительную аудиторию, нежели источник дохода. Профессиональных операторов, умеющих управлять таким инженерно непростым объектом, не так много — нередки ситуации, когда девелопер управляет катком самостоятельно либо организует собственную управляющую компанию, занимающуюся катками, и в дальнейшем тиражирует этот тип арендатора на свои торговые центры».

Валерий Трушин обращает внимание на то, что при создании ледового катка в комплексе следует учитывать его технические особенности: необходима установка системы холодильников, особой системы вентиляции и кондиционирования.

Роман Евстратов, партнер ГК Rusland SP, пояснил: «Катки с искусственным льдом не так дороги, как с натуральным. Сооружение натурального льда требует значительной инженерной подготовки и существенно дороже в эксплуатации. В торговых центрах чаще встречаются катки с искусственным льдом или синтетическим покрытием. Затраты на строительство и оборудование такого катка могут составлять $400–500 тыс.».

Алексей Гулевский подсчитал, что крытые катки имеют длительный срок окупаемости, приближающийся к 7–9 годам.

Впрочем, Максим Клягин, аналитик УК «Финам Менеджмент», уверен, что расходы все-таки оправданны: «Подобная специальная инфраструктура, несмотря на дополнительные издержки и в среднем заметно более высокий уровень инвестиций, в условиях роста насыщения локального рынка может выступать сильным конкурентным преимуществом для современных многофункциональных комплексов».

Между тем госпожа Заволокина считает, что сейчас посетителей торговых комплексов уже не удивишь наличием катка, поэтому девелоперы уходят от данного формата. «Катки занимают достаточно большие объемы площадей, зачастую на наиболее ликвидных первых этажах, которые можно более эффективно использовать. Также катки сложны с точки зрения эксплуатации и обслуживания», — поясняет она. И действительно, некоторые операторы уже сворачивают деятельность катков, например, в ТЦ «Континент» на Байконурской каток этим летом закрылся.

Проектов с качественной спортивно-рекреационной составляющей (например, концертный зал, бассейн, аквапарк или крытый каток) все еще весьма мало. А потому не исключено, что на смену каткам в город придет какая-то новая инфраструктура, которая на некоторое время привлечет внимание посетителей торговых центров.

Роман Евстратов резюмирует: «Из интересных проектов, которые я видел в последнее время, мне понравилась концепция пляжных видов спорта, разработанная клубом BVC.SPb для торговых центров. Проект подразумевает создание площадок для пляжного волейбола, футбола и других развлечений на песке. С нашими долгими зимами подобные спортивные развлечения могут стать отличным „якорем“ для торгового комплекса. Пока этот проект не реализован, но, уверен, площадка для него обязательно найдется».

Денис Кожин

Предложение пополняется на фоне снижения спроса

— офисы —

В третьем квартале 2014 года в Петербурге ввели в эксплуатацию шесть бизнес-центров. До конца года ожидается ввод еще шести офисных центров. Участники рынка в следующем году ожидают увеличения уровня вакансии и снижения ставок аренды. Уже сегодня, говорят эксперты, в некоторых бизнес-центрах пустует половина площадей.

По данным Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate, в период с июля по октябрь в Санкт-Петербурге ввели в эксплуатацию шесть бизнес-центров (БЦ) арендопригодной площадью 69,7 тыс. кв. м. До конца года ожидается ввод еще шести офисных объектов.

В течение третьего квартала в Петербурге ввели в эксплуатацию два бизнес-центра класса А — БЦ «Пассаж» и БЦ «Тринити Плейс», один объекта класса В+ — БЦ «Стачек 59» — и три объекта класса В — БЦ «Мегапарк», БЦ в Финском переулке, 4, и БЦ Setl Center. На четвертый квартал запланирован ввод в эксплуатацию еще шести бизнес-центров арендопригодной площадью 54,45 тыс. кв. м.

Открытие БЦ «Формида» арендопригодной площадью 7,6 тыс. кв. м и БЦ «Серебряные зеркала» арендопригодной площадью 2,8 тыс. кв. м, ранее запланированное на третий и четвертый кварталы 2014 года соответственно, было перенесено на 2015 год.

По оценкам Astera, объем ввода офисных площадей во втором полугодии 2014 года составит 124,155 тыс. кв. м. В случае реализации заявленных планов предложение на рынке офисной недвижимости Петербурга за 2014 год вырастет на 8,8% и достигнет 2,2 млн кв. м.

Безусловными лидерами по вводу офисных площадей в третьем и четвертом кварталах станут Петроградский и Московский районы города, в которых будут введено 39,85 и 33,8 тыс. кв. м арендопригодных площадей соответственно. «Это почти две трети нового предложения, ввод которого запланирован на вторую половину 2014 года», — отмечает Алексей Гулевский, руководитель отдела консалтинга Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate.

Третий квартал традиционно является периодом низкого спроса на рынке офисных площадей, что обусловлено периодом летних отпусков, однако в 2014 году ситуацию на рынке осложнили внешнеполитическая конъюнктура и введенные экономические санкции.

Эксперты Astera отмечают, что большинство бизнес-центров, введенных в эксплуатацию в 2014 году, не выполняют составленные ранее планы заполнения. Во многих новых объектах уровень вакансии к моменту ввода достигает 50%. Это связано с уходом из Петербурга в 2014 году ряда иностранных компаний, с неопределенностью на рынке и с завышенными арендными ставками.

«Уровень вакансии в бизнес-центрах класса А в третьем квартале остался на уровне предыдущего квартала и составил 16,4%. При этом в классах В+, В и С зафиксировано некоторое увеличение объема свободных площадей на 7; 9,2 и 4,4% соответственно», — говорят в NAI Becar.

По словам управляющего директора PM NAI Becar Натальи Скалландис, в последние месяцы тенденция к неравномерному заполнению помещений в зависимости от объекта сохранилась. «Что касается коммерческих условий на аренду офисной недвижимости, то третий квартал охарактеризовался снижением арендных ставок на помещения всех классов. В классах А и В стоимость аренды уменьшилась пока незначительно, на 2–3%, в то время как в классе В+ в условиях обострения конкуренции понижение средней арендной ставки составило 8,5% относительно второго квартала 2014 года», — отмечает эксперт.

Владислав Фадеев, руководитель отдела исследований компании JLL в Санкт-Петербурге, заявил: «Постепенное снижение девелоперской активности, которое ожидается в 2015 году, связано с ограниченным спросом, наблюдающимся в настоящий момент. С учетом высокого уровня вакантных площадей прогнозируемые сроки заполнения новых объектов оказываются достаточно длительными. В связи с этим девелоперы будут вынуждены либо снижать арендные ставки для обеспечения заполняемости помещений, либо смириться с длительными сроками экспонирования. Если в 2015 году мы ожидаем окончания строительства объектов, которые были начаты еще в прошлом году и находятся в высокой степени готовности, то реализация ряда проектов, запланированных на 2016 год, уже отложена. Ввиду данного тренда в дальнейшем мы ожидаем еще более существенного снижения ввода».

«Можно констатировать, что спрос на офисы изменился, оптимизировался. Компании либо арендуют меньшую площадь, чем планировали изначально, либо переезжают в офисы с более низкой арендной ставкой, либо остаются в текущем бизнес-центре, но часть площадей сдают в субаренду или отказываются от них, если такая возможность предусмотрена договором аренды», — полагает Алексей Гулевский.

По данным Astera, наиболее востребованными в третьем квартале стали офисы площадью от 100 до 200 кв. м (37% заявок) и помещения площадью от 200 до 500 кв. м (31% заявок), в то время как во втором квартале наибольшим спросом пользовались помещения площадью от 200 до 500 кв. м (78% заявок).

По данным NAI Becar, наиболее крупной сделкой в классе А стала аренда почти 1,2 тыс. кв. м офисных площадей компанией CSBI в бизнес-центре Technopolis Pulkovo. Такую же площадь занял Северо-Западный филиал ФГУП «УВО Минтранса России» в реконструированном в прошлом году бизнес-центре «Терминал» класса В+ в Кировском районе. Самая крупная сделка состоялась в бизнес-центре «Базен», где компания «Вымпелком» арендовала свыше 1,6 тыс. кв. м для своей технической дирекции. В сегменте С страховая группа «Уралсиб» взяла в аренду 1,35 тыс. кв. м в бизнес-центре «Красная заря» для размещения отдела продаж, центра урегулирования и бэк-офиса.

Другие параметры спроса в настоящий момент не претерпели изменений. Наиболее востребованными у арендаторов остаются Центральный, Адмиралтейский и Петроградский районы города. «Мы отмечаем, что, несмотря на нехватку парковочных мест, а также высокие арендные ставки, потенциальных арендаторов интересует в первую очередь центр города. Следующий по популярности у арендаторов район Петербурга — Московский», — комментирует Алексей Гулевский.

Ключевыми параметрами офисного объекта для клиентов остаются локация и арендная ставка. «Класс бизнес-центра имеет гораздо меньшее значение, чем пешая доступность от метро. Также большинство клиентов отдают предпочтение офисам с полной отделкой, что позволит им переехать в короткий срок без дополнительных затрат», — добавляет господин Гулевский.

По данным анализа заявок, поступивших в Astera в течение отчетного периода, основной спрос на офисные площади в третьем квартале создавали предприятия сферы услуг, поставщики оборудования, строительные и транспортные компании. Среди предприятий сферы услуг наибольший удельный вес в общем объеме заявок имеют IT-компании.

Эксперты Astera отмечают, что арендные ставки на офисные помещения в третьем квартале оставались стабильными. Собственники продолжали декларировать их на уровне второго квартала.

Таким образом, средняя арендная ставка в классе А осталась на уровне 1300 рублей за кв. м в месяц (без НДС), в классе В — на уровне 900 рублей.

с19

коммерческая недвижимость

Под одну гребенку

— сети —

Засилье торговых сетей в Петербурге, как считают эксперты рынка, отрицательно сказывается на рынке коммерческой недвижимости города: общее число операторов на рынке сокращается, а это ведет к клонированию концепций торговых комплексов, когда набор магазинов идентичен и однообразен.

Петербург традиционно считается столицей торговых сетей. Если в Москве доля сетевых компаний в общем объеме розницы составляет около 20% (среднероссийский показатель), то в Петербурге на сети приходится более 50% торгового оборота. Участники рынка полагают, что это может негативно повлиять на развитие торговли. По данным Росстата, Санкт-Петербург является единственным в России регионом с долей сетей более 50%.

Вероника Лежнева, руководитель отдела исследований Colliers International в Санкт-Петербурге, подсчитала, что в настоящее время в Петербурге ведется строительство восьми отдельно стоящих гипермаркетов суммарной общей площадью около 75 тыс. кв. м, что составляет около 10% от текущего объема торгового строительства.

«Высокая концентрация гипермаркетов в Санкт-Петербурге оказывает существенное влияние на развитие остальных типов продовольственных торговых сетей, так как предлагает покупателю широкий спектр товаров по сравнительно низким ценам. Нахождение гипермаркетов в спальных районах на основных магистралях (в том числе и внутри жилых кварталов) приводит к тому, что формат „магазин у дома“ развивается гораздо медленнее», — считает Вероника Лежнева.

Как говорят участники рынка, засилье торговых сетей влияет и на строительные проекты в области коммерческой недвижимости.

Роман Евстратов, партнер Rusland SP, добавляет: «Торговые сети разрабатывают единые стандарты отделки и оборудования своих помещений. Торговые центры, концепция которых предполагает размещение сетевых арендаторов, должны учитывать эти требования в проекте. Здесь на помощь могут прийти профессиональные консультанты, которые знают требования сетевых ритейлеров и разрабатывают концепции торговых центров с их учетом».

Анастасия Балмочных, руководитель отдела торговых площадей компании JLL в Санкт-Петербурге, видит в засилье сетей и некоторую опасность для рынка. Распространение сетей уменьшает общее число операторов на рынке. А это ведет к клонированию концепций торговых комплексов, когда набор магазинов идентичен и однообразен. «Конечно, подобные проекты малоинтересны и потребителю, и самим ритейлерам, ведь подобный tenant-mix не способен генерировать значительный поток посетителей. В итоге девелоперам ТРК, где набор арендаторов копирует другие объекты, для привлечения ритейлеров приходится проявлять гибкость в формировании арендных ставок, что негативно сказывается на экономике проекта. В условиях отсутствия новых сетей существующие операторы менее заинтересованы в расширении, так как они уже заняли свою нишу, обеспечили себе достаточную представленность во всех районах города.

Особенно такой подход становится актуальным в ситуации сложных экономических условий, которую мы наблюдаем сейчас. Сетевые ритейлеры оценивают эффективность существующих и планируемых магазинов, оптимизируя сети путем закрытия неэффективных торговых точек. Ситуация негативно сказалась и на появлении в Петербурге новых сетей. Те крупные международные операторы, которые анонсировали свои планы по выходу на рынок в 2014–2015 годах, в результате политической и экономической неопределенности взяли паузу и находятся в стадии принятия решения. Это касается не только Петербурга, но и Москвы. В итоге наш город до сих пор ждет, когда у нас появятся такие бренды, как Debenhams, Banana Republic, Women'Secret и другие», — огорчается госпожа Балмочных.

Она полагает, что немаловажным фактором, влияющим на их появление, является и недостаточное количество по-настоящему качественных торговых комплексов. «Несмотря на то что обеспеченность Петербурга торговыми площадями выше показателя Москвы и среди российских городов-миллионников уступает лишь Екатеринбургу, торговых комплексов, востребованных ритейлерами, в городе не так много. Крупные международные бренды, как правило, готовы рассматривать для открытия своих магазинов не более пяти из существующих торговых комплексов Петербурга. При этом они заинтересованы прежде всего в суперрегиональных объектах с арендуемой площадью не менее 55–60 тыс. кв. м, помимо этого, ключевыми параметрами для них являются локация объекта, качественный tenant-mix, способный генерировать поток покупателей. Хочется надеяться, что новые торговые объекты, которые запланированы к вводу в перспективе ближайших нескольких лет, смогут стать достойной площадкой для известных сетей, которых заждался наш город», — резюмирует Анастасия Балмочных.

С ней согласны и аналитики «Финам Менеджмент». Они считают, что, учитывая высокий уровень насыщенности локального рынка, потенциал дальнейшего органического роста количества торговых объектов здесь ограничен. Тем не менее благодаря высокой деловой активности и значительному спросу рынок торговой недвижимости, безусловно, продолжает развиваться достаточно высокими темпами. «Вместе с тем в настоящий момент конъюнктура в отрасли достаточно сложная. Необходимо отметить, что в условиях выраженного замедления экономического роста потребительский спрос остается слабым, что оказывает давление и на ритейл, и на потребительский сектор в целом. В среднем по РФ темпы роста розничных продаж в сопоставимых ценах в январе — мае были почти на один процентный пункт ниже, чем за аналогичный период прошлого года: 3,1 против 3,9%. Для локального рынка Санкт-Петербурга в силу высокой базы характерно даже более выраженное негативное влияние», — говорит Максим Клягин, аналитик УК «Финам Менеджмент».

Отрицательно влияет засилье торговых сетей и на эксплуатационный бизнес. Евгений Якушин, генеральный директор «УК Система», сетует: «Сегодня мы наблюдаем парадоксальное явление: сетей торговли становится больше, но спрос на услуги эксплуатации среди них стремительно сокращается. Это объясняется тем, что многие торговые сети предпочитают работать с одной-двумя эксплуатирующими компаниями на всех объектах. Все, конечно, очень сильно зависит от видения руководства, но такая схема многим представляется более удобной, чем постановка разных точек на обслуживание у разных организаций. Кроме того, торговые сети зачастую все переделывают под себя, руководствуясь собственными стандартами и экономическими соображениями. Главные требования для них — недорогое содержание и большая посещаемость торговой точки».

Роман Русаков

Туманные перспективы коммерческого девелопмента

— прогноз —

Рынок торгового девелопмента постепенно замедляется. Первая половина 2014 года не принесла вообще новых проектов, в третьем квартале в городе открылись лишь два новых торговых центра — ТРК «Монпансье» и ТЦ «Адмирал». На прошлой неделе состоялась главная торговая премьера — открытие ТРК «Европолис», но даже с ней объемы ввода по итогам 2014 года составят почти в полтора раза меньше, чем вводилось ежегодно в 2011–2013 годах. Еще более удручающая картина ожидается в последующие годы.

Как говорят в Colliers International, после ввода новых комплексов объем рынка качественных торговых центров в Петербурге достиг 2,6 млн кв. м. Суммарный ожидаемый объем ввода торговых центров в этом году составит около 130 тыс. кв. м. По прогнозам аналитиков компании, в 2015–2016 годах объемы строительства новых торговых центров составят около 250 тыс. кв. м.

Некоторые аналитики еще более пессимистичны. Так, в Astera полагают, что в 2015 году прогноз объемов ввода качественных торговых площадей составляет чуть менее 50 тыс. кв. м. «Перспективы реализации многих проектов даже в среднесрочном периоде пока не определены, ведь в активной стадии строительства из объектов, намеченных на 2016 год, находится лишь ТРЦ „Охта Молл“», — говорят в Astera.

В Astera говорят, что, несмотря на открытие новых комплексов, в третьем квартале не произошло существенного изменения рейтинга районов города ни по одному из показателей. По-прежнему лидером по количеству торговых площадей на 1 тыс. жителей является Московский район, позиция которого еще более укрепится в 2015 году, когда будут введены два торговых центра суммарной арендуемой площадью 48,8 тыс. кв. м. Приморский опережает другие районы Петербурга по общему объему качественных площадей в торговых центрах (его доля составляет чуть более 20%).

Ситуация на рынке аренды площадей в торговых центрах остается неоднородной, иллюстрируя важность качества проекта, умения управляющей компании договариваться с текущими арендаторами и привлекать новых. В целом по рынку по итогам третьего квартала диапазон арендных ставок для арендаторов различного профиля остался на прежнем уровне, однако высокая вакансия в ряде проектов вынуждает собственников идти на серьезные скидки для сохранения арендаторов в торговом центре.

Владислав Фадеев, руководитель отдела исследований компании JLL в Санкт-Петербурге, прокомментировал: «Сегодня арендаторы глубже и тщательнее изучают каждую отдельную площадку, и те недостатки, на которые раньше закрывали глаза, сейчас подвергаются детальному анализу. Новые проекты торговых центров оцениваются более детально, чем уже действующие и „проверенные“ объекты. Сейчас принятие решений по аренде занимает гораздо более продолжительный период, чем раньше. Связано это и с динамикой товарооборота: по данным официальной статистики, обороты розничной торговли за январь — август 2014 года выросли всего на 0,2% по сравнению с предыдущим годом, тогда как обороты оптовой торговли снизились на 5%, общественного питания — на 8%».

Реакцией со стороны ритейлеров и девелоперов на снижение покупательной способности потребителей является ориентация на товары массового спроса, а также увеличение интереса к таким форматам недвижимости, как дисконт-центры и аутлет-центры.

В третьем квартале 2014 года уровень вакантных площадей в торгово-развлекательных центрах города остался на уровне 5,5%. Следует отметить, что в наиболее качественных торговых комплексах объем свободных помещений по-прежнему остается близким к нулю, в некоторых есть лист ожидания.

Анастасия Балмочных, руководитель отдела торговых площадей компании JLL в Санкт-Петербурге, отметила: «С учетом сравнительно небольшого объема новых проектов, которые будут реализованы в течение 2014–2016 годов, мы уверены, что они будут пользоваться спросом со стороны ритейлеров, ведь последние по-прежнему заинтересованы в рынке Петербурга. Торговым операторам сейчас важно не упустить момент, ведь ситуация на рынке рано или поздно стабилизируется, что приведет к выходу отложенного потребительского спроса, но к тому моменту площадок для развития в новых торговых центрах может не остаться, либо коммерческие условия в них будут значительно выше текущих».

Рынок Санкт-Петербурга остается одним из наиболее насыщенных с точки зрения обеспеченности торговыми площадями (всего торговая площадь современных объектов составляет 3,4 млн кв. м, из них на качественные торговые центры приходится 2,57 млн кв. м площадей), и конкуренция здесь по-прежнему высока.

«Ситуация на рынке торговой недвижимости Санкт-Петербурга сохраняется неоднородной. На рынке присутствуют как торговые центры с высоким уровнем вакансии, так и объекты, которые пока не испытывают проблем с заполняемостью.

АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

Аналитики говорят: торговым операторам сейчас важно не упустить момент, ведь ситуация на рынке рано или поздно стабилизируется, что приведет к выходу отложенного потребительского спроса, но к тому моменту площадок для развития в новых торговых центрах может не остаться

На текущий момент доля свободных площадей в торговых центрах в среднем по рынку не превышает 4%, хотя в отдельных проектах она достигает 15–25%. Стоит отметить, что такой высокий уровень вакансии в ряде проектов наблюдается уже продолжительное время», — говорит Анна Никандрова, региональный директор по торговой недвижимости Colliers International в России.

Она отметила, что наблюдается удлинение сроков ведения переговоров, так как собственники и арендаторы стараются искать компромиссные решения по коммерческим условиям. В объектах, где арендная кампания находится в активной стадии, девелоперы идут на расчет арендной ставки по системе steprent, а также предоставляют скидки до 10–15% для основных арендаторов. Есть примеры, когда собственники готовы предоставлять ключевым арендаторам скидки на шесть-девять месяцев с дальнейшими переговорами либо убирать индексацию ставки на год или два, при этом оставляя базовые ставки на прежнем уровне.

«По качественным торговым площадям ожидаем снижения темпов индексации арендных ставок при пролонгации договоров до уровня 2–4% вместо 5–7% прогнозируемых ранее. Что касается менее ликвидных объектов, то очевидна тенденция снижения ставок. Количество вакантных площадей будет увеличиваться», — уверен директор УК Prior Development (управляет мебельным центром Mebelwood) Алексей Попов.

«Приходится усиленно конкурировать за потребителей сегменту развлечений, прежде всего кинотеатрам: сокращение спроса замедляет развитие этих операторов. Развлекательный сектор также не проявляет ожидавшейся активности. Новые уникальные проекты, которые мы видим на локальном рынке, зачастую реализуются с участием самого девелопера торгового центра и находятся под его управлением. В ряде случаев анонсировавшие выход на петербургский рынок операторы развлечений так и не вошли в проекты. Продолжают развиваться операторы магазинов детских товаров — в качестве яркого примера можно привести открытие Hamleys в ТК „Невский центр“ и „Детского мира“ в ТРК „Галерея“», — говорит госпожа Никандрова.

Светлана Чернышева, руководитель отдела проектного брокериджа Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate, отмечает: «Напряженная внешнеполитическая ситуация и применение к Российской Федерации экономических санкций оказали значительное влияние на темпы развития рынка торговых помещений. Сложившаяся ситуация приводит к тому, что арендаторы торговых комплексов все чаще инициируют изменение условий аренды, выходя к собственнику с уже сформированным предложением. Чаще всего арендаторы настаивают на переводе арендной ставки в рубли либо договариваются о фиксации валютного курса или об отмене индексации арендной ставки на период от полугода до двух лет. В случае потокообразующих арендаторов собственники готовы также предоставлять скидку с арендной платы в размере от 10 до 30%. Также в последние месяцы собственники помещений в торговых центрах готовы по просьбе арендаторов уменьшить размер залогового депозита до одномесячной арендной ставки вместо обычных двух-трехмесячных».

Валерий Грибанов, Роман Русаков

Предложение пополняется на фоне снижения спроса

— офисы —

с18

«Однако собственники готовы идти на определенные уступки в случае заинтересованности в арендаторе. Крупные клиенты могут рассчитывать на индивидуальные условия аренды, причем преференции могут выражаться и не только в денежном эквиваленте. Например, собственник может предоставить якорному арендатору льготный период на время переезда в бизнес-центр, до окончания ремонта помещений, либо установить льготную ставку аренды парковочных мест. Вариантов много. В то же время для маленьких компаний условия аренды, скорее всего, будут стандартными», — констатирует Алексей Гулевский.

«В ближайшей перспективе офисные центры класса А будут предоставлять дисконт от существующих арендных ставок до 5%. Ожидаем, что рынок готовится к ротации арендаторов, связанной с переездами арендаторов в бизнес-центры с более низкими ставками аренды, возможно с понижением класса бизнес-центра. При этом при пролонгации существующих договоров аренды арендаторы будут не готовы к индексированию ставок арендной платы на фоне увеличившегося количества вакантных площадей», — считает директор УК Prior Development (управляет мебельным центром Mebelwood) Алексей Попов.

В четвертом квартале эксперты Astera не ожидают значительного спада активности в сегменте офисной недвижимости. Однако клиенты продолжат оптимизацию бюджетов на аренду помещений, что, скорее всего, приведет к корректировке арендной ставки по ряду действующих и новых договоров аренды.

В то же время объем предложения офисных площадей, анонсированных к вводу в 2015 году, скорее всего, не претерпит изменений. Вместе с тем реализация анонсированных проектов будет зависеть от дальнейшего развития политической и экономической ситуации в стране.

Олег Привалов

Тематические страницы отпечатаны в ООО «Типографский комплекс „Девиз“» 199178, Санкт-Петербург, В.О., 17 линия, д. 60, лит. А, помещение 4Н. Заказ № ТД-00006529

коммерческая недвижимость

С оглядкой на зарубежный опыт

Архитектура — один из основных элементов, который влияет на качество объекта недвижимости. Дело не только в «красивом фасаде», но и в эргономике здания, и в эффективности планировочных решений. За последние пять лет девелоперы стали гораздо чаще привлекать иностранных архитекторов. Но из амбициозных проектов, к участию в которых приглашались мэтры архитектуры, ни один не состоялся.

— архитектура —

В частности, привлекались архитекторы Курокава, Мосс, Перро, Уилкинсон, архитектурные бюро WORKac, MVRDV. Но сотрудничество не задалось.

Пролезть через дебри

Игорь Оноков, генеральный директор девелоперской компании «Леонтьевский мыс», поясняет: «От Европы мы отличаемся тем, что нам нужны не просто архитекторы, способные реализовать тот или иной проект, а архитекторы, которые могут пролезть через дебри наших законов и норм. Как ни печально, очень многие специалисты становятся просто проводниками по этим дебрям и теряют свою творческую составляющую в процессе длительных согласований. Это приводит к тому, что в выигрыше остается не творческая личность, а тот человек, который может разобраться в череде меняющихся законов и норм. Поэтому современных объектов с концепцией, разработанной совместно российскими и международными специалистами, в Петербурге очень мало. Не все идеи иностранных архитекторов можно адаптировать под российские реалии».

Отчасти это обусловлено сложными согласовательными барьерами и действующими строительными нормами и правилами. На согласования (в случае если они вообще возможны) уходит до 70% времени реализации проекта. В пересчете на время это могут быть годы, что автоматически делает проект невыгодным для девелопера.

Евгений Богданов, генеральный директор финского проектного бюро Rumpu, поясняет причины неудач зарубежных архитекторов: «На российском рынке архитекторы все чаще сталкиваются с рыночными ограничениями. Частные компании, как правило, заранее выставляют бюджетный ориентир. Таким образом, архитекторы не станут проектировать дорогостоящие объекты, а постараются сделать все необходимое, чтобы цена проекта не выходила за рамки плановой себестоимости».

Евгений Богданов считает, что самая эффективная конфигурация — это партнерство российских и западных архитекторов. «Представитель российского рынка знает наш менталитет, который, безусловно, отличается от западного, знаком с особенностями российского потребителя, законодательными ограничениями и доступностью строительных материалов на российском рынке. При этом зарубежный опыт для архитектора также необходим. Переняв западные технологии, адаптировав их под российскую действительность, можно создавать новый и очень качественный продукт», — рассуждает господин Богданов.

У российских архитекторов пока недостаточно опыта реализации современных объектов, они не обладают знаниями технологий, которые используются в мире, считают эксперты. «Например, до сих пор сложно найти отечественных специалистов, которые умели бы строить без колонн. Затраты на современную архитектуру однозначно окупаются, западные архитекторы также могут подсказать заказчику, как сэкономить на различных архитектурных и инженерных решениях, увеличить количество полезной и эксплуатируемой площади», — рассуждает Ольга Пономарева, вице-президент ГК Leorsa, инвестор бизнес-центра Eightedges.

Вера Сецкая, президент компании GVA Sawyer, заключает, что в последние годы сформировалась положительная практика сотрудничества иностранных и российских архитекторов: «Иногда это творческий союз двух компаний; часто это иностранные компании, создавшие в России офисы, в которых работают российские специалисты. Например, компания Aedas (теперь AHR)».

Выбрать на конкурсе

Архитектурная составляющая все чаще является залогом успеха при реализации проектов в области как жилой, так и коммерческой недвижимости. Однако девелоперы сетуют на то, что по-настоящему интересных проектов рынок предлагает очень мало. Поэтому нередко именно конкурсные процедуры способны дать возможность заказчику выбрать оптимальный проект.

Илья Тюкин, директор ГК «Арт-Фасад», отмечает, что существуют значительные различия в подходе к проведению конкурсов в России и на Западе. «У нас это в большинстве случаев конкурс инвестиций, где архитектура рассматривается в качестве одной из составляющих. То есть победителем является больший бюджет. При этом, как показывает практика, в ходе реализации таких проектов концепция может меняться, и не исключено, что итог несопоставим с конкурсной заявкой. Можно также отметить, что сам фактор бюджета не всегда гарантирует качество. Утрируя, конечно, но можно предположить, что дом с золотым фасадом потребует большого бюджета, а качества проекту в целом и его эффективности для города этот материал не добавит», — поясняет он.

На Западе есть и конкурс инвестиций, но при этом существует широкая практика конкурсов, основанных на качественных параметрах. Выигрывает тот, кто создает более привлекательные условия для города. Например, победителя могут определять исходя из параметра финальной цены объекта недвижимости для потребителя, то есть в этом случае заказчик ориентирован на создание доступного жилья или офисов. «При выборе функций и градостроительно-архитектурных решений проектов мы также практически не пользуемся „мультипликаторами“ — показателями косвенного влияния проектов на город с точки зрения создания рабочих мест, эффективности использования участка, социального климата, безопасности»,— добавляет господин Тюкин.

Он вспоминает, что в Барселоне были удачные примеры конкурсов на основе оценки архитектурной концепции приспособления памятников под современные функции. Качество адаптации и вновь создаваемой архитектуры являлось определяющим фактором.

Илиас Штокман, архитектор O2 Development, продолжает: «В плане выбора победителя и распределения призовых мест действуют два основных принципа, которые одинаково применяются как в западной практике, так и в российской. В первую очередь оценивается соответствие проекта поставленному заданию, во вторую — визуально-эстетическая составляющая. Часто решающим является мнение заказчика».

Одним из самых ярких отличий в работе западных и отечественных архитекторов является отношение к контексту, историко-культурному наследию существующей застройки, что особенно остро чувствуется на примере нашего города, Санкт-Петербурга. Местные архитекторы демонстрируют в своих работах преемственность и глубокое уважение к архитектурным традициям города, с одной стороны, сохраняя таким образом его облик практически неизменным, а с другой — превращая живой современный город в заповедник. Приглашенные же архитекторы не так зависят от традиций, а многие просто не считают необходимым вписывать новые здания в окружающую среду, «буквально» копируя стиль старых мастеров. В результате работы последних нередко оказываются очень необычными и интересными, часто опережающими свое время. Такие проекты либо производят положительный эффект, либо вызывают непонимание и общественное неодобрение.

Дмитрий Котровский, вице-президент, управляющий партнер девелоперской компании «Химки Групп», подсчитал, что в настоящий момент на профессиональных архитектурных порталах официально заявлено около ста различных конкурсов, так или иначе связанных с архитектурой, градостроительством, развитием территорий либо созданием архитектурных форм.

АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

Одним из самых главных отличий в работе западных и отечественных архитекторов является отношение к контексту, историко-культурному наследию существующей застройки

Евгений Богданов считает, что технология проведения архитектурных конкурсов в России развита значительно слабее, чем на Западе. «Как правило, такие мероприятия проводят только коммерческие организации для частных объектов. В нашей стране не предусмотрены призы за победу в конкурсе, поэтому фактически компании ведут борьбу только за выдачу контракта», — говорит господин Богданов.

Стоимость проведения архитектурного конкурса может быть разной в зависимости от статуса судей и уровня СМИ, которые его освещают. Она может варьироваться от нескольких сотен тысяч до нескольких миллионов рублей. Проведение грамотно спланированного, хорошо освещенного конкурса высокого уровня может стоить 2 млн рублей и более.

Вера Сецкая отмечает: «Следует понимать разницу между архитектурным конкурсом и архитектурным тендером. В первом случае устроители хотят получить видение архитекторами проекта, являющегося предметом конкурса, поэтому участникам оплачивается некоторая сумма за эскизные разработки по проекту, во втором случае оцениваются прошлый опыт и компетенции компаний-участников, рассматривается существующее портфолио».

Роман Русаков

ИНВЕСТОРОМ МОЖЕТ СТАТЬ КАЖДЫЙ

ВСЕ БОЛЬШЕ ПЕТЕРБУРЖЦЕВ ВКЛАДЫВАЮТ ДЕНЬГИ В НЕДВИЖИМОСТЬ

В условиях напряженной геополитической обстановки и стремительного обесценивания рубля все, кто имеет свободные оборотные средства, задумываются о том, куда наиболее эффективно их инвестировать. Одним из самых надежных способов вложения денег, приносящим доход при любых экономических условиях, даже во время кризиса и обесценивания активов, является инвестиция в недвижимость. Поскольку за последнее десятилетие цена на нее в Санкт-Петербурге не падала ни разу, ее ликвидность не вызывает сомнений. Это касается и жилой, и коммерческой недвижимости, а также варианта «два в одном» — коммерческих помещений, встроенных в жилые дома. Именно они сейчас интересны для частных инвесторов, потому что не требуют крупных финансовых вложений, а также обеспечивают довольно быструю окупаемость. По словам директора по продажам группы компаний «Эталон» Ирины Онищенко, к моменту сдачи жилых комплексов в них, как правило, уже не остается свободных коммерческих помещений.

— Ирина Вадимовна, а с какими целями петербуржцы обычно приобретают встроенные коммерческие помещения? Хотят открыть свое дело или сдавать в аренду?

— Если это помещение до 100 кв. м, то в большинстве случаев люди покупают коммерческую недвижимость с целью инвестиций, чтобы потом сдавать ее в аренду.

— Тогда почему они не покупают жилье? Ведь его точно так же можно сдавать в аренду.

— Любая недвижимость — беспроигрышный вариант, но именно коммерческая недвижимость сегодня приносит больший доход.

— Для каких нужд клиенты приобретают помещения помимо инвестирования?

— Чаще всего планируют открыть салон красоты или медицинский центр. Также встречаются варианты зоомагазинов и салонов цветов. Ну и, конечно, магазины повседневного спроса.

ЦЕНТР ИЛИ СПАЛЬНЫЙ РАЙОН?

— Наверное, в расчете на большую доходность все стремятся купить помещение в центре города?

— Нет, в спальных кварталах коммерческая недвижимость на данный момент так же востребована, как в центральных районах. И если раньше ориентир был на развитые районы, то в последнее время люди стали понимать, что строящиеся жилые кварталы даже более перспективны и вкладываться в недвижимость там не менее выгодно. К тому же нельзя забывать, что локация — это лишь один из факторов, который влияет на доходность, и желательно, выбирая коммерческое помещение, учитывать и остальные тоже.

— Не всем это под силу!

— Среди наших клиентов есть грамотные инвесторы, которые просчитывают ставку капитализации, срок окупаемости объекта. Но таких не много, большинство просто хотят вложить деньги, чтобы их не потерять, а также хотят получать впоследствии какой-то доход. Им мы всегда готовы помочь, проконсультировать, мы хорошо изучили окружающую среду вокруг своих объектов и понимаем, какой бизнес там будет успешен.

К примеру, человек хочет не самый центр и не спальный район. Мы можем предложить ему на выбор жилой комплекс «Московские ворота» в Московском районе или «Самоцветы» на Васильевском острове. У каждого свои особенности. «Самоцветы» находятся в 10 минутах ходьбы от станции метро «Василеостровская», но в то же время немного в стороне от основных транспортных потоков. Поэтому там будет востребован частный детский садик, какая-нибудь клиника, магазины импульсного спроса. Все то, что ориентировано на самих жителей комплекса. Кроме того, на ближайшей улице Уральской расположено много магазинчиков и салонов по ремонту, если поддержать эту тему, можно открыть бизнес, связанный с декором помещений. Рядом так же есть бизнес-центр, поэтому хорошо впишется кафе.

А в комплексе «Московские ворота» другая ситуация — там большой поток пешеходов. Рядом находится институт и большая бизнес-зона, учитывая это, здесь будет хорошо востребован общепит. Там также можно разместить точки выдачи интернет-магазинов, потому что до метро два шага.

— Что представляют собой коммерческие помещения в этих комплексах?

— В жилом комплексе на Уральской, 4, предусмотрен большой выбор помещений разного формата от 80 «квадратов» до 450. А в комплексе на Московском проспекте, 115, площади от 50 до 200 метров. В обоих случаях это помещения на первых этажах. У каждого есть отдельная входная группа, витринные окна. Планировки там простые, высота потолка три метра. Мы строим коммерческие помещения без назначения вида деятельности, и владелец может сделать в них все, что пожелает. По этой же причине помещения сдаются без отделки и перегородок.

МОЖНО СЭКОНОМИТЬ!

— Можно ли получить какие-то скидки при покупке коммерческого помещения?

— В «Эталоне» есть скидки при 100% оплате, скидки постоянным покупателям. Обязательно проводятся акции к Новому году.

— А если нет денег для оплаты 100%?

— Можно воспользоваться рассрочкой от застройщика. Внести первый взнос, обычно это 30%, а остаток равными платежами. Причем до госкомиссии рассрочка беспроцентная. Все объекты «ЛенСпецСМУ» можно приобрести в ипотеку от ведущих российских банков.

НА ЗАМЕТКУ:
Сейчас у «ЛенСпецСМУ» продаются встроенные коммерческие помещения в 17 готовых и строящихся домах и комплексах в разных районах Петербурга.

ЛенСпецСМУ
Богатырский пр., 2
(812) 380 0525
www.lenspecsmu.ru

ЗАО ССМО «ЛенСпецСМУ». Работаем по ДДУ (214 ФЗ). Проектная декларация на сайте www.lenspecsmu.ru. Ипотека с ведущими банками: ОАО «Банк «Санкт-Петербург», ВТБ 24 (ЗАО), Северо-Западный банк ОАО «Сбербанк России». Реклама

Рынок топчется на месте

— связь —

с17

Если в начале года компании активно говорили о собственном развитии и конкурентных методах борьбы за клиентов, то под конец 2014 года ситуация кардинально изменилась и речь пошла об ухудшении рыночной конъюнктуры.

Торговые центры нанесли удар

Впрочем, ряд экспертов стараются держаться достаточно позитивных оценок. В частности, по словам генерального директора компании «Обит» Андрея Гука, ситуация на рынке телефонии в 2014 году осталась практически такой же, как и в 2013 году. «Единственное, что я могу отметить, так это то, что сократился на несколько процентов оборот рынка в сегменте торговых центров в связи с определенной суетой среди арендаторов. Конечно, это не массовый исход арендаторов, как это было в 2008–2009 годах. Однако если в прошлом году торговые центры были почти на сто процентов заполнены и стояла очередь из желающих, то сейчас немало помещений пустует. Дело в том, что из торговых центров уходят небольшие туристические агентства, ритейлеры оптимизируют свои сети, закрывая убыточные или недостаточно прибыльные точки, а пустые помещения, как понимаете, не генерируют нам деньги. В остальном же можно сказать, что рынок в стагнации, услуги не дешевеют, так как снижать цены дальше некуда, а повышать их операторы в данный момент боятся, так как конкуренция в Петербурге на рынке телефонии очень высокая», — говорит господин Гук.

По словам генерального директора аналитического агентства «Рустелеком» Юрия Брюквина, сокращение рынка в b2b-сегменте было ожидаемым, так как нынешняя ситуация очень напоминает кризисные события 2008 года. «В Петербурге это проявляется особенно ярко, так как b2b-клиенты очень рьяно принялись за сокращение расходов на услуги связи, начали экономить на всем, и полетели головы и бюджеты. По нашим прогнозам, в лучшем случае по итогам года рынок выйдет „в ноль“ по сравнению с 2013 годом, поскольку в первом полугодии 2014 года он все же довольно активно рос. Однако экономическая ситуация и действия клиентов загоняют рынок телекома в минус, поэтому вполне вероятно и то, что по итогам года объемы рынка сократятся», — говорит господин Брюквин.

В ответ на вопрос о том, как компании могут отказаться от услуг связи, Юрий Брюквин пояснил, что речь идет не о полном отказе, а о сокращении объемов потребления. «Например, у клиентов скорость интернета составляет 30 Мбит в секунду, а они просят урезать скорость до 10 Мбит. Если мы говорим про телефонию, то тут, условно говоря, вместо десяти номеров компания просит перерасчет на три номера. Даже по сотовой связи есть сокращения, однако если сотовые операторы еще могут выкрутиться и компенсировать падение за счет дополнительных услуг, то у операторов фиксированной связи маржинальность и так невысокая и какие-то дополнительные услуги подключить весьма проблематично», — констатирует он.

С оглядкой на госструктуры

По просьбе „Ъ“, эксперты и участники рынка дали прогноз по поведению операторов фиксированной связи, по тому, что будет с тарифами и с рынком в целом в ближайшей перспективе.

По словам господина Брюквина, стоит ожидать, что операторы, как и в 2008 году, рванут в сегмент b2g, то есть будут оказывать услуги связи для государственных органов. «Работа в b2g-сегменте отличается стабильностью. Там накатанные схемы сотрудничества с операторами, госорганы не сокращают объемы потребления, цены невозможно поменять, так как они зафиксированы на докризисном уровне. Кроме того, государственные структуры платят без задержек, тогда как корпоративные клиенты грешат и задержками, а бывает, и вообще отказами от оплаты, мотивируя это тем, что у них нет денег, и предлагают обращаться в суд, как это было в 2008 году. По моим прогнозам, никто из операторов связи с рынка уходить не будет, поскольку сети уже построены и какой-никакой поток денег по ним идет. Если же будут сокращаться объемы, то операторы, в свою очередь, займутся оптимизацией издержек, например, сокращая персонал. Однако вполне вероятно, что какие-то акционеры захотят продать свой бизнес. То есть стоит ожидать поглощений, укрупнения бизнеса, но не закрытия компаний», — поясняет господин Брюквин.

Что касается тарифов, то, по словам Юрия Брюквина, есть вероятность, что кто-то предпримет попытку повышения стоимость услуг связи, но закончится это печально. «Конкуренция на рынке чрезвычайно высока, и клиенты просто уйдут к другому поставщику услуг, на рынке очень много маленьких компаний, которые, экономя вообще на всем, могут позволить себе демпинговать. Если говорить про прогнозы на 2015 год, то я ожидаю, что уже во втором квартале следующего года начнут снова разворачиваться инвестиционные проекты, поэтому рынок может ждать оживление», — констатирует господин Брюквин.

По его оценке, по итогам 2014 года объем рынка фиксированной связи в Петербурге в коммерческом сегменте составит 8,7 млрд рублей.

По словам господина Гука, он очень надеется на то, что в следующем году положение не поменяется, но есть предпосылки к ухудшению рыночной ситуации. Если курс валют останется так же высоковолатилен, если будут проблемы с поставками оборудования в связи с санкциями, то цены на услуги могут вырасти. Уже сейчас есть проблемы с некоторыми вендорами из Америки, отечественные операторы рынка связи скупили все их оборудование, которое оставалось на складах.

«Если ситуация не исправится, то придется обращаться к оборудованию из Азии, хотя на пользу рынку и качеству обслуживания никогда не идет тот факт, что приходится выбирать из того, что есть, а не из того, что лучше работает. На данный момент компании изыскивают средства из внутренних ресурсов, сокращают развитие и не перекладывают расходы на плечи клиентов, но ресурсы ограничены, бесконечно черпать внутри себя компании не смогут. Посмотрите на то, как все пытаются запустить LTE и как это плохо получается. Это говорит только об одном: в техническую часть не было инвестировано достаточно средств. А если мы говорим о фиксированной связи, то тут тем более мы не имеет права проколоться с оборудованием, так как для клиентов разрыв соединения даже на две секунды — это ужасно», — констатирует господин Гук.

Юлия Чаюн