



Собственники бизнес-центров обычно перекладывают проблемы по цепочке на управляющие и клининговые компании, снижая уровень предоставляемых фасилити-услуг ФОТО ГРИГОРИЯ СОБЧЕНКО

коммерческая недвижимость

Отток арендаторов, заставивший владельцев бизнес-центров снижать арендные ставки, сделал эксплуатацию офисных центров не самым прибыльным делом. Для повышения рентабельности управляющие компании вынуждены снижать издержки и пересматривать стратегию развития. Большинство компаний пошли по простейшему пути, сократив затраты на персонал. Однако участники рынка уверены, что это не самый продуманный ход.

Утягивание офисных поясов

эксплуатация

За 9 месяцев текущего года взаимоотношения арендаторов и собственников (управляющих) бизнес-центрами серьезно изменились. В конце прошлого года рынок качественной офисной недвижимости замер в тревожном ожидании. Арендаторы офисных центров не только почувствовали отражение кризиса на доходах своих компаний, но и поняли, что платить по прежним ставкам уже не могут или не хотят. Так же, как кризис позволил собственникам компаний снизить зарплаты своих сотрудников, так и в переговорах с управляющими компаниями позволил арендаторам получить значительные скидки. В классах В и В+ падение составило порядка 26%, в классе А — 30–50%. Многие компании покинули прежние офисы и переехали в более дешевые, либо меньшие по площади. Таким образом, прежде доходный бизнес по сдаче в аренду офисных помещений в бизнес-центрах стал на глазах терять свою привлекательность.

Между тем сложившаяся ситуация совершенно не устраивала сегодняшних владельцев офисных центров. В начале года управляющие бизнес-центрами по-разному реагировали на падение спроса и запросы о пересмотре условий аренды. Порядка 5% изменили условия аренды — расширили спектр дополнительных услуг, входящих в арендную плату (техобслуживание помещений, уборка офисов, аренда переговорных и др.), зафиксировали курс валюты, предоставляют

существенные рассрочки платежей. Около 36% бизнес-центров снизили арендную ставку и еще около 36% — уменьшили арендные платежи и одновременно изменили условия. Большинство арендаторов предпочло заключать краткосрочные договоры аренды — благосостояние фирмы может в любой момент измениться.

В результате некоторые бизнес-центры лишились арендаторов и сейчас имеют большую долю вакантных площадей. При этом там, где собственники и управляющие имеют более гибкую арендную политику, а сами центры — явные конкурентные преимущества (лучшие местоположение, инфраструктура, соотношение цены и предоставляемых услуг и технического оснащения вне зависимости от класса здания), уровень вакантных площадей держится на практически докризисном уровне. Самой собой, что и здесь не обошлось без того, чтобы не расстаться с какой-то частью арендаторов, но впоследствии управляющие нашли им замену.

Управляющим оставшейся, менее успешной части бизнес-центров пришлось принимать серьезные меры для сохранения существующих арендаторов, идя на значительные уступки. Объекты, которые были наиболее переоценены во время активного роста рынка, в большей степени испытали на себе отток арендаторов, снижение уровня заполняемости и арендных ставок.

Сложнее всего пришлось тем, чьи объекты вышли на рынок в 2009 году. Собственники

их негласно рассказывают, что по сравнению с ожидаемой и ранее запланированной арендной ставкой, текущая ставка меньше как минимум на 20 процентов, но чаще — больше. Тем не менее сдавать свои площади за бесценок не желает никто, и поэтому заполняемость новых центров, тем более без «якорей», далека от идеальной», — рассказывает Сергей Федоров, исполнительный директор Praktis CB.

В целом, по его данным, на октябрь текущего года количество вакантных площадей в бизнес-центрах снизилось на 4% по сравнению со вторым кварталом и составляет 16%. Постепенно стали заполняться и новые центры. Согласно опросу управляющих, проведенному в Praktis CB, около 2/3 опрошенных отметили, что в бизнес-центрах появились новые арендаторы, а прежние — чуть расширили занимаемые площади. Также компании стали проявлять интерес к аренде помещений площадью более 50 кв. м, хотя по-прежнему самый популярный запрос — небольшие помещения площадью 15–50 кв. м. В третьем квартале уменьшилось число управляющих, которые отмечают активность арендаторов в переговорах о снижении арендной платы. Тогда как в начале года запросы об уменьшении платежей были повсеместно, что вызвало пересмотр условий аренды.

Снижение ставок — не выход

Андрей Соколов, руководитель аналитического департамента Гильдии управляющих и

девелоперов приводит данные, что затраты на содержание бизнес-центра составляют от 50 до 100% доходов, получаемых управляющей компанией от сдачи офисных площадей в аренду. В составе издержек услуги управления составляют 20%, техническая эксплуатация и клининг — около 40%, коммунальные платежи — около 30%, охрана — около 10%. Таким образом, больше всего средств уходит на техническую эксплуатацию объекта, безопасность и коммунальные платежи.

Вице-президент Ассоциации риелторов Санкт-Петербурга Павел Созинов уверен, что лавинообразное снижение арендных ставок — не выход, так как сейчас не ясно, на какой отметке арендатор нацелен на оптимальное соотношение цен на предоставляемые услуги. «Чтобы удержаться на рынке, собственник должен либо перепозиционировать функциональное назначение убыточного объекта, либо предложить новые услуги своим арендаторам, если такой объект, по его мнению, сможет пройти испытание „кризисом“. Однако собственники обычно перекладывают проблемы по цепочке на управляющие и клининговые компании, снижая уровень предоставляемых фасилити-услуг. Задерживаются как плановые, так и текущие ремонты. Привлекается более дешевая, неквалифицированная рабочая сила. Собственники все чаще предпочитают работать в „ручном режиме“ самостоятельно», — говорит господин Созинов.

(Окончание на стр. 16)

14

страница

Недвижимость с высокими амбициями
Инфраструктура аэропорта опережает планы

14

страница

Операторы недосчитались офисных центров
Телекоммуникационные компании идут на все, чтобы сохранить свою долю рынка

15

страница

Денежный вопрос девелопера
Участники рынка коммерческой недвижимости ищут способы финансирования проектов

15

страница

Доходность офисов в Европе падает
Ставки капитализации офисной недвижимости ждут, когда инвестиционный цикл достигнет своего дна

HYSEK

ABYSS EXPLORER

18K Rose Gold / Mechanical Movement / Big Date / 100 Metres Water Resistant

Санкт-Петербург
Думская ул. 2, т. (812) 333-34-90
ул. Маяковского 1, т. (812) 273-51-59
Невский пр. 20, т. (812) 312-09-21
П.С., Большой пр. 46, т. (812) 235-07-66
П.С., Большой пр. 57, т. (812) 232-93-85
Владимирский пр. 3, т. (812) 713-22-84
Невский пр. 44 (Grand Palace)
т. (812) 571-36-78
Москва
ул. Б. Якиманка 22, т. (495) 995-21-76
www.imperial-ltd.ru

www.hysek.com

коммерческая недвижимость

Недвижимость с высокими амбициями Инфраструктура аэропорта опережает планы

развитие территорий

Проект реконструкции аэропорта Пулково станет стимулом к формированию вокруг него зоны деловой активности. Комитет по транспортно-транзитной политике Петербурга считает, что количество парковочных мест в будущем хабе должно возрасти в пять раз. Участники рынка уверены, что найти инвесторов, готовых оборудовать дополнительные 4,5 тыс. машино-мест будет несложно: вложения в автостоянки — особенно в таком месте — могут окупиться быстрее, чем в среднем по городу. Кроме того, часть проблем с паркингами будет решена именно за счет появления сопутствующей деловой инфраструктуры.

В настоящее время в аэропорту Пулково парковочный комплекс двух терминалов рассчитан на 1 700 машино-мест, из которых порядка 250 мест — парковочные места на неохороняемых бесплатных парковках. Пассажиропоток аэропорта в 2008 году составил 7,1 млн пассажиров.

Как сообщает комитет по транспортно-транзитной политике, в рамках проекта развития аэропорта Пулково к концу 2013 года будет построен новый централизованный пассажирский терминал из расчета пассажирооборота 17 млн пассажиров в год, а парковочный комплекс аэропорта будет существенно модернизирован и расширен до 7 200 машино-мест. Кроме того, в непосредственной близости от нового терминала будет построена бесплатная стоянка для краткосрочной остановки автомобильного транспорта.

Парковочные комплексы аэропортов крупнейших европейских городов, как правило, рассчитаны в среднем на 10 000 машино-мест. Парковочный комплекс аэропорта Vantaa (Хельсинки) рассчитан на одновременное пребывание 12 000 автомобилей при возможной пропускной способности терминалов аэропорта 20 млн пассажиров в год.

Оставить машину на открытой охраняемой стоянке терминала Пулково-1 на неделю составит порядка 2100 рублей, на стоянках столичных аэропортов (близко расположенных к терминалу) — от 3500 рублей, а на парковке в Хельсинки, в аэропорту Vantaa — 32 евро (1400 рублей). Самыми дорогими среди зарубежных аэропортов оказались аэропорты Парижа (Charles De Gaulle) и Лондона (Heathrow). Недельная стоянка здесь обойдется автовладельцу в 130 и 119 евро соответственно.

В простую парковку (площадка, ограждение, шлагбаум, пропускная система — автоматические шлагбаумы, фотоэлементы, системы видеонаблюдения и т. д.) инвестиции составляли до \$200–250 за кв. м. Инвестиции в многоярусный наземный паркинг составляют \$700–1000 за кв. м, в подземный — \$1100–1400 за кв. м.

Участники рынка полагают, что наращивание парковочных мест будет происходить как в рамках строительства аэровокзального комплекса, так и за счет общей инфраструктуры, примыкающей к будущему хабу.

Одной из основных тенденций приаэропортовых зон является бурное развитие в

них объектов коммерческой недвижимости: бизнес-центров, торгово-развлекательных центров, логистических и складских комплексов, гостиниц, бизнес-парков, выставочных комплексов. Как правило, толчком для развития таких территорий становится строительство нового терминала, реконструкция существующего аэропорта, увеличение площади аэропорта, увеличение доли пассажирских перевозок и грузоперевозок. В соответствии с такими изменениями меняется и существующая инфраструктура.

Однако Ольга Лабеиш, руководитель проектов департамента консалтинга GVA Sawyer в Санкт-Петербурге, предупреждает, что ждать мгновенного эффекта от появления нового терминала не стоит: можно говорить только об историческом, постепенном развитии подобных территорий. «В Америке и Европе развитие приаэропортовых зон занимало от 10 до 30 лет, в Азии — 5–10 лет», — сказала она.

Екатерина Марковец, директор департамента консалтинга и оценок АРИН, считает, что в крупных мегаполисах приаэропортовая зона является достаточно престижной и востребованной общественно-деловой зоной. В приаэропортовых зонах примерно поровну представлены складские и офисные объекты (27 и 26% соответственно), торговые объекты (19%), гостиницы (15%). Также в приаэропортовых зонах представлены выставочные и конференц-центры и развлекательные объекты. Благодаря только этим объектам количество парковочных мест можно увеличить в разы.

В Петербурге размещение бизнес-центров в зоне аэропорта имеет дополнительные плюсы — близость КАД, сравнительно небольшая удаленность от других деловых зон города и от станции метро. В то же время возможная ставка аренды для компаний, которым важна близость к аэропорту выше, чем для компаний, которые просто готовы разместить свой офис у КАД.

Андрей Соколов, руководитель аналитического департамента гильдии управляющих и девелоперов, впрочем, пока оптимизма коллег не разделяет. Он указывает на то, что сейчас бизнес-центры вокруг аэропорта в Петербурге стоят заполненными на 15–30% и ставки там ниже, чем в пределах города.

Сергей Федоров, исполнительный директор Praktis CB, считает, что проблема незаполняемости бизнес-центров связана сегодня с тем, что деловая зона вокруг Пулково начала формироваться раньше, чем для этого появились предпосылки. «Например, даже еще до наступления кризиса в стране сроки заполнения одного из бизнес-центров, который был в числе „пионеров“ в новой деловой зоне, не отвечали ожиданиям собственника. В отличие, например, от Москвы, в Петербурге в таких зонах, как Пулково и т. п. не могут быть расположены объекты класса А с высокими арендными ставками, тем более сегодня, когда арендаторы стали более экономными. Идеально — в этой зоне должны быть расположены техно- и бизнес-парки», — говорит он.

«Следует понимать, что офис в приаэропортовой зоне — это все-таки рабочий офис с небольшой представительской частью. Поэтому оптимальный класс БЦ для приаэропортовой зоны — В+». Если говорить о Санкт-Петербурге, то заявленные ставки в БЦ в приаэропортовой зоне составляют около 1 000 рублей за кв. м в месяц. Это выше, чем по другим периферийным районам города. Поэтому и заполняются они гораздо медленнее, чем другие объекты. Но, видимо, девелоперы это не сильно пугает, и они надеются на дальнейшее развитие и популяризацию зоны Пулково. Действительно, планируется увеличение пассажирополюсов к 2015 году более чем в два раза. Строительство нового пассажирского терминала и линии наземного экспресса, в-первых, увеличит активность в данной зоне и, во-вторых, улучшит ее транспортную доступность», — говорит Екатерина Марковец.

Игорь Кокорев, менеджер проектов отдела стратегического консалтинга Knight Frank St.Petersburg, говорит, что бизнес-центры в зоне аэропорта удобны, в первую очередь, как компаниям, связанным с авиабизнесом (перевозчики, страховые и пр.), и компаниям, которые по роду деятельности достаточно тесно связаны с другими городами и странами. В последнем случае такое расположение обеспечивает высокое удобство приема гостей с ежедневным визитом.

В будущем при создании приаэропортовой зоны делового имиджа ситуация может измениться. «Уровень вакантных площадей в аэропортовых бизнес-центрах в международной практике незначительно отличается от бизнес-центров, расположенных непосредственно в самом городе», — говорит госпожа Лабеиш.

Впрочем, в других странах арендные ставки в приаэропортовых объектах коммерческой недвижимости также ниже средних. В американских аэропортах (Денвер, Даллас, Атланта) ставки отличаются от городских на 15–20% (в меньшую сторону). В Европе этот показатель может достигать и 50%. Ставки офисных площадей аэропортов Анки (Куала-Лумпур, Сингапур, Гонконг, Сеул) отличаются на 30–40%.

В соответствии с международной практикой, общая площадь офисных помещений в крупных аэропортах может достигать до 500 000 кв. м в аэропортах, где основная специализация — грузоперевозки, а основная окружающая застройка — логистическая (Гонконг — порядка 600 000 кв.м), торговая (Атланта — более 1,2 млн кв. м), гостиничная (Даллас — 720 000 кв. м) и до 1 млн кв. м (проект аэропорта Сингапура).

Ольга Земцова, руководитель отдела проектного брокериджа ASTERA St.Petersburg, впрочем, уверена, что рентабельность паркингов в аэропорту будет высокой всегда, так как данная услуга имеет постоянный спрос (за счет пассажирского автомобильного, летающих из города на несколько дней) и более высокие тарифы, чем парковки в черте города.

ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ,
РОМАН РУСАКОВ

Операторы недосчитались офисных центров

Телекоммуникационные компании идут на все, чтобы сохранить свою долю рынка

услуги

Стагнация петербургского рынка коммерческой недвижимости спровоцировала резкий отток клиентов операторов связи в корпоративном сегменте. По признанию большинства телекоммуникационных компаний, сегодня обслуживание многих бизнес-центров (БЦ) стало убыточным в связи с тем, что они заполнены только 40–50%, а некоторые «элитные» объекты даже на 25%. Ужесточение конкурентной среды привело к необходимости устанавливать демпинговые цены на телекоммуникационные услуги и работать «в минус», чтобы удержать долю рынка. Эксперты считают, что мелким игрокам, изначально ориентированным на корпоративный сектор, придется покинуть рынок, остальные будут ожидать восстановления спроса.

По прогнозам отраслевых экспертов, в этом году объем телекоммуникационного рынка Петербурга сократится на 20–25%. Причем уровень спада в разных сегментах разнороден. Если в розничном сегменте платежеспособный спрос сократился всего на 10–15%, то в корпоративном — уже на 30–40%, а в бизнес-центрах класса А, по разным оценкам, «обвалился» на 50–70%. Снижение спроса не коснулось только низшего ценового сегмента — класса С. Здесь наблюдается даже некоторый рост, на 10–15%. Такая ситуация укладывается в общую картину смещения спроса в сторону низших ценовых категорий потребительских рынков, наблюдающуюся во многих отраслях по мере углубления кризиса. Затраты на связь и телеком-услуги входят в единый бюджет аренды, поэтому при оптимизации расходов компаний по этой статье автоматически под сокращение попадают и средства, заложенные на оплату услуг операторов связи. Сокращению подверглись как объем потребляемых услуг, так и структура потребления (в сторону бюджетных тарифов и типов). Многие компании закрыли сотрудников выход на «межгород», перешли на безлимитные тарифные планы с понижением цены, отказались от серийности. Кроме того, к числу минусов стоит отнести и необходимость телекоммуникационной компании следовать за клиентом на новые площади. Директор петербургского филиала компании «ВестКолл» Виктория Тихонова отметила: «В докризисные времена к нам поступало в месяц где-то от 5 до 10 заявок о переносе услуг. В начале года был пиковый всплеск до 100 заявок в месяц. Сейчас их количество снизилось до 20–30 в месяц».

Динамика корпоративного рынка услуг связи в сегменте бизнес-центров довольно четко коррелирует с динамикой рынка аренды в целом. Клиенты в массовом порядке переезжают

из элитных офисов в более дешевые, при этом сокращая и затраты на услуги связи. Если в 2008 году, в начале кризиса, бизнес-центры класса А покинуло примерно 10–15% арендаторов, то за январь — сентябрь 2009-го уже 30–40%. В целом средняя заполняемость офисных площадей в этом сегменте сегодня не превышает 50%. Причем для того чтобы удержать хотя бы такой уровень, им пришлось пойти на сокращение своих расценок на 40–50%. В результате уровень рентабельности работы операторов в бизнес-центрах снизился до нуля, а в некоторых случаях до отрицательных значений. Официально, конечно, компании не признают, что бизнес у них идет «в минус», но в неформальной беседе большинство их представителей подтвердили существование проблемы.

Операторы пытаются повысить свою конкурентоспособность не только коррекцией ценовой политики, но и с помощью модернизации сервиса и введения технологических новшеств. Например, некоторые стали предлагать своим клиентам такие изощренные услуги, как возможность совершать звонки, используя свой офисный телефонный номер с помощью компьютера из любого места, где есть Интернет, заказывать соединения и конференции. «Видеонаблюдение» с высоким разрешением через Интернет с использованием компьютера или мобильного телефона 3G, а также услуги ЦОД — обеспечение доступности и безопасности IT-инфраструктуры клиента, резервирование информации. Начальник отдела по связям с общественностью ЗАО «Петрестар» Геннадий Мухаддинов отметил: «Операторы ведут борьбу за каждого клиента, всеми возможными способами — от предоставления дополнительных услуг до увеличения скорости реагирования на запросы клиента. Дополнительно в Интернет наряду с невысокой абонентской платой, а также возможностью пользоваться услугами, независимо от физического местонахождения абонента. Также, в связи с обострением конкурентной борьбы, многие операторы предлагают минимальные цены на свои услуги. В случае подключения наших услуг при переходе с другого провайдера, «Петрестар», например, даже не взимает установочные платежи». Генеральный директор ЗАО «Квантум» (торговая марка «Простор Телеком») Игорь Бобов добавляет: «Становятся все более востребованы так называемые „интеллектуальные услуги“, например, услуга

„Виртуальный номер“ на базе технологии VoIP. Она позволяет значительно снизить затраты на связь при том же объеме междугородных и международных звонков, а также воспользоваться большим количеством дополнительных сервисов. Многофилиальные компании при подключении нескольких городов могут рассчитывать на дополнительные бонусы, так как мы работаем в 35 городах России». А в компании «Северен Телеком» дипломатично признались: «Безусловно, кризис наложил определенные коррективы на взаимоотношения с клиентами БЦ, мы стали более индивидуально и гибко относиться к каждому из них».

Без эксклюзива

Представители бизнес-центров подтверждают ужесточение конкурентной борьбы в своем сегменте рынка связи. «Чтобы сохранить процент заполняемости, мы не только идем на уступки в арендной плате, мы предлагаем арендаторам дополнительные услуги, в том числе и совместно с телекоммуникационными компаниями. На некоторых объектах мы сделали free wi-fi, разумеется, он ограничен некоторыми параметрами, но доступ к Интернету и электронной почте у арендаторов теперь есть всегда на всей территории БЦ. На всех объектах услуги связи предоставляются как минимум два оператора. Как и нам, им приходится „биться“ за каждого арендатора, но некоторые из арендаторов, тем не менее, сократили количество телефонных номеров и перешли на более экономичные тарифные планы», — рассказала „Б“ руководитель отдела маркетинга и рекламы ГК «Бест» Елена Плахтий. Игорь Бобов отметил, что в этом могут быть и положительные стороны для операторов: «Избыток площадей создает дополнительную конкуренцию как между операторами, так и между самими БЦ, вынуждая администрацию быть более клиентоориентированными. Но зачастую с переходом абонентов в другой БЦ операторы получают возможность входа в бизнес-центры, которые ранее предоставляли услуги только одного оператора на эксклюзивных правах». Среди телекоммуникационных компаний в Петербурге есть и оптимисты. Например, как выразился генеральный директор «ТТК — Северо-Запад» Владимир Луков, «на телекоммуникационном рынке региона, несмотря на сокращение на 18–20% числа юридических лиц, скорее происходит замедление темпов роста, а не его снижение. При этом устойчиво работающие предприятия, помимо естественной оптимизации затрат на связь, проявляют интерес в получении целого комплекса более качественных услуг. То есть дешевая услуга становится менее актуаль-

ной и на корпоративном и на розничном рынке. А из небольших операторов позиции сохраняют те, кто работает над повышением качества предоставляемых услуг и развитием дополнительных сервисов».

На фоне стагнации рынка и ужесточившейся из-за этого конкуренции, в телекоммуникационной отрасли активизировался процесс поглощений крупными компаниями мелких и средних игроков. Причем как на федеральном, так и на местном уровне. Самой крупной сделкой стало приобретение холдингом «Вымпелком» оператора «Голден Телеком» (теперь он предоставляет услуги под торговой маркой «Билайн Бизнес»). Компания «Смарт Телеком» в апреле стала владельцем оператора «Плаза Телеком», а в октябре оператора «VMB-сервис». Как считает генеральный директор «Смарт Телеком» Андрей Суходольский, «это еще одно подтверждение тренда в сторону крупных многопрофильных телеком-холдингов». Лидерами петербургского рынка остаются три компании — «Северо-Западный Телеком», «Голден Телеком», и «Петрестар». Эти операторы отличаются тем, что имеют собственную сетевую инфраструктуру городского масштаба, что позволяет оказывать целый комплекс услуг любому из клиентов здания. Далее следуют операторы, которые чаще используют аренду каналов у других операторов, чтобы подключить абонента в каком-либо БЦ. При такой модели уровень доходов оператора уменьшается, так как часть из них он должен передавать за аренду каналов основному провайдеру. В этой группе можно выделить «ВестКолл» и «Простор Телеком». Мелкие и средние компании пострадали в большей степени, поскольку не обладают необходимыми технологическими ресурсами для предоставления максимального количества услуг и ограничены в изменении ценовой политики. В том числе операторы среднего размера — такие как Orange, «Метроком», «Обит», «Смарт Телеком», «Северен Телеком». Наибольший же спад испытали мелкие операторы, работающие всего в нескольких бизнес-центрах («Пульнет», «Морской Экспресс» и другие).

Без своих

Заметно снизилась активность управляющих компаний бизнес-центров и в создании собственных операторов связи. Это связано со сложностью и высокой капиталоемкостью процесса их запуска и адекватной эксплуатации. Ведь деятельность операторов связи лицензируется, использование номерной емкости регламентируется. Кроме того, есть и множество других особенностей работы

на рынке услуг связи, которые приходится осваивать управляющим компаниям. Создание своего оператора вполне оправдано, если речь идет о достаточно большой сети бизнес-центров, ежегодный доход от услуг связи и эксплуатации слаботочных сетей которых составляет не менее 4 млн рублей. Однако в условиях кризиса, который в большей степени «подкосил» корпоративный сектор, такие БЦ стали большой редкостью. Причем, как отмечает генеральный директор компании «Сенатор — Телеком» (собственный оператор связи сети БЦ «Сенатор») Петр Персевич, «подобный бизнес может быть рентабелен в масштабе одного бизнес-центра и не быть рентабельным в сети из нескольких бизнес-центров. Прежде всего это зависит от объема телекоммуникационных услуг, потребляемых арендаторами, ценового уровня прейскуранта оператора, себестоимости услуг». В среднесрочной перспективе, через 1,5–2 года, в связи с распространением новых беспроводных технологий, в корпоративном сегменте рынка услуг связи, скорее всего, произойдет кардинальный передел. Многим операторам это грозит снижением конкурентоспособности и потерей доли рынка в целом. Директор ГК «Высота» Вячеслав Балабаев заявил: «Вообще все идет к тому, что и связь и интернет в офисах будут включены в арендную плату, как в „Теореме“, или вообще не будет никакого провайдера. А зачем он нужен, если Yota будет закрывать все насущные потребности за беслимитным тариф. В любом случае нет смысла рассматривать некую отдельную отрасль операторов связи в бизнес-центрах, нет такого сегмента, и неудачи компании „Гарс Телеком“ это лишний раз подтвердили».

Операторы отмечают, что динамика рынка телекоммуникационных услуг в целом прямо пропорциональна макроэкономическим тенденциям. Спрос на услуги связи будет восстанавливаться по мере роста ВВП, сокращения безработицы и изменения других основных экономических индикаторов. В этой связи опрошенные „Б“ руководители компаний этого сектора выразили надежду, что уже с 2010 года объем рынка будет расти, а конкурентная среда упрощаться. Виктория Тихонова оптимистично заявила: «Мы не сомневаемся — и доказательством тому служит большое число успешных переговоров, которые мы проводим со своими потенциальными и существующими клиентами, — что бизнес вскоре расправит плечи, и мы будем наблюдать и с удовольствием удовлетворять возрастающую потребности заказчиков».

СЕРГЕЙ ТИХОНОВ

Финансовый центр Петербурга

БИЗНЕС-ЦЕНТР
БИРЖА
В.О., 26-я линия, 15

ПРОДАЖА И АРЕНДА

ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ 2009 г. + рождественский подарок!

- Офисные помещения от 49 кв.м
- Биржа, конференц-зал, комната переговоров
- Свободная планировка, удобная парковка

Рациональное решение для Вашего бизнеса

БИЗНЕС-ЦЕНТР НА СМОЛЕНКЕ
В.О., наб. реки Смоленки, 33

АРЕНДА

НОВОГОДНИЙ ПОДАРОК - 2 месяца бесплатно!

- Офисные помещения с полной отделкой от 45 кв.м
- Торговые площади от 1200 кв.м
- Подземный паркинг, открытые террасы

Продажа инвестиционных проектов

БИЗНЕС-ЦЕНТР КОЛОМЯЖСКИЙ ПР.

- Площадь участка - 11 349 кв.м
- Площадь здания - 67 876 кв.м
- Разрешение на строительство
- Нулевой цикл работ выполнен
- Рядом станция метро «Пионерская»

БИЗНЕС-ЦЕНТР БОГАТЫРСКИЙ ПР. 1/3

- Площадь участка - 3 323 кв.м
- Площадь здания - 19 950 кв.м
- Разработана проектная документация
- Рядом станция метро «Пионерская»

коммерческая недвижимость

Денежный вопрос девелопера

Участники рынка коммерческой недвижимости ищут способы финансирования проектов

форум

На ноябрьском форуме, организованном ИД «Коммерсантъ», встретились участники рынка коммерческой недвижимости Санкт-Петербурга, чтобы обсудить его текущее состояние. Одной из ключевых тем обсуждения стало финансирование девелоперских проектов в условиях меняющегося рынка. За дискуссией наблюдала корреспондент приложения „Б-Коммерческая недвижимость“ ЯНА КАРПОВА.

В последние годы одним из драйверов роста российской экономики являлись относительно дешевые и доступные иностранные заемные средства. Но в связи с общемировой ситуацией на рынке привлечение финансирования стало затруднено, что Николай Пашков, директор по профессиональной деятельности компании Knight Frank Санкт-Петербург, объясняет ограниченным доступом на рынки капитала, ограниченным спросом со стороны арендаторов и покупателей. Таким образом, в текущих условиях рынка возникают три наиболее вероятных сценария реализации девелоперских проектов, считает он. «Привлечение ломбардного финансирования (под залог „третьих“ активов или обеспеченных ликвидными финансовыми инструментами), классического проектного, а также финансирование под гарантии национально-экспортных агентств», — говорит господин Пашков. Подобные способы реализации проектов, за исключением разве что проектного финансирования, характеризуют привлекательные ставки — 10–12%, а также возможность повышения доходности собственного капитала за счет использования кредитного рычага.

«Есть еще один путь финансирования девелопера в кризис», — говорит Сергей Федоров, исполнительный директор Praktis CB. — Это интеграция девелоперского бизнеса в банковскую или финансовую группу,хождение банков в акцио-

нерный капитал девелопера. Сейчас высоки шансы на реализацию проектов именно таким девелоперам. Примером может называть „ВТБ Девелопмент“ и его проекты „Набережная Европы“ и „Невская ратуша“.

Впрочем, участники рынка считают, что даже при таких минимальных кредитных ставках окупить проект не более чем за 12 лет с учетом текущей ситуации на рынке нереально. В частности, Юрий Борисов, управляющий партнер «Ай Би Групп», рассчитал справедливый размер ставки для получения такой рентабельности. «Допустим, в Петербурге есть проект многофункционального комплекса (20 процентов ритейл, 80 процентов — офисы) с подземным паркингом (на 100 кв. м одно машино-место). Полный бюджет проекта — 60 тыс. рублей за квадратный метр общей площади объекта, — говорит он. — Ставки аренды, включая НДС, эксплуатацию в месяц за квадратный метр: для офисов — 1 тыс. рублей, для ритейла — 1, 8 тыс. рублей. Срок возврата инвестиций не 7–8 лет, а уже оговоренные 12 лет. В итоге мы получили следующие цифры: ставки по кредиту должны составить 6,5–8,5 процента». По словам Дмитрия Абрамова, генерального директора «БТК девелопмент», чтобы как-то снизить ставки, девелоперы стремятся к сокращению доли кредитных средств. «Сейчас не только у банков, но и у заемщиков есть тенденция к уменьшению внешнего финансирования», — говорит он. — Если раньше предполагалось финансирование 30 процентов на 70 процентов, то сейчас как минимум 50 процентов мы берем на себя. И связано это с тем, что при таких условиях собственные деньги обходятся дешевле». Что касается уже строящихся проектов, то здесь возможно получение кредита зависит, как правило, от степени готовности объекта. «Банки, финансирующие проекты, степень готовности которых сейчас 90 процентов, скривя зубами, дофинансировали их до состояния сдачи в аренду.

— говорит Игорь Водопоьянов, глава холдинга „Теорема“. — Но проекты на стадии готовности 75 процентов так и стоят без финансирования».

Что касается альтернативных стратегий финансирования проектов — привлечение соинвестора (финансового или конечного покупателя) и выпуск ценных бумаг, — то они пока не представляются возможными для использования в широкой практике, считают эксперты. Основными причинами, по словам Николая Пашкова, являются низкая коммерческая привлекательность объектов, а также сама конъюнктура текущего рынка.

«На сегодняшний день реальная доходность проектов уменьшилась в валюте на 50 процентов минимум, сроки окупаемости, соответственно, увеличились и составляют сейчас от 10 лет, при этом девелоперы стали отчетливо осознавать все риски проектов, — говорит председатель совета директоров ГК „БестБ“ Андрей Лушников. — Поэтому сегодня стали осторожнее подходить к новым проектам. Что касается денег, то деньги можно получить в проектное финансирование и привлечь соинвесторов. Западное финансирование на рынке отсутствует. Ломбардное так и не развернулось, хотя в будущем на него возлагаются большие надежды. Про такую экзотику, как гарантии национально-экспортных агентств ничего сказать не могу».

Игорь Лучков, директор по консалтингу и оценке NAI Vescar, считает, что разумный инвестор, имеющий денежные средства, будет занимать выжидательную позицию до тех пор, пока рынок не пойдет вверх. С ним согласен Антон Волков, генеральный директор холдинговой компании «Фастком», который отмечает, что, несмотря на то, что в середине осени этого года стала наблюдаться небольшая активизация на рынке, интересующие проектами лишь российские инвесторы. «Иностранцы пока рассматривают более стабильные рынки», — говорит он.

Дмитрий Чубик, директор по привлечению проектов Aberdeen Property Investors, добавляет, что для институциональных инвесторов, в первую очередь западных, российский рынок рассматривается вторым-третьим с конца. Впрочем, он утверждает, что сейчас основной интерес инвесторов нацелен на офисные объекты стоимостью от \$20–100 млн, а в 2010 году стоит ожидать первые сделки. Ольга Литвинова, управляющий партнер DIA Pipeг, дает более скромный диапазон привлекательной стоимости для текущих инвесторов — €2–5 млн. При этом, по ее словам, как для западных инвесткомпаний, так и для частных иностранных лиц, которые сейчас заменяют институциональных инвесторов и специализированные фонды недвижимости, основным критерием отбора проектов является их локация. Дмитрий Абрамов не согласен: если раньше для инвесторов важно было месторасположение объекта в центре города и его высокая классность, то сейчас фонды, в частности скандинавские, интересуются уровнем заполняемости объекта. Господин Абрамов отметил, что проекты «БТК девелопмент» — Bolloev Center (класс А) на улице Гривцова и «Петергофский» (класс В+) на Старо-Петергофском проспекте заполнены на 60% и 100% соответственно. По мнению Александра Гришина, генерального директора VMB TRUST, вакантные площади будут всегда. «Идеальная заполняемость в зависимости от класса объекта может колебаться от 75 до 90 процентов, — считает он. — И наиболее востребованы для арендаторов бизнес-центры класса В+ и С. А крупные и дорогие объекты никому не интересны». При этом он отметил, что подъем ставок можно ожидать не ранее, чем в конце следующего года.

Дмитрий Золин, управляющий партнер компании London Consulting & Management Company, добавляет, что в повышении привлекательности офисных объектов важную роль

играет управляющая компания, от гибкости, качества работы которой зависит интерес со стороны арендаторов. В свою очередь, в торговом сегменте ее значение несколько меньше, а на первом месте стоит концепция объекта, его посещаемость.

По словам Вячеслава Мягкова, менеджера отдела консультаций и оценки недвижимости компании Ernst & Young, традиционно существовало два вида инвесторов: инвесторы, ориентирующиеся на высокодоходные и долгосрочные проекты, и так называемые классические девелоперы, которые согласны вложить деньги в проекты с хорошей перспективой, чтобы эксплуатировать объект 5–8 лет и затем выйти из него с запланированной прибылью. «Фонды, которые покупают низкодоходные, высоконадежные и долгосрочные проекты, — пока таких инвесторов в Россию не приходило, и в ближайшие 3–4 года их выход не планируется», — говорит он. Впрочем, основной текущей проблемой финансирования проектов за счет привлечения соинвестора, по его мнению, является непонимание справедливости цены сделки. «Покупатель и продавец не понимают, в какой стадии кризиса мы находимся, — поясняет он. — Поэтому продавец не согласен снижать цену, держа ее на уровне докризисной, а покупатель желает приобрести объект по наиболее выгодной цене, соответствующей кризису. Поэтому разрыв между ценой предложения и ценой продажи настолько велик, что сделки не могут состояться». Елена Рыжкова, руководитель практики земельного права, недвижимости и строительства компании «Пеняев, Гольцблат и партнеры», отмечает, что с начала кризиса изменился не только способ формирования цены, но и стратегия переговоров. «Если ранее стандартная сделка сопровождалась предварительным соглашением о намерениях, частичной оплатой за объект или доли компании и т. д., то сейчас стало все намного банальнее, — говорит

она. — Есть рынок покупателя, который диктует свои условия: я плачу только после перехода прав на объект. И продавец в основном вынужден с этим соглашаться». Кроме того, по ее словам, самое неприятное, с чем столкнулись те, кто оформляет сделки в соответствии с российским правом, это полное отсутствие каких-либо способов обеспечения обязательств. «Ни один из тех способов, которые позволяет нам гражданское право — неустойка, поручительство, залог, банковская гарантия, — не работают, — поясняет она. — Объекты, как правило, „проблемные“ (заложненные), поэтому средства от продажи моментально уходят на покрытие каких-то задолженностей продавца. Это реальность рынка — сейчас цены минимальны, но и риски максимальны».

Ольга Литвинова резюмирует ход дискуссии, добавляя, что текущее отсутствие институциональных инвесторов связано даже не со сложностями привлечением внешнего банковского финансирования, а с тем, что в период выхода западных инвесторов на российский рынок, в силу отсутствия иных проектов, им пришлось войти в очень крупные девелоперские проекты. «Поэтому мы не увидим их очень долго, даже после того, как внешнее банковское финансирование будет более доступно», — отмечает она. Игорь Водопоьянов, в свою очередь, заметил, что вектор развития российской экономики двинулся в сторону госкапитализма. «Абсолютно ясно, что сейчас все инвестиции будут идти в объекты, имеющие государственное значение», — говорит он, приводя в пример общественно-деловой комплекс «Невская ратуша» с комплексом зданий для городских чиновников, финансируемого банком ВТБ. «Если здраво рассудить, спрашивается, зачем это строить, если 200 тыс. кв. м офисов стоит пустых по городу, — продолжает он. — Говорить, что пойдут какие-то деньги в девелоперские проекты частных компаний, не представляется возможным».

КОНТЕКСТ

ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

Доходность офисов в Европе падает

Согласно данным последнего отчета компании Jones Lang LaSalle, ставки капитализации офисной недвижимости в Европе в III квартале 2009 года продолжают стабилизироваться в ожидании момента, когда инвестиционный цикл достигнет своего дна. Суммарная доходность за III квартал сократилась на пять базисных пунктов и составила 6%, в основном благодаря снижению ставок на рынках Западной Европы. Доходность в Центральной и Восточной Европе оставалась на прежнем уровне. Рост доходности зафиксирован всего в трех городах (Зиндховен, Бухарест, Утрехт).

Из 46 рынков, представленных в отчете, на десяти было отмечено сокращение ставок доходности, от 50 базисных пунктов (6 п.) в Лидсе до 5 б. п. в Брюсселе, Гетеборге и Мальме. Между тем в лондонском Вест-Энде ставки доходности сократились на 25 базисных пунктов. Ситуация в лондонском Сити осталась без изменений, хотя сокращение на 25 б. п. было отмечено там во II квартале 2009 года. Однако несмотря на продолжающуюся тенденцию к стабилизации доходностей по всей Европе, ставки капитализации офисной недвижимости по-прежнему останутся выше уровня, зафиксированного в этот же период прошлого года, и существенно выше уровня 2007 года. Тем временем ставки капитализации на развивающихся рынках продолжали расти. В Москве ставки сегодня на 400 б. п. выше показателя 2007 года; в Бухаресте — на 275, в Варшаве — на 125. Ставки доходности в Стокгольме, Париже и Хельсинки на 75 б. п. выше показателей III квартала 2009 года.

Крис Стейвли (Chris Staveley), глава панъевропейского отдела финансовых рынков и инвестиций компании Jones Lang LaSalle сказал: «Интерес инвесторов по-прежнему сосредоточен на качественных активах с хорошим местоположением и стабильными долгосрочными арендными договорами. Инвесторы снова выражают готовность бороться за некоторые из старых проектов, тем самым повышая их стоимость. Лондон остается основным рынком с точки зрения интереса инвесторов, за ним следует Париж. Но поскольку предложение качественных пред-

ложений продолжает сокращаться, инвесторам придется рассматривать новые рынки в Европе, а это, в свою очередь, может привести к дальнейшему сокращению ставок капитализации в регионе».

Господин Стейвли продолжил: «Сегодня стоимость активов значительно ниже показателей, зафиксированных на пике рынка. Они будут снижаться до того момента, пока финансирование не станет более доступным и инвесторы не будут готовы рисковать инвестировать в недвижимость. Несмотря на то, что доходности стабилизируются, ставки аренды на большинстве рынков продолжают падать».

Владимир Пантошин, директор по России и СНГ отдела экономических и стратегических исследований компании Jones Lang LaSalle, добавил: «Так же, как и во многих городах Европы, предложение высококачественных активов в Москве весьма ограничено. При этом сегодня владельцы этих зданий значительно реже находятся под бременем финансовых проблем. Многие из тех, кто был вынужден искать покупателей в начале года, сегодня уже сумели договориться с кредиторами либо найти альтернативные способы финансирования. Поэтому не удивительно, что в последние месяцы мы вновь наблюдаем снижение ставок доходности, хотя и небольшое. Оживление активности инвесторов, скорее всего, продолжит эту тенденцию. При этом именно офисный сегмент привлекает наибольшее внимание, и именно здесь зарегистрировано подавляющее большинство сделок».

Олег Привалов

ТОРГОВЛЯ

Н&М наступило в «Лето»

ОАО «Система-Галс» и группа Apsys объявили о подписании соглашения об аренде в торгово-развлекательном комплексе «Лето» (г. Санкт-Петербург) с очередным брендом — магазином модной одежды H&M. В ТРК «ЛЕТО» H&M займет 1 700 кв. м на двух этажах комплекса. Агентом по маркетингу и сдаче в аренду ТРК «Лето» является компания Jones Lang LaSalle в партнерстве с Apsys Rus. «Система-Галс» и Apsys совместно возводят торгово-развлекательный комплекс «Лето». Общая площадь ТРК «Лето» составляет порядка 114 000 кв. м, арендуемая — около 80 000 кв. м. Наземная парковка в комплексе рассчитана на 3 200 машин. Открытие ТРК «Лето» запланировано на III квартал 2010 года. Валерий Грибанов

Искусство находить решения

Интеграция связи для Вашего бизнеса

(812) 329 4444
www.smart.spb.ru

smart telecom

direct mail

Издательский дом «Коммерсантъ» в Санкт-Петербурге распространяет вместе с газетой буклеты и листовки заказчика

Отдел рекламы в Санкт-Петербурге:
(812) 324-69-49
(812) 324-67-94
elconina@spb.kommersant.ru

Ускорение вашего бизнеса

Интернет+Телефония

пакетные предложения

от 3500 рублей в месяц

Компания ТТК Северо-Запад
www.ttk-nw.ru
ttk@szapad.ttk.ru

196084, г. Санкт-Петербург
Московский пр., 107
тел. (812) 457-1010, факс (812) 457-0200

ТЕХНОЛОГИИ

ТВОРЧЕСТВО

КАЧЕСТВО

