

# КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

**[www.kommersant.ru/region/spb](http://www.kommersant.ru/region/spb)**

**Четверг 11 февраля 2010 №24 (№4324 с момента возобновления издания)**

В последние годы одним из основных драйверов роста российской экономики выступали относительно дешевые и доступные иностранные кредиты. Сегодня этот ресурс фактически отсутствует. Низкий уровень спроса на качественные объекты коммерческой недвижимости, декомпрессия ставок капитализации (cap rates), дефицит заемного капитала, проблемы с обслуживанием долговых обязательств — все это, кажется, ставит крест на новых проектах и возобновлении строительства. Однако, несмотря на это, привлечь финансирование в проекты сегодня все же возможно.

# В поисках источника

## финансы

Александр Волошин, руководитель отдела инвестиционного консалтинга ASTERA St.Petersburg, считает, что самым распространенным способом привлечения финансовых средств в проект коммерческой недвижимости остается соинвестирование. По его мнению, в текущей ситуации соинвестирование стало даже популярнее, чем кредитование ввиду крайне ограниченной выдачи кредитов банками. «При соинвестировании текущий девелопер проекта привлекает еще одного инвестора/девелопера, который может вложить в строительство „живые“ деньги. При этом изначальный девелопер проекта, со своей стороны, предоставляет проектную документацию, проведенные изыскательские работы, земельный участок, подключенную инженерную инфраструктуру — то есть все то, что было сделано по проекту до момента поиска соинвестора. Соинвестор же оценивает вклад изначального девелопера по сниженной стоимости (ниже фактических затрат), таким образом получая для себя большую долю в проекте», — говорит господин Волошин.

### Самый популярный путь

Еще одна схема привлечения финансирования используется в основном при продаже готовых объектов



Сегодня кредитование объектов, находящихся на стадии проектирования, строительство которых еще не начато, происходит лишь в единичных случаях и является скорее исключением из общей практики ФОТО СЕРГЕЯ МИХЕЕВА

недвижимости. В этих случаях покупатель может предлагать продавцу стоимость ниже оцененного текущего дохода от данного объекта с условием,

что через определенный период времени, когда доходы от объекта возрастут (повысятся ставки аренды), покупатель доплатит еще часть суммы,

заранее оговоренную сторо-

Николай Вечер, директор филиала GVA Sawyug в Санкт-Петербурге, считает, что

такая схема финансирования являлась самой «популярной» в сфере коммерческой недвижимости в 2009 году. «Чаще всего проекты переходили

под контроль банковских групп. Сбербанк и ВТБ даже создали специальные дочерние структуры для решения проблем, возникающих при этом. Банки также, правда, весьма неохотно, поддерживали уже открытые кредитные линии для девелоперов по конкретным проектам. Практически полный уход из России западных инвестиционных фондов охладил сектор private equity. Конечно, при этом масштаб инвестиций существенно снизился, но зато процедура принятия решений была более гибкая и мобильная. Так, например, в Санкт-Петербурге заметно активизировались как финские, так и норвежские инвесторы с объемом инвестиций до 10 млн долларов на один проект. При этом значительный интерес для них представляет сектор гостиничной недвижимости, пострадавший от кризиса в меньшей степени, чем офисная, складская или торговая недвижимость», — говорит господин Вечер.

## Докредитование

В целом объемы кредитования банками объектов коммерческой застройки сейчас очень низкие. В основном банки «докредитовывают» начатые проекты, по которым уже выдавался кредит этим же или другим банком. Если банк сам кредитовал объект, находящийся сейчас на промежуточной стадии строительства и нуждающийся в финансовых вливаниях

для окончания стройки, банку выгоднее выделить средства на завершение строительства и затем продавать готовый объект, нежели получать в собственность заложенный недострой, который невозможно продать.

Кредитование объектов, находящихся на стадии проектирования, строительство которых еще не начато, происходит лишь в единичных случаях и является скорее исключением из общей практики.

Александр Волошин, отмечая, что при принятии банком решения о кредитовании проекта приоритетом является репутация девелопера. Именно девелопера объекта банковские эксперты оценивают прежде всего — реализованные им проекты, его текущую финансовую ситуацию, предыдущую кредитную историю и т. д. Если девелопер проходит оценку банка с положительным результатом, конкретные детали его проекта имеют второстепенное значение.

Безусловно, за последний год квалификация банковских экспертов по недвижимости значительно выросла, поскольку банкам пришлось вплотную заниматься реализацией полученных залоговых объектов и более внимательно рассматривать заявки на кредитование. Но пока этой квалификации недостаточно для проведения профессиональной экспертизы.

(Окончание на стр. 14)

страница

## Рекордно низкий показатель

## Торговля вернулась на семь лет назад

страница

## Офисы жмутся ближе к центру

## Переезд на окраины отложен

страница

## Склады в глубокой заморозке

Прошедший год не оправдал даже пессимистичные прогнозы.

страница

## Девелоперы ожидают прибыли

## Трудный год закончен

СТРАНИЦА

## Рекордный год для отелей

Такого большого количества номеров город не вводил 30 лет



# коммерческая недвижимость

# Рекордно низкий показател

Торговля вернулась на семь лет назад

## форматы

В 2009 году в Санкт-Петербурге было открыто 6 торговых комплексов общей площадью 96 тыс. кв. м, что в 4 раза меньше, чем в 2008 году. Объем вывода на рынок новых торговых площадей в 2009 году стал рекордно низким за последние 7 лет. Таким образом, общий объем рынка качественной торговой недвижимости за год вырос всего на 3%. Впрочем, в наступившем году участники рынка ожидают многократного увеличения ввода торговых центров по сравнению с прошлым годом.

По данным АРИН, на конец 2009 года предложение качественных торговых площадей составило около 3,05 млн. кв. м, превывис объем торговых площадей на 6% по сравнению с кондом 2008 года. Качественные торговые площади распределены по районам Санкт-Петербурга неравномерно. На конец 2009 года лидируют три района: Приморский (22%), Выборгский и Московский (по 12%). Менее всего торговых центров представлено в пригородных районах, таких как Курортный, Пушкинский, а также в прибрежных к центру районах (Василеостровском, Петроградском, Адмиралтейском).

В структуре предложения торговых центров основная доля торговых площадей относится к классу «мидл». Малое предложение площадей в классах «мидл-элит» и «элит» связано не только с малым количеством торговых объектов, но и с их небольшими площадями, в сравнении с объектами других классов.

На конец 2009 года наибольшее число рассматриваемых объектов приходится на диапазон от 3 000 и до 40 000 кв. м. В этом диапазоне площадей работают практически все торговые центры, гипермаркеты, а также ведется торговля в торгово-офисных центрах.

Уровень заполнения торговых площадей в связи с кризисом снизился на 10%. В



Несмотря на общее увеличение доли вакантных площадей в торговых комплексах, заполняемость успешных торговых объектов остается близкой к 100%, в некоторых из них продолжает существовать лист ожидания арендаторов.

первую очередь страдают торговые центры, расположенные в неликвидных местах вдали от активных трафиков, с плохо проработанной концепцией, не большие по объему, менее 10 000 кв. м. «Есть торговые центры со стопроцентной заполняемостью. Это высококачественные торговые центры (с хорошей концепцией) — „ПИК“, „Сенная“, „МЕГА“, „Южный полюс“, „Атмосфера“, „Гранд Каньон“ и пр. У основной массы торговых центров уровень заполняемости находится на уровне 70–95 процентов: Miller Center, „Бада Бум“ заполнены на 70–80 процентов; „Озерки“, „Родео Драйв“ и „Торговый двор“ (у станций метро „Пр. Большевиков“ и „Академическая“) — заполнены на 80 процентов; „Гулливер“, „Капитолий“ — на 90 процентов. Но есть и неудачные примеры, где заполняемость на уровне 40 процентов — „Северный молл“, „Сити молл-1“ — на 90 процентов; Esfera на 50 процентов, Voyage на 50 процентов», — говорит в АРИН.

За три квартала 2009 года падение арендных ставок в

торговых центрах в среднем составило 30%. Основное падение цен происходило в первые полгода после начала кризиса. Со второго квартала 2009 года темпы снижения арендных ставок замедлились. И в четвертом квартале 2009 года средние арендные ставки выросли на 6% по сравнению с третьим кварталом 2009 года — рост обеспечен за счет роста арендной ставки на наиболее ликвидные площади.

Уровень арендных ставок для «якорей» варьируется в диапазоне 3 000–24 000 руб./кв. м в год, для арендаторов торговой галереи — 6 000–54 000 руб./кв. м в год.

За 2009 год в торговой галерее арендные ставки снизились на 10–70% в зависимости от арендаторов и концепции торгового центра.

Помещения в аренду в новых торговых центрах предлагаются со скидкой на первые 2 года, а собственники некоторых действующих ТЦ готовы пересматривать договоры и снижать ставки на год. Появляются примеры, когда «якорные» операто-

ры освобождаются от арендных платежей и рассчитываются только за коммунальные услуги (например, так происходит в ТРК «Феличита» компании «Макромир»).

## Ошибочность концепций

Кризис показал ошибочность концепций некоторых торговых комплексов — если раньше можно было существовать и с ними, то с падением оборотов в неудачных комплексах арендаторы просто стали съезжать. Собственники задумались о реконцепции — в ближайшее время рынок отделки внутренних помещений в торговых центрах может немного подрасти из-за перепланировки помещений торговых центров.

По данным Гильдии управляющих и девелоперов, сейчас в городе осуществляется реализация 35 объектов торговой недвижимости. Активно строятся только около 45%. Строительство четырех торговых объектов ведется в замедленном темпе, 13 — приостановлено. Еще до начала кризиса рынок торговой недвижимости Петербурга

развивался настолько активно, что начал испытывать дефицит торговых операторов. Это привело к появлению масштабных проектов с похожими друг на друга концепциями, пустующими торговыми секциями и большими площадями, отведенными под развлекательную составляющую. В кризис торговые сети стали сокращать ассортимент, отказываясь от непрофильных товаров и закрывать наименее доходные из своих объектов.

Андрей Соколов, руководитель аналитического департамента Гильдии управляющих и девелоперов, говорит, что лучше всего с арендаторами обстоит дело в торговых центрах, построенных до 2007 года — около 8–10% вакантных площадей. В ТРЦ, введенных в эксплуатацию в 2009-м, пустует около 25–30%. «Для действующих торговых центров реконцепция заключается прежде всего в ребрендинге (изменении пула арендаторов) и смене управления. Возможна замена одного или нескольких якорей», — говорит господин Соколов.

## Смерть искусственных форматов

Александр Волошин, руководитель отдела инвестиционного консалтинга ASTERA St.Petersburg, считает, что кризис ускорил отмирание искусственных форматов, в том числе и торговых комплексов среднего размера. Сегодня продолжают строиться и вводиться в эксплуатацию в основном крупные объекты и небольшие комплексы микрорайонного формата. «Комплексы, которые функционируют с большими свободными пятнами, естественно, должны решать каким-то образом данную проблему — кто-то пытается сдавать как есть, а кто-то думает об изменении концепции. Это может быть смена формата — был комплекс с однежно-обувной галереей, теперь предлагает под бытовую технику, мебель, фитнес и т. д. Это может быть укрупнение

нарезки или, наоборот, уход от концепции премиальной в демократичный сегмент или дисконт-центр», — говорит он. В качестве примеров реконцепции Александр Волошин приводит ТК «Владимирский пассаж», который планомерно повышает уровень комплекса до премиального, осуществляет ротацию арендаторов. Также он вспоминает ТК «Променад», который вынашивает аналогичную идею и привлекает интересных арендаторов в сегменте «средний плюс». «Есть примеры внедрения новых функций в торговые комплексы, например, выставочной, как в ТК «Гарден Сити», — приводит еще один пример господин Волошин.

Если же взять более широкий взгляд — сейчас происходит формирование психологии потребления destination shopping, которая уже давно прижилась в развитых странах. Для такого времяпровождения необходимы большие комплексы, когда покупатель может провести там целый день и найти для себя все интересующие его магазины и развлечения. Соответственно, происходит постепенное укрупнение торговых объектов. «С течением времени исчезнет средний формат торговых комплексов. Шопинг у дома в небольших комплексах всегда останется популярен. Таким образом, через несколько лет на рынке торговой недвижимости будут работать форматы „большие далеко“ и „маленькие рядом“», — прогнозирует господин Волошин.

## Самый распространенный

Сегодня наиболее развитыми форматами в торговле остаются торговые центры и торгово-развлекательные комплексы, на их долю приходится 2/3 торговых площадей города. При этом по площади лидирует формат ТРЦ, что объяснимо большой площадью объектов данного формата — средняя площадь составляет 30 тыс. кв. м, тогда как у ТЦ и гипермаркетов в среднем площадь в три раза меньше — по 9 тыс. кв. м.

Форматы сетей DIY и товаров для дома (OBI, Leroy Merlin, Castorama, «Максидом», «K-Payta», «Старик Хоттабыч», «Метрика», IKEA) и cash & carry, по мнению экспертов, пока не получили широкого распространения — их суммарная площадь не превышает 5–10% от более чем четырех миллионов квадратных метров качественных торговых площадей.

Екатерина Немирова, руководитель отдела торговых центров Praktis CB, признает, что практически во всех торговых центрах есть пустующие площади. Но по сравнению с итогами второго полугодия, по ее данным, они уменьшились на 1%.

По словам госпожи Немировой, в среднем по городу показатель вакантных площадей — 10,3%. Вице-президент Ассоциации риелторов Санкт-Петербурга и Ленобласти Павел Созинов согласен с мнением, что принципиальный тренд последних лет — укрупнение форматов. «Так, доля ТЦ „районного масштаба“ уменьшилась практически в

три раза за последние три года. Очевидно, что кризис, активно повлиявший на ритейлеров, серьезно перетасует основных игроков, что повлечет за собой смену владельцев ТЦ и последующее репозиционирование объектов. Однако изменение „крупных форматов“ в кризис затруднено дефицитом инвестиций, количество новых ТРК в текущем и следующем году будет исчисляться единицами, достраиваются только уже начатые проекты», — резюмирует господин Созинов.

С мнением коллег о тенденции к укрупнению торговых центров не согласен директор по консалтингу и оценке NAI Besag Игорь Лучков: «Пора больших форматов (как „Невский Колизей“ или „Галерея“ на 200 тыс. кв. метров) прошла. С окончанием форматы будут распространяться ТК районных форматов. Крупные форматы ТК будут возникать только в зоне Западного скоростного диаметра и западной части кольцевой, когда они будут достроены. Но и там это будут единичные объекты. Те крупные торговые комплексы, что уже введены, сейчас столкнулись с проблемой ротации арендаторов, но можно сказать, что объекты с хорошей локацией — рядом с метро, с хорошей транспортной доступностью или развозкой — эти проблемы решат со временем, а вот крупные форматы с неудачным расположением (например, есть подобные объекты в районе Командантской площади) могут оказаться в сложной ситуации».

(Окончание на стр. 16)

Наиболее крупные торговые центры, введенные в эксплуатацию в 2009 году

| Название                            | Адрес                                        | Девелопер                          | Тип | Площадь |
|-------------------------------------|----------------------------------------------|------------------------------------|-----|---------|
| «Мебель Wood»                       | на углу Дальневосточного пр. и ул. Коллонтай | «Диама-Инвест»                     | ТК  | 21 000  |
| Miller Center (3-я очередь)         | Командантский пр.                            | «Стройкапитал»                     | ТРК | 22 000  |
| «Феличита-Пионерская» (2-я очередь) | Коломяжский пр.                              | «Макромир»                         | ТРК | 26 500  |
| Cruise                              | ул. Тулоповская, напротив дома 8             | «Океида»                           | ТРК | 22 000  |
| «Аура»                              | Лактинский пр., д. 85                        | «Этапол ЛенСпецСму»                | ТК  | 14 320  |
| «Рыбачий»                           | Тепловозная ул., д. 31                       | «Бестъ. Коммерческая недвижимость» | ТК  | 10 800  |
| «Мебель Холл»                       | пл. Карла Фаберже, д. 8                      | «Русские самоцветы»                | ТК  | 21 000  |

Источник: АРИН

# В поисках источника

## финансы

(Окончание. Начало на стр. 13)

Поэтому, при условии что заемщик не вызывает у банка сомнений, кредит может быть предоставлен в равной степени и под торговый, и под офисный объект. Здесь значительную роль играет презентация проекта девелопером, качество представленного инвестиционного меморандума, полнота финансовых расчетов и т. д. При этом получить кредит под объект жилой застройки пока проще, чем под коммерческую недвижимость — ввиду разницы в сроках окупаемости инвестиций», — говорит господин Волошин.

Николай Вечер говорит, что в первой половине 2009 года банковское кредитование сектора коммерческой недвижимости практически прекратилось. Реальные кредитные ставки превышали 20%, что делало проекты практически некупаемыми.

Ситуацию подогрели федеральные власти тем, что, панически боясь скачка инфляции, они стали сжимать денежную массу и повысили ставку рефинансирования. Постепенно, однако, обстановка менялась, и во втором полугодии банковская ликвидность была практически восстановлена, а ставка рефинансирования значительно снижена. «Однако банки по-прежнему считают риски девелоперов достаточно высокими и неохотно кредитуют застройщиков. Исключения возможны лишь в тех случаях, когда проекты в достаточно высокой стадии были заложены в банки и сейчас перешли в их собственность. В этой ситуации банкам зачастую проще продолжить кредитовать эти проекты (при условии полной смены команды менеджеров), чтобы реализовать их в уже готовом виде, что, естественно, повышает как цену объекта, так и

его ликвидность. На начало года банки предлагали свои кредитные продукты для девелоперов со ставками на уровне 15–17 процентов», — говорит господин Вечер.

Андрей Тетых, председатель совета директоров АРИН, говорит, что даже в случае если заемщик предоставляет залог, банк тщательно проверит финансовое состояние заемщика и дает в кредит не более 50–60% от стоимости залога.

«Кроме того, банки существенно повысили требования к оценке рисков проектов. В частности, к определению залоговой стоимости объекта. По некоторым банкам встречалась существенная недооценка по рыночной стоимости объекта, когда залоговая стоимость объекта рассматривалась в цифрах в разы ниже, нежели рыночная стоимость», — говорит господин Тетых.

Николай Пашков, директор по профессиональной деятельности Knight Frank St.Petersburg, говорит, что классическое проектное финансирование не ушло с рынка окончательно: банки продолжают искать новые проекты, правда, сегодня тактика их поведения стала более консервативной. Если до кризиса можно было получить кредит в размере до 70–80% от стоимости проекта, то сейчас речь идет максимум о 50–60% и то — при наличии хорошего залога. К недостаткам такой схемы можно отнести краткосрочный характер привлекаемых средств (от 1,5 до 3 лет), высокие процентные ставки (15–20%), а также недостаточность залоговой базы.

Гораздо больше шансов получить финансирование у проектов, которые уже строятся и находятся в достаточно высокой стадии готовности. В этом случае девелоперу имеет смысл оформить проект как объект

незавершенного строительства. Такой шаг делает его более ликвидным в качестве залога и повышает шансы на кредитование.

## Разумная альтернатива

«Разумной альтернативой проектному финансированию можно назвать ломбардное инвестирование под залог третьих активов (при наличии качественного залога) и привлечение средств под гарантии национальной экспортных кредитных агентств (НЭКА). Кстати, именно последняя схема получает все большее распространение на нашем рынке, в частности, именно по ней реализуется проект отеля Four Seasons в „Доме со львами“ около Исаакиевской площади», — говорит господин Пашков.

Как правило, НЭКА создается при участии государства, однако их роль в некоторых странах иногда могут играть банки или страховые компании. НЭКА обычно не выделяют финансирование, а предоставляют страховое или гарантийное покрытие рисков банкам, которые осуществляют финансирование по сделке. Для зарубежных банков реализация подобных схем кредитования является чрезвычайно привлекательным видом бизнеса ввиду их безрисковости. НЭКА обеспечивает страхование 95–100% экономических и политических рисков финансирующего банка, в то же время это источник недорогого фондирования для российского банка.

Финансирование под гарантии национальных экспортных агентств является одним из самых дешевых по стоимости (10–12%) и длинных по сроку (от 5 до 10 лет) видов финансирования. Для сравнения: кредиты за счет средств, привлеченных на российском рынке, банки выдают в среднем на срок до

3 лет. Девелоперу это дает возможность завершить проект, а «длинные» деньги понижают риск дефолта по погашению кредитных обязательств.

Если обратиться к небанковским формам финансирования, стоит отметить, что начали активизироваться игроки (в основном это околофинансовые структуры), готовые приобрести долю в акционерном капитале компаний-собственников проекта. Как правило, их требования далеки от текущих рыночных реалий — запрашиваемая доходность на вложенные средства составляет 30–35% годовых. Однако для некоторых девелоперов, уже начавших строительство объектов и испытывающих недостаток средств для их завершения, это тем не менее может стать неплохой альтернативой. Даже нулевая доходность на собственные средства, которую можно получить при привлечении соинвестора, в сравнении с серьезными убытками от заморозки проекта, является в итоге гораздо более разумным вариантом. Основным преимуществом стратегии также является диверсификация рисков управления проектом и инвестиционных рисков между партнерами.

«В следующем году, по мере стабилизации ситуации на рынке недвижимости, можно прогнозировать, что все вышеперечисленные способы финансирования будут активно возвращаться в наши реалии. В частности, последние переговоры с крупными банками позволяют говорить, что они вновь начинают рассматривать возможность кредитования строительного сектора. А любая конкуренция за проекты приведет к снижению процентных ставок и смягчению условий кредитования», — резюмирует господин Пашков.

Олег Привалов



2010

# Корпоративная подписка

действует для гостиниц, баров, ресторанов, кофеен, фитнес-клубов, салонов красоты.

- Удобные условия доставки газеты «Коммерсантъ» и всех тематических приложений издательства;
- Прекрасная возможность вашим клиентам быть в курсе событий во время бизнес-ланча, ожидания или досуга;
- Специальные цены, рекламная поддержка.

Узнайте подробную информацию об условиях корпоративной подписки в отделе распространения ЗАО «Коммерсантъ» в Санкт-Петербурге: (812) 271-36-35, golubeva@spb.kommersant.ru

# коммерческая недвижимость

## Склады в глубокой заморозке Прошедший год не оправдал даже пессимистичные прогнозы

**ЛОГИСТИКА**  
В 2009 году общий объем качественной складской недвижимости увеличился на 13% — менее чем на 200 тыс. квадратных метров. Объем свободных площадей вырос на 90%. Арендные ставки при этом упали на 20%. В этом году падение ставок продолжится, говорят эксперты.

Светлана Шалаева, директор по исследованиям и консалтингу ГК «Аверс», говорит, что прогнозы специалистов по вводу площадей составляли 300–900 тыс. кв. м, так как много проектов находилось в финальных стадиях. «На деле ввели менее самого пессимистичного прогноза (около 260–290 тыс. — холодильный склад «Рубеж» — 40 тыс.кв.м, «Кулон-Пулково» — 36 тыс. кв. м, Ahlers 22,1 тыс. кв. м, логопарк «Нева» (Megalogix) — 2-я очередь — 100 тыс. кв. м, МФК Sky Trade — 22 тыс. кв. м (часть площадей индустриально-складские), «Аревисст» — 16,5 тыс. кв. м и др.)», — говорит она.

С вводом новых логистических комплексов в конце 2008 года произошло падение заполняемости (в классе А она составляет 50–60%, в классе В — 65–70%), новые площади долго пустовали вследствие снижения промышленного производства, падения оборота торговли и снижения интенсивности грузопотока всеми видами транспорта.

Ставки аренды, которые приводятся аналитики, — до \$90/кв. м в год для класса В и до \$100–110/кв. м в год для класса А. С начала года эти оценки не изменились, так

как основное падение ставок пришлось на конец 2008 года (20–40%), но, как говорят специалисты, реальные цены сделок неизвестны. За год было заключено несколько крупных сделок: например, Scania арендовала 10 тыс. кв. м (AKM-logistics), WeMaTec — 2 тыс. кв. м у «Кулон-Пулково», «Катрен» — 6 тыс. кв. м у «МЛП — Уткина заводь».

Крупные операторы торговли отказываются от мест в логистических комплексах в пользу собственных дистрибуционных центров. Среди наиболее громких «заморожек» проектов специалисты называют решение компании «Евразия Логистик» о приостановке реализации проекта логистического парка «Колпино» под Санкт-Петербургом. Индустриальный парк «Колпино» должен был стать одним из крупнейших логистических парков класса А в регионе. Общая площадь проекта составляла 579 тыс. кв. м.

Вера Бойкова, руководитель отдела индустриальной недвижимости ASTERA St. Petersburg, говорит, что общий объем рынка складской недвижимости Санкт-Петербурга (включая территории Ленинградской области вблизи КАД) к концу 2009 года составляет 1 784 304 кв. м.

В Knight Frank считают, что объем ввода качественных складских площадей в 2009 году снизился относительно показателя на 2008 год в 2,7 раза. Объем свободных складских площадей на конец 2009 года превысил 300 тыс. кв. м. Это приводит к тому, что ряд крупных складских проектов класса А начинает трансформи-

роваться в производственно-складские комплексы. По данным Knight Frank, в 2009 году в эксплуатацию было введено около 186 тыс. кв. м качественных складских площадей, что увеличило общий объем предложения менее чем на 13%. Причем предложение в сегменте класса А увеличилось на 16%, а в сегменте класса В — всего на 8%.

Более 57% общего объема качественных складских площадей в настоящее время относится к классу А. В сегменте спекулятивных складов (то есть используемых собственниками для сдачи в аренду) доля помещений класса А составляет около 73%.

Как говорят в Knight Frank, в первой половине 2009 года на рынке наблюдался процесс отказа арендаторов от части или всех снятых ранее площадей. Таким образом, даже с учетом рекордно низкого объема ввода общая площадь вакантных площадей за год увеличилась почти в два раза. По итогам 2009 года средний уровень вакантных помещений в складских комплексах класса А составил 38,4%, в комплексах класса В — 24,2%.

«С начала кризиса снилась минимальная площадь запрашиваемых помещений. Вместо 2 500–3 500 кв. м потенциальные арендаторы подбирают помещения площадью 500–1 500 кв. м. Интерес к высококлассным складским площадкам начинают проявлять производственные компании. В 2009 году более 20 процентов реализованных на рынке площадей были арендованы

под производственные нужды», — говорят в Knight Frank. Помимо уменьшения размера арендной ставки, девелоперы и собственники готовы обсуждать прочие коммерческие условия договора аренды. В том числе в большинстве комплексов снижен минимальный срок аренды (11 месяцев вместо 3–5 лет), уменьшены страховой депозит и авансовые платежи.

### Кризисный миллион

За время кризиса была приостановлена реализация более 300 тыс. кв. м складских проектов, находящихся на стадии строительства, более 1 млн кв. м — находящихся на стадии проектирования и разработки концепции, что привело к серьезному сокращению объемов ввода новых площадей. Таким образом, в случае если девелоперы не вернутся к реализации замороженных проектов, объем ввода качественных складских площадей в 2010 году вряд ли превысит 100 тыс. кв. м. Вера Бойкова прогнозирует, что в первой половине 2010 года возможно продолжение снижения ставок еще на 5–10%, потом падение должно остановиться. «К концу года ставки зафиксируются на уровне 300–350 руб./кв. м для качественных складских комплексов (классы А, В). К концу второго квартала у компаний-арендаторов должны повыситься обороты, соответственно, мы ожидаем некоторой активизации спроса на складские помещения, но преимущественно на склады класса В», — полна оптимизма госпожа Бойкова. По объему ввода — анонсировано около

1 миллиона квадратных метров, но велика вероятность, что некоторые из этих проектов будут перенесены на более поздние сроки или участки под ними будут проданы, считает она.

Специалисты говорят, что ставки начнут рост не ранее 2011 года, в 2010-м спрос сохранится на склады более демократичных классов (В, С). В отличие от торговой и офисной недвижимости, складской сегмент будет дольше всех восстанавливаться после кризиса. Сейчас доля вакантных площадей в среднем по рынку составляет 55% (учитывая как новые, так и действующие комплексы классов А и В). Профицит рынка достаточно большой, чтобы спрос потянул эти площади неспешными темпами в течение нескольких лет. Новые проекты рынком пока мало востребованы, однако если есть возможность построить складской комплекс класса В на инженерно подготовленном участке, с отличной локацией (лучше — на севере города, где предложения не хватает), — надо строить, на такой проект спрос будет. Основные сложности у тех складских проектов, которые реализовывались просто ради того, чтобы что-то построить на имеющемся у собственника участке, без продуманной концепции, финансового анализа. Такие проекты больше всех пострадали от кризиса и будут заполняться медленнее других, либо их собственники придется идти на более серьезные уступки арендаторам, чтобы привлечь их на проект.

РОМАН РУСАКОВ

## Девелоперы ожидают прибыли Трудный год закончен

### исследование

**Российские строители уверены, что кризис заканчивается. Исследование, проведенное компанией КПМГ, показало, что 78% компаний, работающих в этой отрасли, полагают, что их прибыль в 2010 году увеличится или останется прежней.**

После нескольких лет бурного развития мировой строительной индустрии многие ожидали в нынешних неблагоприятных экономических условиях если не массовых банкротств, то по меньшей мере резкого падения темпов развития отрасли. Вместе с тем результаты проведенного КПМГ в 2009 году международного исследования на основе опроса представителей строительных компаний показывают, что, несмотря на падение спроса и практическое отсутствие в течение почти целого года источников заемного финансирования, компании начинают оправляться от потрясений. Наталья Малютина, партнер налогового отдела, руководитель практики КИМГ по работе со строительными компаниями и сектором недвижимости, так прокомментировала сложившуюся ситуацию: «Мнение, что мировой финансовый кризис значительно подорвал строительную индустрию, поверхностно. По нашим наблюдениям, несмотря на его сильное влияние, большинство строительных компаний рассматривают существующую на данный момент ситуацию как повод пересмотреть подходы к ведению бизнеса и сделать его более эффективным. Когда кризис закончится, они будут готовы наверстать упущенное и добиться еще более высоких результатов». Пятнадцать три процента глобальных респондентов (и 67% российских) отметили, что объем портфеля заказов либо увеличился, либо остался на прежнем уровне, по сравнению с этим же периодом прошлого года. Девяносто процентов опрошенных российских компаний отметили, что текущая экономическая ситуация положительно повлияла на их способность добиваться от поставщиков выгодных условий и скидок. А порт ситуация с прибылью по портфелю текущих заказов в различных регионах сильно различается.

Наиболее сильный удар кризис нанес подрядчикам в Европе, на Ближнем Востоке и в Африке: на вопрос о том, отметили ли они снижение заложенной в прогноз нормы прибыли, положительно ответили 54 процента респондентов. В России этот показатель еще больше — 89% респондентов отметили снижение плановой нормы прибыли по сравнению с 2008 годом.

### Без сокращений

В условиях глобального экономического кризиса довольно неожиданным стало заявление 35% опрошенных представителей строительных компаний о том, что они не прибегали к сокращению персонала. Хотя для России этот процент значительно ниже — только 10% респондентов признали, что они не сократили персонал во время кризиса. При этом в российских компаниях под наибольшие сокращения попал персонал вспомогательных функциональных подразделений (сотрудники отдела маркетинга, бухгалтерии и т. д.).

Международное исследование показало, что необходимость сокращения затрат на персонал в форме снижения зарплат, со-

кращения продолжительности рабочего времени или длительных неоплачиваемых отпусков возникла лишь у крайне незначительного количества подрядчиков (в России подобные меры применялись в каждой третьей компании-участнице опроса), а то, что в условиях столь тяжелой рецессии в среднем 28 процентов респондентов вообще не принимали подобного рода мер, можно рассматривать как своего рода подвиг.

73% участников глобального опроса сообщили о том, что в последние 12 месяцев они тщательнее подходят к изучению предынвестиционных исследований и проверяют финансовую стабильность клиентов (для российских компаний этот результат — 80%). Большинство опрошенных сообщили о проведении углубленного анализа рисков, связанных с реализацией больших проектов, и выделения дополнительных ресурсов и времени на совершенствование систем управления рисками, а именно об увеличении инвестиций в доработку систем и более детальную оценку денежных потоков, соответствия нормативно-правовым требованиям анализ угроз безопасности.

Когда речь заходит о конкуренции в нынешних условиях, большая часть респондентов считает, что непрерывным условием высокой конкурентоспособности компаний является их устойчивое развитие, гарантирующее выполнение требований клиентов и регулирующих органов. Несмотря на то, что 56% участников опроса заявили, что устойчивое развитие помогает позиционировать их компании как использующие инновационные технологии и безопасные для окружающей среды материалы, многие из них, тем не менее, полагают, что это — всего лишь минимальное требование, выполнение которого позволяет надеяться на то, что компания попадет в итоговый список кандидатов на заключение договора. На глобальном уровне лишь 28% респондентов считают, что, включая в конкурсные предложения возможные решения в области устойчивого развития, они смогут получать приглашения на участие в тендерах по более широкому спектру проектов (из стран Северной и Южной Америки — 56%). В России внимание к вопросам устойчивого развития, по мнению 50% опрошенных, помогает в установлении партнерских отношений с новыми категориями клиентов.

Показательно, что, отвечая на вопрос о том, какие показатели устойчивого развития больше всего волнуют их клиентов, респонденты назвали рентабельность/эффективность затрат (80% российских респондентов), привлекательность для инвесторов и конечного покупателя (60% российских респондентов) и эффективное использование энергоресурсов и воздействие на окружающую среду. Это дает основания предположить, что отрасль рассматривает устойчивое развитие не только как способ охраны окружающей среды, но и как способ добиться более высокой эффективности затрат.

Ответы на два вопроса, касавшихся принципов подготовки финансовой отчетности, распределились следующим образом: отвечая на первый из них, свыше 80% глобальных респондентов (86% российских) выдвинули предположение о том, что переход компаний

отрасли на Международные стандарты финансовой отчетности (МСФО) оказал (окажет) либо положительное влияние, либо не оказал (не окажет) никакого. Ответ большинства респондентов на второй вопрос о планируемых изменениях в порядке признания сумм выручки был прямо противоположным: они уверены, что новые стандарты отрицательно повлияют на способность пользователей финансовой отчетности составить целостное представление о результатах операционной деятельности и ухудшат качество прогнозов прибыли и выручки. Респонденты считают, что используемая на данный момент модель корректно представляет процесс признания выручки.

Светлана Фонарева, партнер отдела аудита КИМГ, руководитель практики по работе со строительными компаниями и сектором недвижимости, комментируя переход компаний на МСФО, отметила, что в этом году данный процесс был приостановлен в большинстве российских строительных и девелоперских компаний. Те, кто приступил к составлению МСФО-отчетности задолго до кризиса, не отказались от ведения бухгалтерского учета согласно МСФО или трансформации российских регистров учета, так как основные инвестиции по становлению данного процесса уже произведены, и перерыв в истории составления МСФО отчетности только привел бы к более существенным затратам впоследствии. Однако те компании, которые только планировали принятие МСФО, в большинстве случаев решили отложить данный шаг до посткризисных времен, и пока существенной активности в данной области не наблюдается. Михаил Возинов, генеральный директор ЗАО «ЮИТ Лентек», говоря об итогах уходящего года, отмечает, что правила игры изменились с точки зрения финансирования проектов. «Финансирование строительных компаний возобновилось в конце лета 2009 года. Банки стали вести более выверенную политику по отношению к девелоперам», — говорит он. По мнению Михаила Возинова, компании, которые вчера вели рискованную и недальновидную инвестиционно-финансовую политику, сегодня пострадали в первую очередь.

В нынешних условиях для банков на первое место при принятии решения о кредитовании строительной компании выходят следующие факторы: надежная репутация компании-застройщика, стабильное положение на рынке и хорошая динамика строительства. Все перечисленные факторы имеют первостепенное значение и для клиентов. Специалисты компании «М-Индустрия», говорят, что ушедший год породил слухи и страхи, что заставило компанию намного больше внимания уделять информированию дольщиков о ходе строительства — вплоть до организации регулярных экскурсий по объекту для инициативной группы дольщиков. «Так как строительные холдинги активно развивались и вкладывали прибыль в новые проекты, почти полное и одномоментное прекращение кредитования отрасли в конце 2008-го — начале 2009 года стало основной причиной глубокого кризиса», — объясняют причины кризиса в «М-Индустрии». ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

## Офисы жмутся ближе к центру Переезд на окраины отложен

### бизнес-центры

По итогам 2009 года в Санкт-Петербурге было сдано в эксплуатацию 18 бизнес-центров класса А и В, общей офисной площадью 244,2 тыс. кв. м, не было введено ни одного бизнес-центра класса С. Основной объем введенных бизнес-центров приходится на классы В+ и В (64%). Тенденция к децентрализации офисного рынка, наблюдавшаяся в предкризисные годы, сейчас приостановилась.

На 2009 год объем качественных офисных площадей класса А, В+ и В составил 1 883 тыс. кв. м, превысив объем качественных офисных площадей на 13% по сравнению с концом 2008 года.

Большинство бизнес-центров класса С располагаются в Невском (16%), Московском (14%), Адмиралтейском (13%) и Выборгском (11%) районах. За 2009 год не было введено ни одного бизнес-центра класса С. Общий объем бизнес-центров класса С на 2009 год составил около 556,5 тыс. кв. м.

На 2010 год не заявлено ни одного бизнес-центра класса С. Связано это с тем, что норма прибыли данного класса меньше, чем в классе В. Наибольшим спросом в бизнес-центрах класса С пользуются помещения площадью 100–200 кв. м.

Для бизнес-центров класса С характерен самый высокий уровень заполняемости. Это связано с тем, что компании снижают издержки и переезжают

в бизнес-центры, где арендная ставка ниже.

По данным АРИН, по итогам 2009 года было зафиксировано снижение арендных ставок в бизнес-центрах класса А на уровне 29%; В+/В — на уровне 30%; арендная ставка в классе С снизилась в наименьшей степени — на 10% (с начала года).

Вместе с позитивными трендами на финансовом рынке со второго полугодия 2009 года наблюдалась тенденция к стабилизации арендных ставок в бизнес-центрах (темпы снижения ее стоимости замедлились).

Сергей Акулич, вице-президент компании BlackStone Keeping Company, отмечает: «Массовое снижение ставок пришлось на начало 2009 года, а потом на протяжении года темпы снижения немного замедлились, но во второй половине года рынок недвижимости пополнился еще несколькими бизнес-центрами, тем самым не дав сократить количество предлагаемых вакантных площадей».

Как говорят специалисты АРИН, бизнес-центры класса А показали наибольший прирост (21%) за 2009 год, что прежде всего связано с желанием девелоперов реализовывать наиболее доходные объекты, а также с принятием новой классификации в 2008 году, которая позволила позиционировать новые объекты, расположенные не в центре города, в классе А.

На конец 2009 года большинство действующих офисных пло-

щадей приходится на бизнес-центры класса В и В+ (49%).

По итогам 2009 года лидерами по количеству действующих офисных центров класса А остаются Центральный (42%), Петроградский (14%) и Василеостровский (14%) районы.

Изда финансового кризиса снизился спрос на офисные помещения в бизнес-центрах класса А, что заставило многих управляющих предоставить скидки на аренду помещений.

Прослеживается ярко выраженная тенденция увеличения сроков заполняемости новых бизнес-центров. Если раньше на заполнение бизнес-центра класса А (до стопроцентной заполняемости) было достаточно 3–4 мес., то сегодня на данный процесс уходит до 8–12 мес., что связано с нецентральным месторасположением новых бизнес-центров, с увеличением арендопригодной площади. Наибольший спрос приходится на офисы площадью до 100 кв. м (50%).

Лидерами по количеству действующих офисных площадей являются: Центральный (26%), Петроградский (17 %), Адмиралтейский (14%) и Василеостровский (12%) районы.

По структуре соотношения между классами В+ и В действующих бизнес-центров примерно равны: 48% — класс В, 52% — класс В+ Наибольший спрос на рынке в целом приходится на офисы площадью до 100 кв. м, все реже запрашивают площади 100–300 кв. м.

К одному из ключевых событий рынка специалисты компании Knight Frank относят покупку компанией «Газпром девелопмент» бизнес-центра «Арена Холл» у компании «Промсвязьнедвижимость». Сумма сделки за офисный объект класса В площадью 27 тыс. кв. м в Петроградском районе составила около \$50 млн. Еще одним важным событием в компании считают заключение крупнейшей сделки за последние два года по аренде. Интернет-провайдер Yota арендовал 7 800 кв. м офисных помещений класса А в бизнес-центре «Атлантис-сити».

В АРИН отмечают, что кризис повлиял на тенденцию децентрализации офисного рынка и создания крупномасштабных бизнес-парков на периферии города (в том числе размещение в зоне КАД) — сейчас процесс затормозился в силу того, что многие проекты заморожены.

Появились компании, которые пересматривают свои проекты, отказываясь от офисной застройки в пользу жилья (так, холдинг RBI пересмотрел в пользу жилой функции концепцию развития участка на углу Пискаревского пр. и Свердловской наб.).

«В 2010 году прогнозируется ввод порядка 177 тыс. кв. м офисных площадей класса А, В+ и В. Развитие рынка бизнес-центров в период экономического кризиса может привести к снижению качества объектов,

часть девелоперов начнут осваивать сегмент бизнес-центров класса С. В 2010 году возможно снижение арендных ставок в качественных бизнес-центрах на уровне 5–10 процентов», — говорят в АРИН. В структуре спроса продолжает увеличиваться доля запросов на офисы небольшого метража (до 100 кв. м) на фоне снижения заявок на офисные помещения площадью от 500 кв. м. Мировой финансовый кризис коснулся многих компаний в Санкт-Петербурге, которые, снижая издержки, вынуждены сокращать персонал. Общий объем качественных офисных площадей в 2010 году может составить порядка 2 060 тыс. кв. м.

В действующих (введенных до второго квартала 2008 года) бизнес-центрах объем вакантных площадей составляет около 15–25%, а во вновь вводимых — уровень заполняемости порядка 25–70% (например, комплекс «Антарес» заполнен на 25%; бизнес-центр «Линкор» заполнен на 60%).

Последствия мирового финансового кризиса привели к снижению спроса на качественные офисные помещения класса А, В+ и В. Текущая заполняемость класса А составляет 75%, класса В+ — 80%, класса С — 92%; Валерий Хламкин, директор по развитию VMB TRUST, говорит: «На сегодняшний день доля вакантных площадей, по нашим оценкам, составляет более 400 тыс. кв. м».

ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

*Финансовый центр  
Петербурга*

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



**ПРОДАЖА И АРЕНДА**

*НОВЫЕ ПРЕДЛОЖЕНИЯ  
В ЧЕСТЬ ОТКРЫТИЯ бизнес-центра!*

- Офисные помещения от 50 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**

*ОБУСТРАИВАЙТЕСЬ НЕ СПЕША!  
Месяц в подарок!*

- Офисные помещения с полной отделкой от 50 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

## Рекордно низкий показатель

Торговля вернулась на семь лет назад

### форматы

(Окончание. Начало на стр. 14)

#### Развлекаться хочется всегда

Что касается тенденций, то сейчас все больше стали уделять внимания развлекательной функции торговых комплексов, часто в ТК размещаются своеобразные «магниты» (например, каток и искусственный склон для катания на горных лыжах в «Континенте»). Несмотря ни на что люди готовы тратить деньги на развлечения. Стимулом к такому развитию ТК стала и ликвидация игорных заведений. «В результате, на мой взгляд, будут иметь успех торговые центры, которые совместят операторов продуктового формата и развлекательную функцию и будут ориентированы на нужды потребителей какой-либо жилой зоны», — говорит Игорь Лучков.

При этом Светлана Шалаева, директор по исследованиям и консалтингу в недвижимости группы компаний «Аверс», отмечает: обладая сравнительно малой доходностью, с точки зрения арендодателя, развлекательный сегмент всегда служил «магнитом» для посетителей и способствовал росту популярности всего ТРЦ, в первую очередь среди молодежи. «Сейчас особенно большое значение приобретает сравнительно малая „гибкость“ большинства развлечений — им сложнее „ужаться“ по площади при падении посещаемости, чем большинству видов торговли, т. е. сложнее удержаться на плаву в кризис».

Владислав Фадеев, ведущий эксперт-аналитик GVA Sawyer в Санкт-Петербурге, среди новых направлений называет также развитие стоковых магазинов, дисконт-центров, что легко объясняется как влиянием кризиса, так и общим уровнем развития рынка торговой недвижимости. «Также можно выделить развитие тематических центров, например Дом декора в МФК „Толстой Сквер“. Наверное, сейчас еще сложно говорить о какой-то рентабельности проекта, однако такого рода объекты создают новую нишу, поэтому в любом случае интересны», — говорит господин Фадеев.

«На рынке существуют и те комплексы, которые остаются невостребованными на рынке. К ним можно отнести ТРК „Северный Молл“, „Феличита“ на Дальневосточном, „Космополис“ на Выборгском шоссе, Regent Hall, „Масштаб“, „Пулково-3“, River House. Они проигрывают не только неудачным местоположением, но и нечетким позиционированием (например, „Космополис“), — говорит госпожа Немирова.

Но спрос на торговые площади в ТК постепенно возвращается. Более половины опрошенных управляющих отметили, что спрос увеличился не только по сравнению с летним сезоном, но и даже в сопоставлении с прошлым годом. Интересуются в основном мелкими площадями 30–50–100 кв. м, но

увеличиваются запросы и на блоки от 200 кв. м. Существенные последствия на рынке ТК повлекло банкротство сети «Санта Хаус»: в шести торговых комплексах освободились площади от 2 500 до 5 600 кв. м (всего около 24 тыс. кв. м), а найти замену на такие крупные площади сейчас крайне трудно.

Одной из проблем рынка торговых помещений в торговых комплексах является недостаточное количество торговых операторов (марок) на рынке. Это приводит к дублированию одних и тех же операторов в разных торговых комплексах, а в некоторых случаях и в разных корпусах одного комплекса (например, в ТРК «Балканский»).

«Если говорить об изменении, то недавно была новость о ребрендинге торгового центра „Рамстор на Коломязском“, расположенном недалеко от метро. Думаю, что оборот они смогут повысить за счет развития развлекательной составляющей, а, следовательно, увеличение потока людей в комплексе. Хотя в кризис довольно сложно делать подобные прогнозы. Посетители готовы тратить небольшие деньги на развлечения, но не готовы тратить в магазинах», — говорит госпожа Немирова.

Ребрендинг, как говорят специалисты, нужен с целью узнаваемости сети в целом, а также для привлечения внимания и интереса к новому названию в Петербурге (PR в СМИ и т. д.), так как в последнее время в связи с остановкой многих проектов ТЦ в СПб новостей немного.

Впрочем, далеко не все специалисты считают, что процесс реконцепции торговых центров примет повальный характер. Директор по маркетингу ЗАО «ЮИТ Лентекс» Екатерина Гуртова уверена, что концепции торговых центров развивались на западном рынке на протяжении десятилетий, таким образом, серьезного влияния на них этот кризис просто не мог оказать. Для существующих форматов торговых центров, с точки зрения мировой практики, это далеко не первый кризис. «Сегодня кризисные явления сказались скорее на сроках и подходах к реализации проектов, на готовности потенциальных инвесторов в принципе развивать данное направление. Строительство ряда инвестиционных объектов было отложено в силу низкого спроса как со стороны финансовых инвесторов, так и со стороны конечных потребителей торговых центров. Наблюдается некоторая вакансия в данном формате, однако если говорить о торговой недвижимости, то кризис намного сильнее ударил по формату стрит-ритейла, где арендные ставки до кризиса достигали заоблачных высот (Невский пр., Большой пр. ПС) и в первую очередь арендаторы покидали помещения, находящиеся на „дорогих улицах“, — отмечает госпожа Гуртова.

РОМАН РУСАКОВ

# Рекордный год для отелей

Такого большого количества номеров город не вводил 30 лет

### инфраструктура туризма

**В 2009 году впервые за 30 лет в Петербурге было введено рекордное количество гостиничных номеров — 1 444. Это на 200 с лишним номеров больше, чем в предыдущем году. Однако кризисные явления не обошли стороной и этот сегмент недвижимости. Заполняемость в дорогах отелях упала в среднем на 15%, а некоторые операторы даже объявили о закрытии гости-ниц на зимние каникулы. Тем не менее эксперты полагают, что потенциал роста в городе еще велик и номерной фонд в городе может быть увеличен как минимум вдвое.**

В течение 2009 года в Санкт-Петербурге было открыто шесть новых отелей и три отеля расширили свои площади. Таким образом, номерной фонд увеличился на 1 444 номера (для сравнения в 2008 — на 1 240), хотя заявлено к вводу было не менее 2 000 номеров. По данным комитета по инвестициям и стратегическим проектам, это лучшие показатели не только с начала реализации программы развития гостиничной инфраструктуры, но и за всю историю города, за исключением 1979 года, когда были открыты гостиницы «Пулковская» и «Прибалтийская» (более 2 000 номеров).

Такое значительное увеличение номерного фонда в кризисный год объясняется тем, что в гостиничной недвижимости сроки строительства и окупаемости значительно дольше по сравнению с офисной или торговой недвижимостью.

В компании Maris Properties in Association with CB Richard Ellis считают, что ключевыми событиями на рынке гостиничной недвижимости в Санкт-Петербурге в 2009 году стали выход на рынок международных операторов (InterContinental, Reval), ранее не представленных в Санкт-Петербурге, замораживание ряда строящихся проектов, перенос сроков ввода в эксплуатацию, снижение тарифов на проживание.

#### Двойной потенциал

По официальным данным комитета по инвестициям и стратегическим проектам администрации Санкт-Петербурга, в городе функционирует более 500 объектов гостиничного типа с общим номерным фондом более 26 000 номеров. В эту цифру включены загородные пансионаты и ведомственные общежития гостиничного типа, hostels, а также мини-отели, которые активно развивались в Петербурге в течение последних лет.

Обеспеченность номерным фондом гостей города и жителей Санкт-Петербурга, согласно официальным данным, составила: около 5,8 номера на 1 000 жителей Санкт-Петербурга. В Европе средний показатель составляет 7 номеров. Однако по европейским стандартам относительно комфортным уровнем считается показатель 10–12



ПЕРСА МАРТНОВА

В Петербурге поиск оператора отеля идет зачастую уже после того, как строительство началось, что приводит к большому риску.

номеров на 1 000 жителей. Таким образом, считают в Maris Properties in Association with CB Richard Ellis, Санкт-Петербург имеет потенциал для развития как минимум до 31–32 тыс. номеров.

Качественный номерной фонд Санкт-Петербурга составляет около половины от всего номерного фонда города — 13 763 номера по итогам 2009 года.

В 2008–2009 годах на петербургский гостиничный рынок году вышли новые международные операторы: Sokos, открывший два четырехзвездочных отеля и один пятизвездочный отель; InterContinental (под брендом Holiday Inn), открывший трехзвездочный отель на 557 номеров; Reval, который открыл четырехзвездочный отель Sonya Reval Hotel на 173 номера.

О выходе на петербургский рынок также заявили такие операторы, как Starwood Hotels and Resorts, Hilton, Four Seasons Hotels & Resorts, Banyan Tree, Hesperia, Ritz Carlton. Однако до сих пор многие из всемирных ведущих сетей гостиниц не представлены в Санкт-Петербурге, например, Hyatt.

С каким оператором работать, решает владелец участка, на котором будет возведена гостиница. Он определяет категорию объекта в конкретном месте, продумывает концепцию проекта и затем обращается к оператору с соответствующим этой концепции брендом.

Лишь только после договоренности с оператором можно приступить к проектированию и строительству. Это по-европейски правильно и проверено. В Петербурге же поиск оператора отеля идет зачастую уже после того, как строительство началось, что приводит к большим рискам. Тем не менее, если до кризиса операторы были менее щепетильны в вопросах строгого соответствия их стандартам, то теперь они не готовы брать

на себя дополнительные риски.

Таким образом, можно говорить о продолжении экспансии международных гостиничных операторов на российский рынок.

Светлана Шалаева, директор по исследованиям и консалтингу ГК «Аверс», также считает, что роль международных сетей на рынке страны в целом будет усиливаться: у них больше ресурс сопротивления кризису. «Будут преобладать, как в 2009 году, краткосрочные инвестиции отечественного происхождения. Иностранцы инвесторов вообще почти не осталось», — сетует госпожа Шалаева.

#### Кризисы держат планку

Согласно программе развития гостиничной инфраструктуры, которая реализуется с 2005 года, в 2010 году обеспеченность номерами в гостиницах в Петербурге должна составить 7 номеров на 1 000 жителей. Для этого за год должно быть введено 5–6 тыс. номеров. Однако специалисты Maris Properties in Association with CB Richard Ellis оценивают наиболее вероятное количество номеров, вводимых в эксплуатацию в 2010 году, на уровне около 1 000 номеров в отелях, во многом за счет проектов, начатых до кризиса и находящихся на завершающей стадии строительства.

«У Петербурга — своя специфика, в отличие, например, от Москвы, где активно строятся крупные отели, рассчитанные на сотни номеров. В Санкт-Петербурге в центре города нет зданий, где можно было бы создать такие гостиницы. Поэтому большинство заявленных проектов имеют емкость до 100 номеров. Отели с большим номерным фондом строятся преимущественно на периферии города», — говорят в Maris Properties in Association with CB Richard Ellis.

По данным комитета по инвестициям и стратегическим проектам, в настоящий момент в Петербурге около 40 проектов находятся в стадии строительства и еще около 45 проектов в стадии подготовки, где инвесторы ожидают решения правительства о проведении изыскательских работ.

В структуре туристов, приезжающих в Санкт-Петербург, наибольшую долю (более 50%) занимают бизнес-туристы. С познавательной целью в город приезжает около 40% гостей. При этом Санкт-Петербург проигрывает Москве на рынке делового туризма. В московских гостиницах число туристов, прибывших в город с деловыми целями, составляет около 80%.

Туристические группы составляют около 40% всех гостей отелей. Однако в 2008–2009 годах отмечался рост доли индивидуальных туристов и уменьшение доли организованных групп. Эта тенденция соответствует общемировому и общеевропейскому тренду развития туристической индустрии. Число туристических групп, посещающих Петербург, в этом году сократилось на 15–25%.

Меньше всего пострадал от кризиса круизный туризм. В 2009 году морской пассажирский порт принял 428 500 человек — это на 7% больше, чем годом раньше. Туристы, приезжающие на паромах в Санкт-Петербург, имеют право безвизового пребывания в России в течение 72 часов.

Въездной поток туристов как иностранных, так и российских в 2009 году оставался на уровне 2008 года, и существенного снижения не произошло. Таким образом, прогнозы, предполагавшие, что иностранцы, ощутившие на себе кризис значительно раньше, вынуждены были сократить свои расходы, в том числе и на туристические поездки, не осуществились. Ежегодно Санкт-Петербург

посещает около 4,5–4,8 млн человек.

Иностранный туризм в Санкт-Петербурге представлен в основном, гражданами Финляндии, стран Балтии, США, Германии, Франции, Великобритании и азиатских стран (Китай, Япония). Большая часть иностранных туристов прибывает в Петербург с познавательной целью и лишь 30% с деловой.

В качестве основной тенденции последних лет отмечается рост числа туристов из стран Азиатского региона (Китай, Япония и др.) и спад турпотока из европейских стран. В мировой практике туристические потоки из стран Азиатско-Тихоокеанского региона считаются одними из самых перспективных и привлекательных. Быстрый рост экономики данного макрорегиона и относительно высокий уровень доходов жителей этих стран по сравнению с Европой делает их крайне желанными туристами практически во всех традиционных туристических точках. Однако при этом необходимо иметь в виду, что, к примеру, японские туристические группы довольно прихотливы и предъявляют крайне высокие требования к уровню сервиса.

Комитет по инвестициям и стратегическим проектам прогнозирует на 2010 год рост количества туристов, прибывающих в Санкт-Петербург. Однако турфирмы, отели и прочие участники туррынка высказывают большие сомнения по этому поводу, готовясь в 2010 году к падению как количества туристов, так и выручки.

Изменение спроса прогнозируется в сторону понижения особенно со стороны познавательного туризма, так как уровень безработицы во всем мире ощутимо растет, заметно некоторое понижение уровня доходов людей практически во всем мире. Эти факторы отразятся на структуре расходов, больше средств будет уходить на жизненно необходимые товары, к которым не относятся путешествия.

#### Белые ночи вытягивают отрасль

На протяжении последних нескольких лет среднегодовая заполняемость в течение высокого сезона составляет 80–90%, несмотря на почти двукратное увеличение цен. В период белых ночей, а также во время проведения Международного экономического форума (начало июня) большинство отелей имеют стопроцентную заполняемость. В низкий сезон большинство отелей заполнено в среднем на 40%, а среднегодовая заполняемость в отелях варьируется в пределах 50–60%.

Заполняемость отелей в начале 2009 года значительно снизилась и составила около 30–35% в среднем по рынку. Однако с началом высокого сезона, особенно в период белых ночей, уровень загрузки

увеличился и ведущие отели города фиксировали приток гостей не ниже уровня 2008 года. Тем не менее с окончанием высокого сезона заполняемость значительно упала.

Причины резкого спада заполняемости отелей объясняются тем, что в условиях кризиса, когда, в частности, сокращается групповой туризм, многие отели, имеющие большой номерной фонд на более чем 500 номеров, не могут их заполнить.

В 2009 году происходило падение спроса и заполняемости и в связи с ухудшением экономической ситуации в мире. Многие приезжающие предпочитают останавливаться в отелях более низкой ценовой категории. Проблема в том, что основной упор в развитии туризма в Петербурге в прошлые годы делался на более состоятельных туристов. Случившийся кризис заставляет и отельеров, и власти города больше обратить внимание как на туристов из среднего социального слоя, так и на новые, не освоенные направления, генерирующие турпоток.

Заполняемость отелей в 2009 году сократилась также и за счет того, что гостиницы долго не шли на снижение цен. Лишь сокращение стоимости проживания в отелях во втором полугодии 2009 года сказалось на простоте числа гостей. Таким образом, наиболее востребованными являются трехзвездочные отели, в которых снижение заполняемости происходит не такими быстрыми темпами.

В низкий сезон отели делают ставку на развитие делового туризма. Активизация делового туризма может привести к сглаживанию сезонности въездного потока, что, в свою очередь, позволит всем участникам рынка въездного туризма более уверенно планировать свое будущее и инвестировать средства в собственное развитие.

#### Смещение акцентов

По прогнозам AZIMUT Hotels Company, упавшие показатели доходности в гостиничном бизнесе вернутся к докризисному уровню не раньше 2011 года. Однако изменившаяся в 2009 году политика инвесторов, которые сосредоточились на проектах с быстрой окупаемостью, в 2010-м вернется в прежнее русло — к долгосрочным вложениям. Хочется верить, что это относится не только к отельному бизнесу.

В компании Knight Frank считают, что конкуренция в ближайшие два года будет расти, на рынке ожидается появление около 2 тысяч номеров в новых гостиницах, что выразится в дальнейшем снижении загрузки гостиниц. Наиболее острая борьба возникнет в 2011 году в сегменте 4–5\*. Кроме того, в условиях снижения межрегиональной бизнес-активности будет наблюдаться обострение профиля сезонности рынка.

ОЛЕГ ПРИВАЛОВ



СЕТЬ БИЗНЕС-ЦЕНТРОВ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ



В.О., 17-я линия, д. 31 (класс А) — 10845 м²



В.О., 18-я линия, д. 31 (класс В+) — 22000 м²



Ул. Проф. Попова, д. 37 (класс А) — 13310 м²

### Аренда офисов:

- Ул. Жуковского, д. 63 (класс А) 4370 м²
- Ул. Чайковского, д. 1 (класс А) 8700 м²
- 2-я Советская ул., д. 7 (класс В+) 5790 м²
- В. О., 2-я линия, д. 76 (класс В+) 13630 м²
- П. С., Малый пр., д. 87 (класс В-) 5620 м²
- Ул. Чапаева, д. 15 (класс В+) 14100 м²
- В. О., Большой пр., д. 80 (класс В+) 6210 м²
- 6-я Красноармейская ул., д. 7 (класс В+) 8800 м²
- Ул. Крopotкина, д. 1 (класс В+) 6000 м²
- В. О., 17-я линия, д. 31 (класс А) 10845 м²
- В. О., 18-я линия, д. 31 (класс В+) 22000 м²
- Ул. Проф. Попова, д. 37 (класс А) 13310 м²

(812) 332 13 88 [www.senator.spb.ru](http://www.senator.spb.ru)