

www.kommersant.ru/region/spb

Четверг 29 апреля 2010 №76 (№4376 с момента возобновления издания)

коммерческая недвижимость

Необходимость экономии энергоресурсов делает все более популярным среди владельцев бизнес-центров внедрение системы Building Management System, позволяющей проводить диспетчеризацию энергопотребления здания и контролировать работу службы эксплуатации на расстоянии. Участники рынка при этом указывают, что на стоимость аренды наличие элементов «интеллектуального здания» не влияет.

Бизнес-центры умнеют

ресурсосбережение

«Умный дом» — это технология, благодаря которой состояние инженерных сетей выводится на экран монитора, и диспетчер, находясь на своем рабочем месте, может проверить работу всей системы. Это большой плюс для собственника, которому доступен удаленный контроль за работой службы эксплуатации на объекте в онлайн-режиме. Все аварии не только фиксируются, но и заносятся в определенный реестр. Ежемесячно можно посмотреть, как часто происходили аварии и от чего это зависело, а также время их устранения.

Экономия есть Первый заместитель генерального директора компании «Эдванс» Владимир Альев говорит, что в русском строительном лексиконе BMS (Building Management System) — это диспетчеризация. «Но термин это старый и накладывает определенное ограничение на восприятие. Современная диспетчеризация представляет собой систему контроля и управления всеми инженерными системами здания (может и комплекса и пр.) с элементами интеллекта. Под всеми инженерными системами подразумеваются не только такие достаточно «умные» системы, как вентиляция и кондиционирование, но и вообще полный набор — от канализации и водоснабжения до электроснабжения и освещения, включая все противопожарные системы и системы безопасности (в том числе контроля доступа)», — говорит господин Альев.



К основным плюсам при внедрении BMS участники рынка относят снижение потребления энергоресурсов — в комплексах площадью более 50 000 кв. м экономия может составлять от 10 млн руб. в год

Элементы интеллектуального здания дают возможность автоматически выполнять определенные постоянные алгоритмы (включение/выключение систем комплекса — как целиком, так и покомпонентно — для на-

чала/окончания работы) и могут самостоятельно реагировать на различные аварийные и нештатные ситуации. «Таковыми системами оснащаются в основном новые бизнес-центры с классностью от В- и выше, что и обуславли-

вает стоимость аренды. Конечно же, BMS влияет на уровень «звездности» бизнес-центра. Первый корпус бизнес-центра «Пулково Скай», оснащенного BMS, уже полностью сдан в аренду», — рассказал Владимир Альев.

К основным плюсам при внедрении BMS господин Альев относит снижение потребления энергоресурсов (на комплексах более 50 000 кв. м экономия составляет от 10 млн руб. в год), уменьшение количества обслуживаемого персонала. «Правда, персонал требуется более образованный и более оплачиваемый», — оговаривается он. Эксплуатационная служба становится более компактной, требуется меньше площадей для ее размещения, — соответственно, возникает больше полезных площадей для аренды (один из наиболее весомых плюсов). «В идеальном случае — от нескольких комплексов, оборудованных диспетчеризацией, сводятся сигналы на единую диспетчерскую, а в самих комплексах остается минимум персонала (например, концерн «Питер»: ТК «Сенная» и ТК «Питер»)», — приводит пример господин Альев.

Также к плюсам «интеллектуального дома» можно отнести снижение возможного ущерба от различных техногенных аварий (например, возможность установить протечки воды из систем на ранней стадии и блокировать подачу воды, вызвать аварийную службу).

Технический директор по facility management EASI Becat Валентин Каверин говорит, что стоимость эксплуатации объекта, на котором при-

строительстве была установлена система «умного дома», будет ниже примерно на 35%. Это определяется тем, что за работой инженерных систем может вместо целого штата сотрудников наблюдать один специалист. При возникновении проблем на объект сразу вызываются технические сотрудники.

Лучше в новом

При этом внедрение BMS нецелесообразно в уже построенных объектах. «Если внедрять систему в построенном объекте, то на это уйдет большое количество финансовых средств. Возникнет неудобство для арендаторов. Также старое оборудование на объекте не всегда подходит для подключения к системе. Затратная часть «умного дома» на действующем объекте будет в разы дороже. При продаже классность объекта повысится, но окупаемость проекта будет увеличена в 2–3 раза. В Санкт-Петербурге примерно 5–6 бизнес-центров с такими системами. Они изначально строились по принципу «умного дома», — сообщил Валентин Каверин.

Наиболее популярный производитель BMS — Siemens, распространены системы производства Honeywell, Johnson Controls, Schneider Electric, есть также множество независимых производителей, предлагающих более гибкие решения (Rockwell Automation, Delta, Distech и др.). Господин Каверин добавляет в этот список также ILevel, Media tech, AdAstra.

Инсталляцию данной системы осуществляют практически все крупные системные

интеграторы. Среди игроков данного рынка Санкт-Петербурга более 300 компаний, основными являются «Эдванс», ВСС, «Ниеншанц», «Акрополис», КРОК.

Арендаторы не замечают

На стоимость аренды пока такая система влияет слабо. В соответствии с существующей классификацией высокотехнологичных офисных зданий система BMS (Building Management System) является обязательной для установки в бизнес-центрах класса А. Полина Макаренко, руководитель отдела офисной недвижимости Knight Frank St.Petersburg, отмечает: «Говорить о том, насколько дороже аренда в таких объектах, не совсем корректно. В некоторых новых проектах данное требование, действительно, соблюдается».

Светлана Шалаева, директор по исследованиям и консалтингу в недвижимости группы компаний «Аверс», также считает, что стоимость аренды определяет рынок, который может игнорировать кое-какие полезные улучшения, на данном этапе считая их чрезмерными. «Пример — Pulkovo Sky с BMS, где арендовать площади дешевле, чем во многих зданиях без такой системы, но расположенных удобнее. Так что прочие факторы (местоположение, транспортная доступность) пока действуют сильнее», — говорит она. Примеры новых зданий, кроме Pulkovo Sky, оснащенных BMS, — «Линкор», «Биржевой комплекс».

Генеральный директор «БТК девелопмент» Дмитрий Абрамов рассказал: «В данный

момент мы ведем строительство инновационного многофункционального комплекса на наб. реки Мойки «У Красного моста», эксплуатация которого будет осуществляться на основе единой интеллектуальной системой диспетчеризации инженерных сетей. Новый МФК займет целый квартал на пересечении наб. реки Мойки и ул. Гороховой, общая площадь 36 500 кв. м. Это будет единственный МФК в историческом центре города, который по совокупности характеристик (применяемым технологиям, локациям, внутренней логистике) будет превосходить уже действующие комплексы класса А».

Госпожа Шалаева считает, что говорить о том, насколько интеллектуальные системы снижают стоимость эксплуатации, пока рано. «Сравнивать можно показатели одинаково загруженных зданий. Сами системы BMS, конечно, дороги, но они получили такое распространение, пока только — на Западе. В США примерно 40 процентов зданий оснащены BMS, а если принимать во внимание частный, а не полный контроль над функциями, то 70 процентов. Системы BMS выгодны всем: собственнику здания, арендаторам, управляющей компании. Мне приходилось видеть отличные комфортные здания класса А с затратами на эксплуатацию раза в два меньшими, чем привычно для нас (и это в Лондоне, где цены и тарифы очень высоки, и в более близкой нам Варшаве). У нас такого эффекта может и не быть», — отмечает она.

(Окончание на стр. 15)

14

страница

Торговые центры замерли в ожидании

Падение прекратилось, но и роста нет

14

страница

Держать смету в узде

Владельцы бизнес-центров ищут способы снижения стоимости строительства

15

страница

Конгрессные усилия

Инфраструктура для проведения форумов в Петербурге остается неразвитой



16

страница

Война до последнего

Операторы связи, работающие в корпоративном сегменте рынка, пошли на крайние меры

Admiral's Cup watch sponsored by the Royal Ocean Racing Club, London.

UNLOCK AND CONQUER

The Admiral's Cup Chronograph Rose Gold 48.
Corum CO753 exclusive movement COSC Chronometer certified.
A unique solid 18kt gold automatic chronograph with pushers lock.



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



CORUM
LA CHAUX-DE-FONDS, SUISSE

коммерческая недвижимость

Держать смету в узде

Владельцы бизнес-центров ищут способы снижения стоимости строительства

генподряд

С началом кризиса многие проекты по строительству бизнес-центров оказались в замороженном состоянии. Те же девелоперы, которые продолжают вести строительство, вынуждены биться за каждую копейку. На этом фоне вопрос снижения стоимости строительно-монтажных работ выходит на первый план. Участники рынка обращают внимание, что нередко подрядчики завышают смету. Однако бороться с этим можно. Тем более, что за 2009 год стоимость строительных материалов снизилась.

Генеральный директор «БТК девелопмент» Дмитрий Абрамов говорит, что при строительстве коммерческих объектов компания «БТК девелопмент» выступает как заказчик и генподрядчик, что повышает подконтрольность подрядных организаций и снижает затраты. «Мы осуществляем контроль над подрядчиками на основе максимально подробно составленных сметных расчетов при заключении договора. В сметных расчетах прописывается четкое разделение стоимости строительных материалов и работ, что позволяет нам максимально контролировать закупку материалов и осуществлять грамотный технический надзор за объемом выполненных работ», — говорит он. В практике «БТК девелопмент» встречалось как незначительное увеличение, так и уменьшение стоимости строительства на основе необходимости изменения объема строительно работ в процессе. Так, в период спада на строительном рынке в 2009 году стоимость строительных материалов снизилась, поэтому был произведен перерасчет сметы в сторону уменьшения.

Светлана Шалаева, директор по исследованиям и консалтингу в недвижимости группы компаний «Аверс», соглашается с тем, что опытный подрядчик действительно имеет возможность манипулировать сметой, выход за ее предел — одно из следствий,

часто ведущих к конфликту и тяжелым последствиям для проекта. «Меры борьбы с этим очевидны: команда и опытный и порядочный специалист, руководящий проектом. Отсутствие спешки на этапе проектирования — все можно спокойно проконтролировать и проверить, привлекая сторонних экспертов, где необходимо. Крупные компании часто строят с помощью дочерних — так дешевле. Но иногда не выйти за смету нельзя — скачок цен на олигополизированном рынке стройматериалов, например, вероятен», — отмечает госпожа Шалаева.

Анатолий Еркулов, генеральный директор ЗАО «Экспо-Форум», рекомендует: «Чтобы обеспечить контроль качества строительно работ, технический надзор на объекте должен осуществлять заказчик собственными силами или привлечь компетентную компанию. Что касается ценообразования, то обычно в любой смете закладывается 10–15 процентов на непредвиденные работы и расходы. И если подрядчик укладывается в эти цифры, то это устраивает обе стороны. Случаи и границы выхода из сметы должны быть четко прописаны в договоре, так же, как и жесткие штрафные санкции за несоблюдение установленных норм. Соответствие смете во многом зависит от качества проектно-сметной документации, а также от количества и сроков изменений, вносимых заказчиком. Мотивировать подрядчика к качественной работе и соблюдению сметы можно только эффективным сочетанием штрафов и долговременных партнерских отношений».

Первый заместитель генерального директора компании «Эдванс» Владимир Альев указывает на то, что для повышения сметы могут быть и объективные причины. Например, на смету может повлиять качество и проработанность проектной документации. Естественное желание заказчика получить готовый объект

как можно быстрее приводит к тому, что он пытается любыми способами ускорить начало строительства, начиная искать подрядчиков, не отработав до конца проектные решения. В таком случае в контракт могут не попасть достаточно приличные объемы, которые «выскакивают» позже в дополнительные соглашения.

«Полнота смет на строительство также влияет на конечную стоимость строительства. Чем более подробно специфицированы работы, оборудование и применяемые материалы, тем меньше возможностей у подрядчика манипулировать ценой», — говорит господин Альев.

Может повлиять на смету и изменение объемов и качества материалов по требованию заказчика. Достаточно часто в процессе строительства бывает перепрофилирование объекта и изменение требований к помещениям и их оснащению. Безусловно, это наиболее частая причина увеличения стоимости строительства. «Из необъективных причин наиболее часто встречается удорожание при выборе подрядчика по единственному критерию — цена. Наиболее характерный в России исторический прецедент по этой теме описан в сказке про мужика и шапочника, когда мужик договаривается сделать 10 шапок из шкуры, но они, оказывается, налезают только на яблоко. В данном варианте все же надо не забывать оценивать и квалификацию претендентов, не лениться и проверять отзывы. Скупой платит дважды», — отмечает господин Альев.

Подрядчики говорят: основной способ остаться в рамках первоначального бюджета — это качественно сделать проект и продумать все нюансы именно на этой стадии. После этого останется лишь четко контролировать соответствие строящегося объекта и проекта, срок строительства при этом минимальный из возможных.

ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Торговые центры замерли в ожидании

Падение прекратилось, но и роста нет

ритейл

В I квартале 2010 года не было открыто ни одного нового торгового центра. Участники рынка говорят, что сейчас на рынке аренды наступило затишье. Ставки не падают, но и не растут. Однако активность ритейлеров постепенно увеличивается.

Ставки аренды в успешных ТРК на небольшие помещения (до 200 кв. м) могут составлять \$60–100 за кв. м/мес., в зависимости от местоположения помещения в комплексе. Роман Евстратов, заместитель директора департамента торговой недвижимости «Colliers International Санкт-Петербург», говорит, что за последние полгода можно отметить несколько тенденций: остановилась ротация арендаторов в ТРК, возросла активность ритейлеров — в 2010 году у многих возобновились планы по развитию своих сетей.

Собственники сегодня готовы к конструктивному диалогу с арендаторами, в частности — с известными брендами, которые могут повлиять на привлечение клиентов в глаза посетителей. Разумный компромисс может выражаться не только в предоставляемом дисконте, но и в распространении модели начисления арендных ставок, рассчитываемых как процент от оборота (есть примеры даже в сегменте street-retail), что является более привлекательным для арендаторов.

Также появилась тенденция номинирования ставок аренды на торговые помещения в российских рублях. Многие собственники торговых центров стараются привлечь покупателей, в том числе за счет нестандартной развлекательной и досуговой составляющей. Так, в ТК «Континент» на Байконурской улице откры-

лись ледовый каток и горнолыжный симулятор Gornostay, в ТК «Варшавский Экспресс» — поле для игры в керлинг.

Участники рынка отмечают, что за последний год очень четко обозначилась граница между успешными ТРК и ТРК, требующими серьезных изменений для того, чтобы восстановить свою привлекательность для посетителей. Арендаторам сейчас достаточно легко выбрать и понять, где стоит открывать новые магазины.

«Наметилась и еще одна положительная тенденция: увеличился поток посещаемости в ТРК. Потребители, постепенно отойдя от последствий кризисных явлений, стали больше посещать ТРК, как в целях покупки одежды и товаров повседневного спроса, так и в целях развлечения (фудкорты, кинотеатры)», — говорит господин Евстратов.

Вакантными остаются в основном неликвидные помещения в ТРК с неудачной концепцией — в некоторых проектах уровень вакантных помещений может достигать 50%.

На начало 2010 года в Санкт-Петербурге функционировали 148 торговых объектов, совокупная площадь которых составила 3,8 млн кв. м (арендопригодная площадь — 2,5 млн кв. м). При этом за 2009 год были открыты всего два торговых объекта — вторая очередь мебельного центра «Мебель Холл» арендуемой площадью 16 тыс. кв. м и гипермаркет «Ашан» на Боровой улице, что является самым низким показателем по годовому приросту за последние 10 лет развития торгового рынка Санкт-Петербурга.

В среднем по Санкт-Петербургу обеспеченность торговыми площадями в торговых объектах по районам города составляет 537 кв. м на 1 000 человек. Наиболее обеспеченными являются Московский и Приморский районы, в которых на 1 000 человек приходится более 1 200 кв. м,

а также Выборгский (более 1 000 кв. м) и Невский районы (около 750 кв. м).

«Согласно нашим оценкам, прирост торговых площадей в 2010 году составит около 500 тыс. кв. м (общая площадь), таким образом, совокупное предложение превысит 4 млн кв. м. Однако роста уровня вакантных площадей не ожидается, так как новые торговые площади представляют собой современное и качественное предложение, где уже сегодня наблюдается активный спрос со стороны арендаторов, и подписываются предварительные договоры аренды», — говорит господин Евстратов.

Директор по маркетингу и брокериджу NAI Bescar Наталия Черейская сомневается, что все заявленные на этот год открытия состоятся. «Реальный объем ввода может составить 218 000 кв. м (53 процента от заявленного объема)», — предполагает она.

Наиболее активно развивается Центральный район, где реализуется крупные торговые проекты (МФК «Стокманн Невский Центр» и ТРК Galeria). С появлением этих проектов Центральный район войдет в число лидеров как по количеству предложения в торговых центрах, так и по обеспеченности населения торговыми площадями (показатель приближается к среднегородскому уровню).

«Торговые объекты прошли серьезную проверку кризисом, и по прошествии года мы склонны выделить три группы торговых центров. Первая группа — наиболее успешные ТРК, к которым относятся «Гранд Каньон», «Французский бульвар», ТК «Сенная», «Мега Дыбенко», «Мега Парнас», «Радуга». Для этих комплексов характерно то, что в период кризиса в них в меньшей степени было заметно снижение покупательских потоков, сохранились «листы ожидания», а ротация была связана в основном только с уходом с рынка торговых се-

тей (например, «Санта-Хаус», «Банана-Мама»), а не с закрытием отдельных убыточных магазинов. Освобождающиеся площади практически сразу заполнялись арендаторами из «листов ожидания». Нельзя сказать, что снижение ставок не коснулось этой группы. Дисконт предоставлялся, так как существенно снизились покупательская активность и, соответственно, обороты ритейлеров», — говорит господин Евстратов.

Ко второй группе он относит те комплексы, в которых не произошло катастрофического оттока арендаторов, но некоторые арендаторы уходили в связи с тем, что потеряли свою аудиторию именно в этом комплексе и их формат оказался неуспешен именно в конкретном ТРК. Листов ожидания в этих комплексах, как правило, не было, но замену большинству арендаторов удавалось найти достаточно быстро, в течение 2–4 месяцев. Падение покупательских потоков произошло не более чем на 30%. Эти комплексы вынуждены были снизить ставки, но не только для того, чтобы компенсировать потери арендаторов от снижения покупательской способности,

но и для того, чтобы удержать существующих арендаторов. «Третья группа — комплексы, которые и до кризиса испытывали проблемы с за-полняемостью. Кризис только отчетливее высветил эти проблемы, ускорил отток покупателей и арендаторов и показал необходимость принятия мер для повышения эффективности. В таких комплексах отток арендаторов достиг 40–50 процентов», — говорит Роман Евстратов.

Светлана Шалаева, директор по исследованиям и консалтингу в недвижимости группы компаний «Аверс», говорит, что в первом квартале 2010 года в город пришли новые игроки (например, «Мой Дом DIY», 2 тыс. кв. м — на ул. Липанова в КЦ «Питер», «Нахаленок» — детские товары в «Варшавском экспрессе», 110 кв. м). «LeMurr» открыл pet superstore площадью 1 100 кв. м в «Гарден Сити». «Спортмастер» арендовал 4 100 кв. м в «Гранд Каньоне» (точнее рядом — в бывшем помещении «Санта Хауса»). Ушла сеть «МИР» (бытовая техника), «Телемакс» закрыл 3 магазина из 14, Bosco Sport уехал с Невского проспекта.

ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Рынок торговой недвижимости Санкт-Петербурга в I кв. 2010 г.	
Объем предложения качественных торговых площадей в ТЦ, кв. м	3 440 800 кв. м
Обеспеченность на тысячу жителей	753,2 кв. м
Доля вакантных площадей (средняя)	20–25%
Прогноз на 2010 г.	218 200 кв. м
Источник: NAI Bescar	

Арендные ставки в сегменте street-retail (ставки на наиболее ликвидные помещения площадью 100 кв. м)

Торговый коридор	Ставка аренды, \$/кв. м/год (без учета НДС и эксплуатационных расходов)
Невский пр.	2 400–3 000
Большая пр. П.С.	1 200–1 800

Арендные ставки в торговых центрах

Профиль арендатора (в зависимости от занимаемой площади, кв. м)	Ставка аренды, \$ за кв. м в год, без эксплуатации	1 кв. 2009 г.	1 кв. 2010 г.
Средние (2 000–3 000 кв. м)	% от оборота, 4–10%	250–400	
Средние (500–1 000 кв. м)	300–360	300–500	
Галерея (100–200 кв. м)	400–720	500–1 200	
Галерея (до 50 кв. м)	600–1 000	900–1 500	
Источник: Colliers International			

Наиболее значимые торговые центры, планируемые к открытию в 2010–2011 гг.

Название	Позиция	Адрес	Общая площадь, кв. м*	GLA, кв. м	Девелопер
К вводу в 2010 году					
Galeria	Торгово-развлекательный центр	Лиговский пр., д. 26–28	193 000	93 400	СК «Бриз»
«Лето»	Торгово-развлекательный центр	Пулковское ш., уч. 7, Красноборская сторона	125 000	76 000	«Система Галс Северо-Запад»
«Стокманн Невский Центр»	Торгово-офисный центр	Невский пр., д. 114, лит. А	74 500**	44 700	«Стокманн»
«Балкания Нова»	Торгово-развлекательный центр	Балканская пл., д. 5	31 000	18 600	«Адамант»
(2-я очередь)					
«Осиновая роща»	Торгово-развлекательный центр	Парголово, Выборгское ш. / КАД	19 840	11 400	«Адамант»
(1-я очередь)					
Без названия (в составе ТРК «Гранд Каньон»)	Мебельный центр	Энгельса пр., д. 154	35 000	15 000	ОАО «Соломон»
Spulse***	Торговый центр	Комендантский пр., д. 3	22 000	13 200	«Фемида»
AURA	Специализированный торговый центр	Лактинский пр., д. 85	14 650	9 400	«Эталон ЛенСпецСМУ»
«Шкиперский Молл»	Торгово-развлекательный центр	Наличный пер., д. 18	11 600	9 320	ООО «Фирма Сиб»
(2-я очередь)					
«Смайл»	Торгово-офисный центр	Крыленко ул. / Большевиков пр.	11 000	8 000	«Донк»
«Николаевский Пассаж»	Торгово-развлекательный центр	Стремянная ул., д. 21 / ул. Марата, д. 5	13 000	6 700	ООО «Невские бани»
К вводу в 2011 году					
«Кантемировский»	Торгово-развлекательный центр	Полостровский пр., д. 80	84 000	44 000	«Европолис Балтик Рус»
«Феличита-Пионерская»	Торгово-развлекательный центр	Испытателей пр., д. 5	44 750	26 850	«Макромир»
(3-я очередь)					
«Искра»	Торговый центр	Искровский пр., д. 3	28 000	21 000	«Скейлс»
Mercury (ДЛТ)	Торговый центр	Б. Коношная ул., д. 21/23	33 240	10 000	Mercury

* Включая площадь парковки

** Площадь торговой составляющей

*** Введен в эксплуатацию в 2009 г., официального открытия не было

Источник: Colliers International

Финансовый центр Петербурга

ПРОДАЖА И АРЕНДА

- Васильевский остров, 26-я линия, 15
- Офисные помещения от 60 кв.м
- Биржа, конференц-зал, комната переговоров
- Свободная планировка, удобная парковка

Рациональное решение для Вашего бизнеса

АРЕНДА

- Васильевский остров, наб. реки Смоленки, 33
- 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
- Удвойной 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»

СПб., Богатырский пр., 2
www.lenspecsmu.ru

Строим с теплом и заботой!

380-0525, 348-5160

ЗАО ССМО «ЛенСпецСМУ». Реклама. Лич. ТС-2/91-02-27-0-7802084569-026909-2 от 26.05.2008 г. (срок действия до 26.05.2013 г.). Выдана Федеральным агентством по строу и жил. экон. застрой.

коммерческая недвижимость

Конгрессные усилия

Инфраструктура для проведения форумов в Петербурге остается неразвитой

деловой туризм

Уже не первый год Петербург пытается повысить свой статус на туристическом рынке Европы. Номерной гостиничный фонд растет, и это, безусловно, является правильным шагом на этом пути. Однако в зимнее время, несмотря на обилие программ по привлечению туристов в город, большинство отелей заполнены слабо. Одним из способов повышения посещаемости города может являться развитие конгрессного туризма. Однако пока в этом направлении, говорят эксперты, делается недостаточно. Инфраструктуры для проведения форумов, семинаров и конференций в городе не хватает.

Строительство конгрессных объектов — бизнес с невысокой рентабельностью, которая малопривлекательна для российских компаний, поэтому они предпочитают вкладывать средства в недвижимость другого назначения. Кроме того, сегодня многие уже заявленные в Петербурге проекты приостановлены в связи с кризисом. На Западе компании более лояльны к конгрессным проектам, но, тем не менее, в большинстве европейских городов собственниками и со-владельцами конгресс-центров являются городские и муниципальные власти, которые развивают эту сферу как дающую высокую отдачу в смежных отраслях.

Определить оператора

Павел Созинов, председатель правления Северо-Западной палаты недвижимости говорит, что только две гостиницы системы «Парк Инн» могут предложить развитую деловую зону: несколько залов достаточной вместимости — от 60 до 600 мест. «Сосредоточенные в Ленэкспо выставочные площадки морально устарели, не спасло положение и открытие несколько лет назад нового павильона. Заявленные новые площадки в районе Пулков-



Местные организаторы конгрессов утверждают, что они готовы проводить в нашем городе мероприятия, рассчитанные на 3–5 тыс. человек, но пока полноценной площадки такого размера нет, говорить о потенциале рынка можно только в общих чертах

пока остаются только в проектах на бумаге», — сетует он. Олег Барков, генеральный директор Knight Frank St.Petersburg, объясняет неразвитость инфраструктуры для конгрессного туризма в Петербурге тем, что здесь мало развита конгрессно-выставочная деятельность. «В нашем городе проходит достаточно мало мероприятий российского масштаба, в то время как события международного значения практически отсутствуют вовсе (за исключением Санкт-Петербургского экономического форума). С другой стороны, при проведении действительно массовых мероприятий (например, празднование 300-летия Петербурга) ощущался и ощущается дефицит средств размещения. В то время как современные проекты находятся пока в стадии проектирования», — отмечает он. Олег Барков обращает внимание на то, что конгрессная деятельность — это специфический, не совсем доходный (в

общем понимании этого слова) вид недвижимости, тесным образом связанный с тем бизнесом, который ведется на его площадях. «Строя и развивая конгресс-центр, инвестор должен четко понимать, кто будет оператором этой конгрессно-выставочной деятельности. По сравнению с другими сегментами данный вид бизнеса более сложный и, может быть, менее доходный. Поэтому большинство таких проектов, реализуемых на данный момент, носят не только коммерческий, но скорее имиджевый характер. В первую очередь, это утверждение касается проекта в Стрельне», — говорит господин Барков. Анатолий Еркулов, генеральный директор ЗАО «ЭкспоФорум», говорит, что сегодня для проведения деловых мероприятий используются преимущественно конгрессные возможности отелей и вузов, а специализированных площадок в городе практически нет. «Другая проблема — отсутствие

конгресс-холлов значительной вместимости. Сегодня в Петербурге невозможно провести на достойном уровне крупный форум с количеством участников 3000 и более человек. Причем, помимо вместительного и профессионально оборудованного основного зала, необходимо еще достаточное количество дополнительных помещений для секционных заседаний. Их суммарная площадь должна составлять не менее 80 процентов площади основной аудитории. Такое требование, например, выдвигает влиятельная международная ассоциация конгресс-центров (AIPC), куда мы недавно вступили. Естественно, этому условию, в числе многих других, будет удовлетворять конгресс-центр в составе комплекса, который возводит „ЭкспоФорум“ в районе аэропорта Пулково. Другие конгрессные площадки Петербурга среди членов этой ассоциации не представлены», — говорит господин Еркулов. — Потребность в конгрессных

объектах достоверно оценить сложно, поскольку предложение на этом рынке формирует спрос. Местные организаторы конгрессов утверждают, что они готовы проводить в нашем городе мероприятия численностью 3–5 тыс. человек, но пока полноценной площадки такого размера нет, говорить о потенциале рынка можно только в общих чертах.

Чужой свой опыт

Участники рынка изучают опыт других городов, пытающихся повысить свой «конгрессный статус». Например, недавно в Сочи начал работать «Гранд Отель Поляна», расположенный у подножия олимпийского курорта, где в 2014 году пройдут состязания атлетов на зимних играх, помимо «курортного» отдыха, развивает и пакет услуг для конгрессного или переговорного туризма. Несмотря на то, что курорт позиционирует себя как семейный, конгрессный туризм развивается активно и дает хорошую часть прибыли в общей ее структуре. Более того, люди, которые приезжают сюда на переговоры, часто возвращаются исключительно для отдыха, и наоборот — так курорт получает популярность.

В двух корпусах отеля находится пять конференц-залов: «Зеленый зал» (64 кв. м, на 24 человека), «Красный зал» (также 64 кв. м, на 18 человек за круглым столом), «Банкетный зал» (150 кв. м, на 30–120 человек), «Гранатовый зал» (68 кв. м, на 20–60 человек) и «Белый зал» (100 кв. м, на 50–120 человек). Вместимость зала зависит от раскладки гостей — «театром», «классом», «П-образная» раскладка или для банкета. Арендовать залы можно как на основе почасовой оплаты, так и на полный день. Изначально менеджеры отеля разрабатывали пакеты услуг, но потом отказались от этой практики, так как к ним обращаются совершенно разноформатные группы и им

выгоднее покупать отдельные услуги. Например, аренда оборудования, которое также может быть заказано как на час, так и на день, оплачивается отдельно: мультимедийный проектор обойдется в 1,5–7,5 тыс. руб., экран для него — 0,5–1,4 тыс. руб., лазерная указка в 200–1200 руб., также предлагаются мониторы, плазменные панели, копировальные аппараты и факсы фотоаппараты и многое другое. Дополнительное оборудование может быть заказано по запросу. Можно заказать отдельное питание и кейтеринговые услуги — кофе-брейки, выездные банкеты, обеды на горе Псежако и так далее.

Для курорта как места отдыха самыми «жаркими», разумеется, являются холодные месяцы, когда на склонах лежит снег, летом же — наоборот, приезжает много групп для переговоров, конференций и конгрессов. Что касается цены на размещение в «Гранд Отель Поляна», то они варьируются от 6,5 тыс. рублей в сутки за дубль в низкий сезон до 40 тыс. рублей за виллу на 7 человек в высокий сезон.

Пока с запросами на организации конференций обращаются отечественные компании — в основном это московские и петербургские фирмы, но процент иностранцев, желающих провести свои мероприятия в «Гранд Отель Поляна» растет. На курорте уже проводили свои мероприятия такие известные компании, как «Мегафон», Сбербанк, Volkswagen, Citroen, крупные фармацевтические компании. В скором будущем, когда номерной фонд «Гранд Отель Поляна» будет расширен за счет еще одного корпуса, а также гостиниц на горе Псежако, можно будет говорить о масштабах мероприятий, сравнимых с сочинским эко-номическим форумом. КОНСТАНТИН АНДРИАНОВ, ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Бизнес-центры умнеют

ресурсосбережение

(Окончание. Начало на стр. 13) Владислав Фадеев, ведущий эксперт-аналитик GVA Sawyer в Санкт-Петербурге, также считает, что в Петербурге существуют лишь отдельные компоненты интеллектуальных систем, прототипом которых выступает, например, центральное кондиционирование и вентиляция, системы пожаротушения. «До внедрения полноценных систем умного дома в бизнес-центрах пока далеко. Основными причинами этого являются мотивы внедрения таких систем в России и за рубежом. Если на Западе комфорт и экономия идут параллельно, то в России основными функциями системы являются комфорт и безопасность. Экономические причины идут следом. А если система прежде всего должна обеспечивать комфорт, то стоимость эксплуатационных затрат незначительна. А арендатор задает вполне резонный вопрос: зачем он должен переплачивать за наличие этой системы, если примерно таких же показателей можно добиться простым кондиционированием с ручным управлением? Производительность труда офисных работников еще не настолько высока, чтобы считать потерянные минуты на изменение температурного режима в офисе, или оценивать потери эффективности из-за того, что в офисе слишком жарко», — говорит господин Фадеев.

Кризис сыграет положительную роль

Участники рынка считают, что, возможно, кризис сыграет положительную роль для развития подобных систем. Производительность труда за последние 1–1,5 года существенно повысилась, поэтому вполне возможно, что менеджеры в скором времени начнут задумываться о том, насколько выше производительность труда в идеальных условиях. А вслед за этим придет и понимание эффективности вложения

в интеллектуальные системы управления инженерными сетями в бизнес-центрах. Дмитрий Золин, управляющий партнер LCMS, говорит, что на сегодняшний день по-настоящему полно оборудованных интеллектуальными системами объектов на рынке Петербурга почти нет. Объясняется это просто: интеллектуальное управление зданием требует серьезных затрат, которые окупаются в среднем за 15–20 лет. Именно поэтому почти никто из собственников их не устанавливает. Но существует альтернатива «умному дому» — использование отдельных элементов этих систем, таких как, например, установка датчиков управления электроэнергией, контроля температуры и многое другое. И такими элементами в той или иной степени оборудованы почти все строящиеся сегодня бизнес-центры, что существенно снижает затраты на их эксплуатацию. В реставрируемых объектах, как правило, не существует технической возможности внедрения подобных систем. Это связано с ограничениями, накладываемыми КИОП. Арендные ставки в зависимости от того, оборудован бизнес-центр интеллектуальной системой «умный дом» или включает лишь ее отдельные элементы, не варьируются: в текущей ситуации для арендаторов наличие или отсутствие этих систем не является существенным показателем. «Таким образом, сама по себе система „умный дом“ не пользуется спросом на российском рынке в связи с большой продолжительностью срока окупаемости, но отдельные элементы ее очень выгодны и окупаются в среднем за 1–2 года», — полагает он. Анатолий Еркулов, генеральный директор ЗАО «ЭкспоФорум», объясняет медленное внедрение BMS относительно невысокой, по сравнению с Европой, стоимостью природных ресурсов. ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Телефонная связь

+

Высокоскоростной доступ в интернет

=

Пакетные решения

Наши крылья для ваших высот

Компания «Северен-Телеком» — универсальный оператор фиксированной связи для корпоративных клиентов в Санкт-Петербурге, Москве, Новосибирске и Самаре.

Мы готовы решать телекоммуникационные задачи любой сложности и подбирать для наших клиентов оптимальные решения. Мы понимаем, что бизнес наших клиентов зависит от нас.

Мы делаем все, чтобы наши клиенты могли работать эффективно. Мы верим, что связь — это легко и просто.

Лицензия №1000, 46142, 46143, 46144, 46145, 50096, 50097, 50098

+7 (812) 740-70-70

www.severen.ru

ВРЕМЯ СУПЕРГЕРОЕВ ПРОШЛО

сегодня их работу для коммерческой недвижимости выполняет Служба сервиса Гарс Телеком. Интернет и телефон 24 х 7 х 365

Санкт-Петербург
ул Чапаева, д. 15 лит «А», оф. 401
(812) 635 8805

Москва
ул. Островная, вл. 2, оф. 119
(495) 748 0099

garstelecom.ru

Единая служба Сервиса
(800) 555 6575

Особая компания для особых клиентов

Лицензия Минсвязи РФ: 45593, 45592, 45591, 46646, 45590, 45589, 46645, 45588, 46647
Лицензия Федерального агентства по строительству и ЖКХ: ГС-1-99-02-26-0-770118713-0

коммерческая недвижимость

Война до последнего

Операторы связи, работающие в корпоративном сегменте рынка, пошли на крайние меры

телекоммуникации

Судя по отчетам операторов за первый квартал 2010 года, в сегменте услуг для бизнес-центров телекоммуникационного рынка Санкт-Петербурга наблюдается слабое, но устойчивое оживление. По оценкам специалистов, в этом году рост рынка составит 8–10%, по сравнению с «провальным» 2009-м, когда отрасль «просела» почти в два раза. Вместе с тем затяжной кризис спровоцировал активизацию недобросовестных участников рынка. Некоторые операторы объявляют настоящую демпинговую войну, чтобы «застолбить» свою долю в потенциально высокомаржинальном сегменте. Особенно остро борьба идет за крупные офисные центры.

Отрасль телекоммуникаций не была в числе стагнирующих в кризисном 2009 году. Лидерами спада стали автомобилестроение, металлургия и производство оборудования. Рынок услуг связи и доступа в интернет сократился, по разным оценкам, на 20–25%. Однако если рассматривать динамику рынка по ценовым сегментам, то можно наблюдать довольно резкие различия. 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 50–60%. Снижение спроса не коснулось только низшего ценового сегмента — класса С. Здесь наблюдался даже незначительный рост. Такая ситуация (смещение спроса в сторону низших ценовых категорий потребительских рынков) характерна для многих отраслей по мере эскалации 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



Усиление конкуренции на рынке телекоммуникаций привело к повышению уровня качества услуг ФОТО ОЛЕГА ХАРСЕВА

оплату услуг операторов связи. Сокращению подверглись как объем потребляемых услуг, так и структура потребления (в сторону бюджетных тарифов и типов). Многие компании закрыли сотрудникам выход на «межгород», перешли на безлимитные тарифные планы с понижением цены, отказались от серийности. Однако в этом правиле обнаружилось необычное пока исключение — крупный многопрофильный оператор «Петерстар» (входит в группу компаний «Синтерра»), которого никак не отнесешь к «бюджетным», отчитался о росте прибыли по итогам 2009 года. Чистая прибыль за 2009 год по РСБУ выросла на 18% по сравнению с предыдущим годом — до 859,5 млн руб. Рентабельность чистой прибыли составила 30%. Выручка «Петерстара» без учета дочерних компаний в прошлом году выросла на 2% и составила более 2,825 млрд руб. При этом наиболее

существенными статьями в структуре выручки остаются услуги передачи данных и доступа в интернет (32%), а также услуги бизнес-телефонии (31%). Что самое парадоксальное, основной объем доходов в отчетном периоде был получен компанией за счет оказания телекоммуникационных услуг корпоративным клиентам (64%), на операторов связи приходится только 22%, а на частные лица и вовсе 14%. Как ни копались аудиторы и журналисты в отчетных документах компании в надежде найти какой-нибудь подвох, ничего у них не получилось. Эксперты окрестили «Петерстар» «феноменальным рыночным явлением». Стоит отметить, что от других участников телеком-рынка таких позитивных новостей мы не получали.

Хорошие новости
Между тем уже первый квартал текущего года принес

операторам хорошие новости. Телекоммуникационные компании первого эшелона, занимающие около 80% рынка связи, продемонстрировали положительную динамику основных операционных показателей. Средний рост составил 12% по отношению к аналогичному показателю прошлого года. Улучшение ситуации наблюдается даже в корпоративном сегменте. Опрос руководителей компаний, специализирующихся на предоставлении услуг связи для бизнеса, выявил осторожные, но обнадеживающие оценки перспектив рынка. PR-директор «Смарт Телеком» Наталья Резникова настроена сдержанно-оптимистично: «У нас динамика роста выручки положительная по сравнению с 2009 годом. Ситуация улучшается, но не кардинально. Я думаю, что при благоприятной внешнеэкономической ситуации, рост доходов операторов в 2010 году в сегменте бизнес-центров составит 8–10 процентов». Директор Санкт-Петербургского филиала «ВестКолл» Виктория Тихонова считает, что кризис отрасли позади, и высказалась более уверенно: «Несмотря на то, что январь был как бы полумесцем, февраль — коротким (с учетом еще и праздника), тем не менее можно с уверенностью сказать, что ситуация на рынке значительно улучшилась — рынок оживился, увеличилось количество заказов, включая крупные и сложные комплексные проекты. По нашей оценке, первый квартал этого года лучше аналогичного периода прошлого года примерно на 9 процентов (в Москве этот показатель даже на пару процентов выше). В БЦ тоже становится оживленнее. Таким образом, есть все основания считать, что второй квартал 2010 года будет еще оптимистичнее». Захар Вальков, управляющий «Гарс Телеком Северо-Запад», считает оптимизм своих коллег

преждевременным: «Драматическая зависимость телекома в корпоративном секторе от динамики рынка офисов оказывает влияние на работу операторов и в 2010 году. Начавшаяся с конца зимы третья за последние полтора года волна миграции арендаторов ведет к дальнейшей смене ландшафта. Клиенты продолжают перераспределяться внутри основных операторов рынка. В то же время рост рынка телекома для коммерческой недвижимости ожидается на минимальных уровнях, поскольку успехи роста выручки у отдельных операторов нивелируются продолжающимся общим схлопыванием рынка. Мы предполагаем, что в двух словах текущий год можно будет охарактеризовать как „бег на месте“».

Положительное воздействие
Затяжной кризис потребительского спроса в сфере телекоммуникаций оказал и положительное воздействие на отрасль. Многие мелкие предприятия, не обладающие собственной ресурсной и финансовой базой, достаточной для бесперебойного функционирования сети, не выдержали конкуренции и ушли с рынка. Кроме того, усиление конкуренции привело к повышению уровня качества услуг по рынку в целом. Те участники, которые вовремя не среагировали на изменившиеся условия и не улучшили качество предоставляемых услуг, испытывают больший спрос со стороны клиентов. Как показала практика, наиболее живучими оказались операторы, внедрившие новейшие технологии и улучшившие качество сервиса взаимодействия с клиентом. Руководитель отдела маркетинга и рекламы «Ланк Телеком» Даниил Курс отметил: «В последнее время наблюдается тенденция к диверсификации бизнеса телекоммуникационных компаний. Сегодня все

занимаются всем. Начиная от построения для клиентов „виртуальных офисов“ и заканчивая уходом в сопутствующий бизнес — строительство дата-центров, разработка и внедрение программного обеспечения и т. д. Некоторые отдают сети на комплексный аутсорсинг, включая строительство, сервис и обслуживание. Модной стала тема мобильного доступа в интернет для корпоративных клиентов. Но, к сожалению, многие потребители „обжигаются“ на ярких и интригующих названиях. В результате клиенты разочаровываются в качестве и стабильности услуг. Вот, например, Yota была изначально ориентирована на количественные показатели и сейчас наступает на те грабли, на которые должна была наступить в конечном итоге — не справляется с быстрорастущим трафиком». Укрупнение телеком-компаний в процессе слияний и поглощений, как считают большинство опрошенных специалистов, благотворно скажется на перспективе развития рынка, очистит его от «шарашек» и повысит общий профессиональный уровень отрасли. Наталья Резникова из «Смарт Телеком» отметила: «Мы полагаем, что процессы слияния и поглощения будут продолжаться. Их активность зависит от размера „подушек безопасности“ имеющихся у компаний, работающих на данном рынке. Чем медленнее будет восстанавливаться спрос, тем больше вероятность активизации на рынке M&A-сделок». В то же время Захар Вальков из «Гарс Телекома» призывает взвешивать все «за» и «против» при покупке активов: «Кризис — самое время купить „подешевле“. Если в середине 2008 года собственники расставались со своими телеком-активами по цене „выручка, умноженная на коэффициент 3“, то сегодня крупные компании продаются в среднем по цене годовой выручки. Но за хорошими

ценами подчас стоит совсем не тот уровень рентабельности. Бизнес продаваемых активов сильно „потрепан“ событиями последних полутора лет, а иной раз такие компании и вовсе убыточны. Анализируя первые сделки по поглощениям, стоит признать, что в подавляющем большинстве случаев проданные компании действительно не стоят больше».

Негатив тоже есть
Однако ужесточение конкурентной среды в корпоративном сегменте рынка телекоммуникаций спровоцировало и негативный эффект для потребителей. Все чаще стали появляться недобросовестные компании, которые объявляют настоящие демпинговые войны в борьбе за потенциальных клиентов. В бизнес-центрах, где уже работают операторы связи, приходят предприятия и предлагают цену на услуги в 1,5–2 раза ниже себестоимости. Зачастую это приводит либо к значительному снижению качества связи на объекте, либо к банкротству нового оператора. В силу того, что эксклюзивная схема сотрудничества за последний год потеряла свою актуальность, и владельцы и управляющие бизнес-центров более охотно пускают новых операторов, то удержание клиентов в бизнес-центрах становится первоочередной задачей. Понятно, что новый оператор, пришедший в бизнес-центр и инвестировавший в его подключение, рассчитывает привлечь определенный процент арендаторов для того, чтобы окупить затраты. Коммерческий директор «Северен-Телеком» Антон Виноградов пояснил: «Особенно часто путь демпинга выбирают небольшие операторы или домашние сети, которые пытаются закрепиться в бизнес-центре. Для того чтобы удержать своих клиентов, операторам приходится прилагать серьезные усилия,

но зачастую более низкая цена оказывается для клиента слишком большим соблазном. Это не значит, что мы теряем этих клиентов — обычно мы предлагаем клиенту скидки или расширение пакета услуг за ту же стоимость. Ценовые войны для всех ее участников. Невозможно снижать цену до бесконечности и работать себе в убыток. Если новый оператор в бизнес-центре начал предлагать услуги по более низкой цене, то не сомневайтесь: через пару недель до этого уровня цен опустятся и все остальные. Преимущество будет потеряно. Клиенты остались с нами, новый оператор мало кого привлек, а общий уровень цен на услуги в бизнес-центре снизился. Зачастую клиенты получают коммерческое предложение от другого оператора, но не рассматривают его серьезно, а используют в качестве аргумента для снижения стоимости услуг у своего оператора». Участники рынка коммуникаций для офисных центров позиционируют себя в качестве более надежных поставщиков услуг и в долгосрочной перспективе не боятся конкуренции со стороны многопрофильных телекоммуникационных холдингов, развивающих домашние сети. Если сеть проектировалась и строилась именно под нужды бизнес-клиентов, она будет выигрывать у сетей домашних операторов, поскольку и скорость чаще будет соответствовать заявленной, и отказоустойчивость оборудования гораздо выше. Другими словами, услуги от операторов, которые работают в бизнес-сегменте, надежнее и качественнее, поэтому они стоят чуть дороже, чем домашняя связь. Поэтому конкуренция здесь будет развиваться скорее в рамках довольно узкого по масштабам круга профессиональных участников рынка.

СЕРГЕЙ ТИХОНОВ



17-я линия, д. 22. Класс А

Общая площадь здания 10 887 м²



СЕНАТОР

Сеть бизнес-центров

ВАСИЛЬЕВСКИЙ ОСТРОВ

17-Я ЛИНИЯ, 22 | 18-Я ЛИНИЯ, 31

300 01 01

www.senator.spb.ru

КОМФОРТНО. ПРЕСТИЖНО. ДОСТУПНО



18-я линия, д. 31. Класс В+

Общая площадь здания 22 000 м²