

КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

Борьба за независимость

Вслед за активным ростом рынка коммерческой недвижимости в последние десять-пятнадцать лет развивается и рынок профессионального управления. Наибольшее распространение в России на сегодняшний день получили услуги property management (PM) и facility management (FM), с заметным перевесом в сторону последней услуги.

— управление —

Рынок управляющих компаний (УК) Санкт-Петербурга не является исключением. Для Северной столицы характерна крайне высокая предвзятость и конкуренция среди компаний, оказывающих услуги facility management. «С одной стороны, это объясняется наличием соответствующего регионального спроса, который можно охарактеризовать как достаточно высокий для FM-услуги, с другой — спецификой развития рынка управления. Изначально на нем обосновывались только отечественные, преимущественно местные, управляющие компании, которые занимались управлением инфраструктурой объекта, не влияя на доходную часть. Многие управляющие компании города выросли из брокерских и строительных компаний — УК „Бекар“, УК „ВМБ-Траст“, УК „АйБи Групп“ и другие. Когда международные инвесторы начали активно осваивать рынок Петербурга, в Северной столице уже сформировался рынок управления с профессиональными специалистами, способными конкурировать с иностранными фирмами», — рассказал Максим Тумановский, директор по развитию компании Knight Frank Property Management.

Доходы невелики

В целом бизнес по управлению коммерческой недвижимостью весьма сложен и трудозатратен и не отличается высокой доходностью. Услуга property management, являясь более сложной, приносит большую финансовую отдачу управляющей компании, чем facility management, при этом, как только что было отмечено, услуга PM заказывается гораздо реже. Должного эффекта УК может добиться только при соответствующем увеличении своих оборотов, с ростом количества обслуживаемых объектов, а также при оптимизации своих издержек.

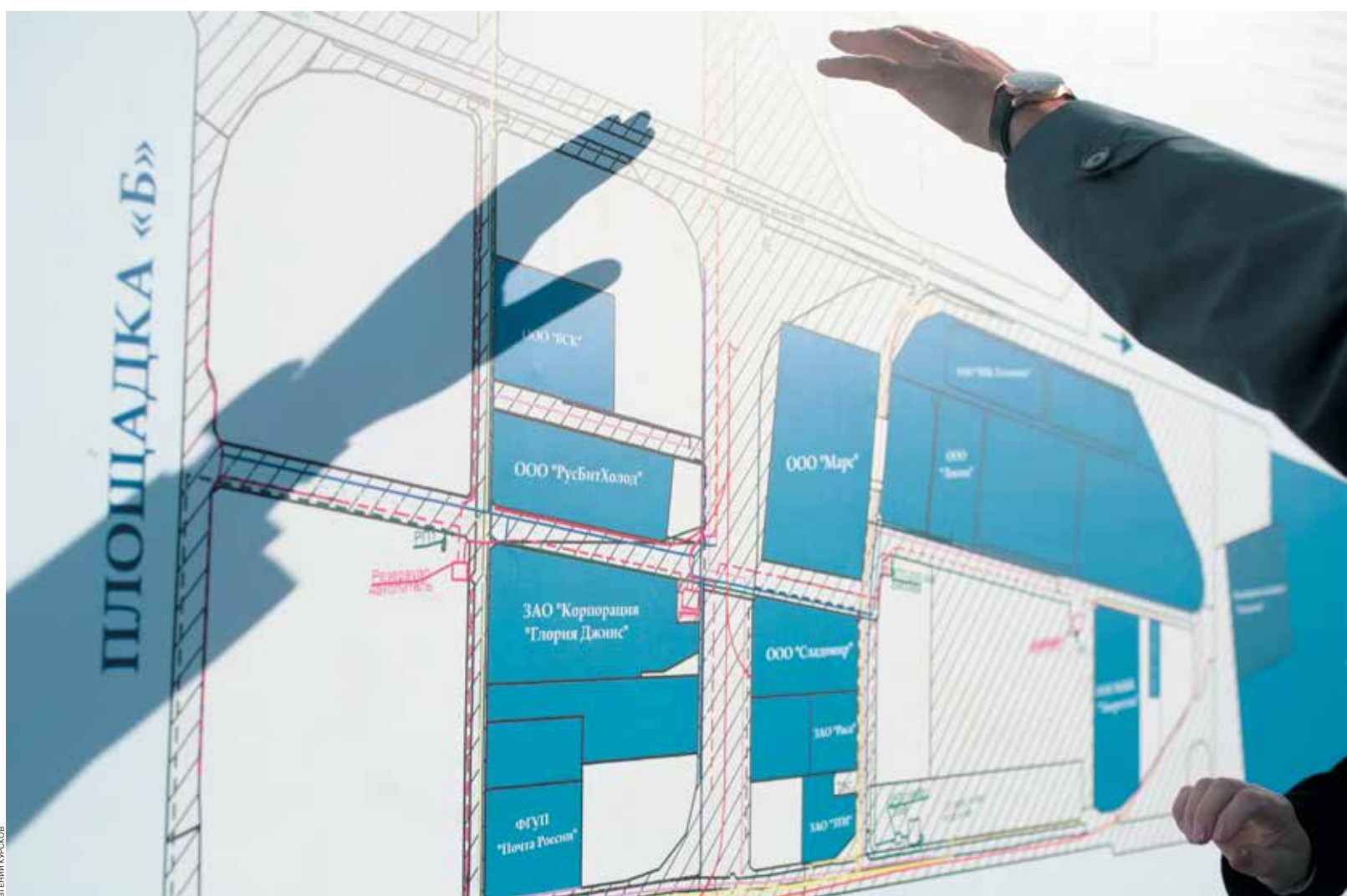
Наиболее распространенной схемой оплаты услуг профессиональной управляющей компании является процент от оборота торгового комплекса (не более 10%). Что

входит в стоимость услуг управляющей компании, определяется индивидуально для каждого клиента. Как правило, в стандартный пакет услуг входит бизнес-планирование и управленческий учет, управление арендными отношениями, контроль за состоянием объекта, а также представление интересов заказчика перед контрагентами.

В целом предложение данной услуги превышает спрос на нее со стороны собственников торговых комплексов. В результате данный бизнес является низкорентабельным, хотя через управляющие компании и проходят большие денежные потоки.

Для рынка Санкт-Петербурга усредненные величины вознаграждения управляющих компаний для сегмента PM, как правило, находятся в пределах 2–4% от чистого операционного дохода (показатель суммарного арендного дохода, из которого вычтены эксплуатационные расходы). «Учитывая закрытость этого рынка, нельзя говорить об устойчивых ставках и порядке расчета вознаграждения, но наша практика показывает, что для крупных объектов в Москве вознаграждение УК находится на уровне 1,5–3 процента», — говорит господин Тумановский. По его словам, вознаграждение FM находится в пределах 6–8% от стоимости заключаемого контракта (в Москве — 8–10%).

Марианна Плаксина, руководитель коммерческого департамента УК Zepplin, добавляет: «Формирование стоимости услуг управляющих компаний комплексно зависит от совокупных критериев, но первично следует выделить техническое оснащение и тип объекта. Техническое оснащение объекта часто определяет и классность здания, но не всецело. Так, если обратиться к классификатору бизнес-центров, то офисный комплекс определенного класса предполагает и соответствующее инженерное оборудование и технические возможности зданий, что и предопределяет определенный комплексный подход в управлении объектом. Тип объекта, режим работы, техническое оснащение



Бизнес по управлению коммерческой недвижимостью является низкорентабельным, хотя через управляющие компании и проходят большие денежные потоки

предопределяют квалификацию необходимого персонала, состав штатного расписания, графики работы и количество сотрудников, необходимого для обслуживания объекта недвижимости, и, безусловно, перечень специализированных организаций, привлекаемых для обслуживания объекта. Плата за управление объектом недвижимости предусматривает: расходы на содержание персонала, привлечение специализированных организаций по эксплуатации и техобслуживанию, амортизацию оборудования для проведения работ и инвентаря, затраты на расходные материалы, накладные расходы, вознаграждение управляющей компании. При этом 65–70 процентов стоимости услуг управляющих компаний составляют расходы на персонал, 15–20 процентов — привлечение специализированных подрядных компаний, 3–10 процентов — затраты на расходные материалы, 10–15 процентов — накладные расходы и 7–12 про-

центов — вознаграждение управляющей компании. Учитывая то, что каждый объект имеет индивидуальные особенности (месторасположение, тип, площадь, техническое оснащение), то и расходы на его управление и содержание будут различными. Поэтому стоимость услуг не может быть общей для всех объектов, а рассчитывается всегда индивидуально.

Небольшая горстка

Людмила Рева, директор Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate, полагает, что в настоящий момент в Петербурге существует пять крупных независимых управляющих компаний («ВМБ-Траст», NAI Besag, «АйБи Групп», МТЛ, МК ПСБ) и несколько десятков более мелких игроков.

Она отмечает, что не более 10% торговых комплексов Петербурга сегодня управляются профессиональными управляющими компаниями, 90% объектов обслуживают «карманные» управляющие компании, аффилированные с собственниками.

Евгений Якушин, генеральный директор УК «Система», считает, что нескольких компаний, которые работают сегодня на рынке управ-

ления в Петербурге, — для рынка вполне достаточно. Для Москвы, по его мнению, такого количества мало. При этом господин Якушин полагает, что различия, в каком сегменте — торговом или офисном — работает управляющая компания, нет: «Сейчас управляющие компании рады заключению любого контракта».

Наталья Скаландис, управляющий директор PM NAI Besag, тем не менее считает, что в 2013 году рынок управления коммерческой недвижимостью более активно развивался в двух направлениях: в сегменте торговых центров и апарт-отелей. «Среди последних тенденций на рынке управления торговыми центрами я бы отметила реконструкцию большого количества торговых центров, привлечение новых операторов, насыщение торгового рынка развлекательной составляющей, а также передачу FM-услуг на исполнение сторонним компаниям. Я предполагаю, что в ближайшие годы ряд собственников торговых центров, присутствующих в Петербурге, займутся реконструкцией своих объектов, также на рынок начнут выходить московские и международные операторы, а профессиональные компании вый-

дут в регионы». Впрочем, госпожа Скаландис признает, что выделить более рентабельный сегмент — торговый или офисный — для управляющих достаточно трудно.

Впрочем, Наталья Якименко, директор по России и СНГ подразделения «Управление недвижимостью и эксплуатация» компании JLL, полагает, что рынок управления становится все более «взрослым»: основной тренд, который наблюдается, — это отказ компаний от in-house-управления в пользу профессионального опытного игрока. «Это происходит во всех сегментах рынка недвижимости, в том числе и в ритейле. Эта тенденция свидетельствует о зрелости рынка. Девелоперы должны заниматься своим делом — строить качественные объекты, тогда как грамотное управление и эксплуатация — это отдельный мир услуг, которые должны осуществлять профессионалы. Конечно, к этому решению пока пришли далеко не все — по нашим приблизительным оценкам, около пяти процентов рынка торговых центров России сейчас находится в управлении у внешних компаний, но доля неуклонно растет», — считает она.

Олег Привалов

Два полюса офисного рынка

— классы —

Еще один важный фактор, определяющий выбор в пользу подобных объектов, — более низкие арендные издержки, что особенно важно для компаний, вид деятельности которых предусматривает наличие большого штата сотрудников, но при этом не требует привлечения значительного количества высококвалифицированных специалистов, а соответственно, и создания более комфортных условий труда».

По данным аналитиков ГК Leorsa, в Петербурге насчитывается около 1,175 млн кв. м офисных площадей, которые можно отнести к классу С. Несмотря на рекордный ввод объектов класса А, по обеспеченности на 1000 человек по-прежнему лидируют бизнес-центры класса С. В среднем на тысячу петербуржцев приходится примерно 234 кв. м офисов этой категории.

Ольга Пономарева, вице-президент ГК Leorsa, инвестор БЦ Eightedges, рассказала: «На конец первого квартала 2014 года в рамках проекта „Всероссийская классификация бизнес-центров“ Пилдния управляющих и девелоперов (ГУД) сертифицировала в Петербурге 452 бизнес-центра. Из них 30 — в классе А, 65 — в классе В+, 138 — в классе В и 219 — в классе С. Это около 60 процентов от общего количества бизнес-центров города. Около 250 объектов не соответствуют критериям ГУД, поэтому они не смогли быть отнесены комиссией ни к одному из классов. То есть около половины от классифицированных объектов составляют бизнес-центры класса С».

Владислав Фадеев говорит: «Оценить точный объем предложения бизнес-центров класса С на рынке Санкт-Петербурга представляется достаточно сложной задачей в связи

с тем, что в основном данный класс представлен зданиями жилых домов в центре города, перепрофилированными под коммерческое использование, административными зданиями в составе промпредприятий, а также зданиями бывших НИИ. Собственники таких объектов зачастую не стремятся афишировать вывод новых площадей на рынок или же, используя частично под собственные нужды, сдают лишь часть объекта локальным арендаторам, как в случае с бизнес-центрами в составе промпредприятий».

Впрочем, другие эксперты полагают, что подсчитать даже примерно долю офисов класса С довольно затруднительно. Альберт Харченко, генеральный директор East Real, утверждает: «Объем площадей в офисных объектах класса С не поддается учету. Если говорить о примерных цифрах, то в городе насчитывается около 1,5 млн кв. м офисных площадей класса С».

Арендаторами бизнес-центров класса С в основном являются компании, занимающие площади от 50 до 200 кв. м, которым нужны несколько кабинетов в офисных центрах с хорошей локацией, а также новые небольшие компании. Данный класс должен быть на рынке, чтобы новые компании могли стартовать и развиваться, а в дальнейшем переезжать в бизнес-центры более высокого класса.

Невелика разница

На сегодняшний день ставки аренды в бизнес-центрах класса С, по данным компании East Real, находятся в диапазоне от 500 до 1000 рублей за квадратный метр в месяц.

«В Петербурге слишком невелика разница в стоимости аренды помещений в бизнес-центрах класса В и С, при этом, безусловно, все зависит от месторасположения объекта. Есть масса примеров, в частности в

Московском районе, где арендаторы готовы платить около 1000 рублей за квадратный метр в классе С, поскольку главным фактором остается локация и удобство выезда», — добавляет господин Харченко.

Тем не менее многие девелоперы, имеющие в собственности офисные здания класса С, проводят реновацию объекта, освежают ремонт, сносят несущие стены, чтобы сделать более удобные планировки, пристраивают к зданию новую часть, которая изначально включает системы вентиляции и кондиционирования.

Существуют примеры, когда подобные здания стоят без ремонта, и в конечном итоге собственник объединяет несколько зданий или пристраивает новое, вносит изменения в проект инженерии, устанавливает системы кондиционирования и вентиляции, где это возможно, и впоследствии позиционирует это здание как бизнес-центр класса В+.

Господин Харченко отмечает, что оценить окупаемость затрат на реконструкцию таких объектов непросто. «Есть охраняемые здания, которые сложно снести или надстроить, поэтому девелоперы идут именно по пути реконструкции. Если же есть возможность сноса здания, большинство собственников выбирает строительство нового высокклассного объекта с продуманной логистикой для более эффективного использования площадей, тем самым уменьшая срок окупаемости. Некоторые собственники, чтобы не вкладывать большие деньги в реконструкцию, просто освежают ремонт и устанавливают сплит-системы, после чего позиционируют себя как класс В и повышают арендные ставки на 10–15 процентов», — рассказывает господин Харченко.

Максим Клягин, аналитик УК «Финанс Менеджмент», добавляет:

«Учитывая рост конкуренции, решение провести обновление концепции и комплексную реконструкцию объекта, полагаю, выгладит вполне целесообразно. Эффективная реализация проекта комплексной реконструкции вполне может способствовать значительному росту конкурентоспособности объекта, повышению трафика и, соответственно, росту рентабельности за счет увеличения ставок аренды в среднем не менее чем на 15–20 процентов». По его примерным оценкам, инвестиции в подобный проект могут варьироваться в диапазоне \$1–2 тыс. на квадратный метр в зависимости от текущего технического состояния объекта и масштабов преобразований.

Примеры успеха

Примеры повышения классности объекта в сегменте бизнес-центров класса С не редкость для Петербурга. Господин Фадеев вспоминает, что еще в 2009 году была проведена полная реконструкция и реставрация офисного центра «Медведь» (в настоящий момент БЦ относится к классу В), который функционирует в качестве офисного объекта с 1995 года. «Еще один пример — бизнес-центр Scandinavian House, который в результате реконструкции 2011 года достиг класса В+», — говорит он.

Алексей Гулевский, руководитель отдела консалтинга Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate, добавляет к проектам реконструкции бизнес-центр «Виктория Плаза» (бывшее здание НИИ «Электронстандарт», построенное в 1983 году; площадь — 46,354 тыс. кв. м), расположенный по адресу площадь Победы, 2. «Реконструкцию бизнес-центра осуществила компания „Адамант“ в 2013 году. В результате, классность объекта повысилась с класса С до класса В. В рамках ре-

конструкции были проведены работы по изменению планировок и внутренней отделки помещений. Объем инвестиций в реконструкцию, по моим оценкам, составил до \$1 тыс. на квадратный метр. Вторым примером реконшеии является бизнес-центр „Меридиан“ (Ленинский проспект, 160; площадь 21,3 тыс. кв. м). Здание построено в 1970-х годах. Работы по реконструкции и реконструкции были проведены в 2008 году, в результате чего классность объекта также повысилась с С до В. Собственником объекта является ЗАО „Ленинский 160“. Объем инвестиций в данном случае также не превысил \$1 тыс. долларов на квадратный метр», — рассказал господин Гулевский.

Впрочем, не всегда повысить классность объекта можно, просто реконструировав его. Госпожа Пономарева рассказывает: «Мне известно множество попыток перепрофилировать офисный центр низкого класса в более высокую категорию, но такие факторы, как локация, а зачастую и планировка, и инженерные сети, достаточно сложно поддаются „апгрейду“».

В последнее время, особенно в Москве, стали появляться проекты, когда офисные помещения низкого класса перепрофилируются под иную функцию, чаще всего под апартаменты (которые также имеют функциональное назначение не как жилые помещения, а как коммерческие).

Перепрофилирование офисных центров в другой формат в настоящее время довольно редкое явление на рынке Петербурга. Однако такие примеры есть, и они касаются преимущественно знаковых объектов, обладающих премиальной локацией в центральной части города.

Наиболее вероятными «кандидатами» для перепрофилирования яв-

ляются старинные особняки в центре Петербурга, где премиальная локация, высокий поток туристов, хорошая транспортная доступность будут способствовать успеху в случае желания девелопера выбрать для своего объекта другой вид использования, нежели в качестве офисного здания.

«Если бывшие заводские цеха охраняются государством как памятники архитектуры, то их можно превратить не только в офисы, но и в так называемые лофты. Также зачастую в бизнес-центрах класса С могут размещаться шоу-румы одежды, представительства интернет-магазинов, пункты выдачи заказов и прочие магазинчики, куда покупатели едут целенаправленно, а не заходят по пути», — говорит госпожа Пономарева.

Господин Фадеев приводит и другие примеры: «В здании бывшего бизнес-центра по адресу Невский проспект, 7–9, в настоящий момент ведутся работы по реконструкции его в гостиницу высокого класса. Апартаменты также должны появиться и в здании Павловских казарм (Марсово поле, 1), которое до этого также использовалось как офисное». Он отмечает, что затраты на перепрофилирование здания в гостиницу весьма высоки, в связи с чем окупить вложения в адекватные сроки возможно только в случае открытия в здании после реконструкции высокклассного отеля.

При этом господин Фадеев отмечает, что необходимо отметить ряд ограничений, с которыми могут столкнуться девелоперы в случае предполагаемой реконструкции офисного здания. В первую очередь — физические характеристики объекта, так как в некоторых старых зданиях невозможна установка лифтового оборудования, кондиционеров.

Олег Привалов