

КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

Привязать арендатора проводом

Несмотря на бурный рост рынка мобильного интернета, телекоммуникации в бизнес-центрах Петербурга по-прежнему контролируют операторы проводного доступа в сеть. Собственники и управляющие объектов не стремятся сотрудничать с мобильными операторами, утверждают эксперты.

— интернет —

В Петербурге, по данным на конец первого квартала 2014 года, насчитывается 3,3 млн кв. м офисных площадей. Телекоммуникационные услуги в большинстве из них оказывают операторы фиксированной связи.

По словам вице-президента группы компаний Leorga Ольги Пономаревой, собственник бизнес-центра обычно проводит тендер и выбирает одного или нескольких операторов связи, которые уже предлагают услуги связи арендаторам.

Конкуренция на рынке телекоммуникационных услуг в бизнес-центрах высока. «В некоторых объектах абоненту приходится выбирать между десятком операторов. Это привносит некий хаос, в том числе и для администрации бизнес-центра. Идеальная ситуация для честной конкуренции — это наличие двух-трех провайдеров», — отмечает руководитель коммерческого отдела петербургского филиала «БестКолл» Павел Попечительев. По словам руководителя пресс-службы филиала «Макрорегион „Северо-Запад“» ОАО «Мобильные телесистемы» Вероники Бялковской, времена, когда на одном объекте было представлено до десяти операторов, уходят в прошлое. «Сейчас предпочитают работать с двумя-тремя компаниями, не более; причем выбирают их обычно на начальном этапе строительства» — рассказывает госпожа Бялковская.

По словам руководителя облачных вычислений ТК «Миран» Федора Русакова, высококонкурентный рынок телекоммуникаций в бизнес-центрах можно считать при условии отсутствия ограничений со стороны собственника объекта. «При открытой политике очень большое количество компаний приходит в объект со своими услугами. Однако большинство собственников создают искусственные ограничения для прихода операторов — для собственного удобства и сокращения хаоса в кабельной системе бизнес-центра», — констатирует Федор Русаков.

Мобильный вариант

С жесткими ограничениями со стороны собственников сталкиваются мобильные операторы. «Развитие услуг мобильного интернета снижает доходы фиксированных операторов. Компании мобильной связи встречают нежелание арендодателей улучшать качество мобильного интернета внутри зданий, особенно там, где услуги фиксированного доступа на эксклюзивной основе оказывают аффилированные с арендодателем организации», — констатирует один из игроков рынка.

Вместе с тем ограничения собственников не мешают арендаторам использовать мобильный интернет в частном порядке, самостоятельно установив оборудование. К примеру, в одной из туристических фирм, арендующей офис в сетевом бизнес-центре, из-за высокой стоимости отказались от фиксированного интернета в пользу мобильного. Подобная практика распространена среди



В некоторых объектах абоненту приходится выбирать между десятком операторов. Это привносит некий хаос, в том числе и для администрации бизнес-центра

небольшими компаниями. В МТС наблюдают явно выраженную тенденцию отказа арендаторов, в особенности малого бизнеса, от услуг фиксированной связи в пользу мобильного интернета и телефонии. «Для МТС как интегрированного оператора этот тренд является позитивным. Мы считаем перспективным развитие индустрии LTE внутри торговых и бизнес-центров, так как это позволит нам получать доход от широкополосного доступа там, где мы не представлены фиксированными сетями. Но для операторов, которые оказывают только услуги фиксированной связи, это несомненная угроза», — говорит Вероника Бялковская. Менеджер по связям с общественностью Северо-Западного филиала ОАО «МегаФон» Людмила Чехова утверждает, что мобильный интернет (как 3G, так и 4G) пользуется активным спросом у юридических лиц в Петербурге, в том числе и в бизнес-центрах.

Павел Попечительев считает, что мобильный интернет — это экономичное и универсальное решение для малых предприятий, которое никогда не удовлетворит требования среднего и крупного бизнеса. «Качество мобильного интернета практически нельзя гарантировать. Оно зачастую нестабильно, что неоправдательно для крупных компаний, постоянно зависящих от связи. Отдельного внимания заслуживает работа IP-телефонии через мобильный интернет, в большинстве случаев при адекватном качестве возможен одновременный разговор», — отмечает Федор Русаков. Вместе с тем эксперты признают, что качество мобильного интернета растет, и не исключено, что через пару лет он сможет стать полноценным конкурентом классическому доступу. Пока же это прерогатива частных лиц и индивидуальных предпринимателей.

По словам Ольги Пономаревой, предоставление мобильного интернета зависит от перечня услуг выбранных бизнес-центром операторов связи. «В нашем бизнес-центре Eightedges мы поступили немного

иначе. Мы выбрали одну компанию связи для нашей управляющей компании, а арендаторы могут „приводить“ с собой в здание любых операторов без каких-либо „входных билетов“ или других препятствий для них», — рассказывает она.

Пакетное предложение

В МТС указывают на демпинг со стороны малых операторов. «Это повлияло и на общий уровень цен. По нашим оценкам, цены за год снизились примерно на 30 процентов. Существенно выгоднее стало приобретать пакетные решения», — рассказывает Вероника Бялковская.

По словам Федора Русакова, пакетные предложения (когда клиентам предлагаются, например, «междугородняя телефония» или «интернет + телефония») по более выгодной цене сейчас распространены. «Рекламные акции тоже привлекают клиентов, ведь благодаря им клиенты могут подключить телефонию и следующие два месяца не платить абонентскую плату. Разумеется, не все переходят на подобные тарифы, но они влияют на спрос и зачастую после введения каких-то акций клиенты меняют своих операторов. В принципе, все так же, как и при выборе мобильного оператора физическим лицом», — поясняет Федор Русаков.

Павел Попечительев также указывает на востребованность пакетных предложений для арендаторов и дополнительных сервисов, которые не привязаны к территории бизнес-центра. Вместе с тем, по его словам, в настоящий момент ценовой критерий выбора оператора отошел на второй план. «Теперь клиент выбирает в первую очередь качество телекоммуникационных услуг, уровень обслуживания и сервис», — утверждает эксперт.

По словам Вероники Бялковской, рост потребления дополнительных операторских сервисов, в частности, облачных и конвергентных решений — тенденция последних нескольких лет, которая по-прежнему актуальна. «Наиболее востребованы сейчас услуги „8-800“ и „Автосекретарь“, развивается также FMC. Потребление этих услуг за год увеличилось более чем в полтора раза», — рассказывает она.

Марина Акатова

Рынок спортклубов качает мышцы

— ниша —

По сути, разнообразие секций многопрофильного спортивного центра зависит от его площади. Наличие больших свободных площадей для организации одного теннисного корта или игрового зала могут похвастаться только объекты площадью от 1,5 тыс. кв. м. При этом такая площадь позволяет клубу обслуживать 3 тыс. клиентов в год. В целом на территории многопрофильных спортивных сооружений располагается один или два теннисных корта.

Что касается специализированных спортивных объектов — теннисных клубов, то их размеры колеблются от небольших объектов районного значения с двумя-тремя кортами (например, теннисный клуб в парке «Сосновка» или теннисный клуб «Фортуна» в Кировском районе) до огромных объектов, способных принимать кубковые турниры. К таковым относятся теннисный клуб «Хасанская» в Красногвардейском районе (13 крытых кортов), теннисный клуб «Динамо» на Крестовском острове (шесть кортов). В среднем же в специальных спортивных объектах находится от четырех до шести кортов, из которых половина может использоваться в зимнее время.

«Подобное распределение может быть объяснено требованиями рентабельности бизнеса, основанной на способности объекта параллельно принимать несколько игроков или даже несколько мини-групп, не имея при этом финансового подкрепления со стороны посетителей тренажерного зала или бассейна, представляющих более широкий

сегмент потребителей», — отмечают маркетингологи Origin Capital.

Стоимость создания теннисного корта сегодня невелика — можно уложиться в 2–3 млн рублей. Сроки же окупаемости сильно зависят от локации корта — в среднем вложения в такую инфраструктуру окупятся за пять-десять лет.

Стоимость создания теннисных кортов сегодня зависит от формата клуба и покрытия кортов. «Например, есть открытые грунтовые корты (самый дешевый вариант, работают только летом), есть „дублики“ (более дорогой вариант, воздухоопорные конструкции, работают круглый год), есть капитальные здания (самый дорогой вариант, тоже работают круглый год). Примерный уровень затрат на строительство: грунтовые корты (три корта) — около 2–3 млн рублей, „дублики“ (три корта) — около 10 млн рублей, каркасная конструкция (три корта) — около 20 млн рублей», — уточняет господин Довбыня.

По его мнению, корты окупаются в течение пяти-десяти лет в зависимости от формата и уровня клуба, покрытия, прав на землю, инфраструктуры.

Дмитрий Егоров, директор филиала БКС «Премьер» в Санкт-Петербурге, говорит, что окупаемость инвестиций также может отличаться в зависимости от региона — теоретически в престижном районе мегаполиса аренда корта поможет «отбить» инвестиции за три-пять лет, в среднем же такие сооружения имеют срок окупаемости в семь-десять лет.

Расчитать окупаемость проекта мешает отсутствие стабильной ценовой политики на услуги кортов в

городе. «Интересной особенностью является нестабильность ценовой политики на аренду в утренние часы как в специализированных, так и в многопрофильных спортивных объектах. Несмотря на то, что средняя стоимость в первом классе объектов колеблется на уровне 1,2–1,4 тыс. рублей в час, на некоторых объектах она достигает 2 тыс. рублей в час (ТК «Юрия», «Фитнесс-Палас», «Веда Спорт», ТК им. Никифорова), практически сравнявшись со стоимостью вечерней игры. При этом на других объектах это время имеет наиболее низкую арендную ставку — на уровне 800–900 рублей (СЦ им. Алексеева, ТК «Елагин остров», СЦ «Динамо»», — говорят в Origin Capital.

Тем не менее участники рынка полагают, что рынок ждет продолжение роста. «Логично предположить, что потребность в кортах будет расти в местах крупномасштабного строительства жилья (в основном на периферии города, вокруг КАД, в новых жилых районах)», — рассуждает господин Довбыня.

«Потребность жителей крупных городов в спортивных объектах и, в частности, в теннисных кортах я оцениваю как высокую. Во-первых, в последние годы в нашей стране активно популяризируется спорт и здоровый образ жизни, что стимулирует граждан „бросать курить и вставать на лыжи“. Во-вторых, теннис можно рассматривать как спорт для представителей среднего класса, и если делать тренировки доступнее, увеличивая число кортов, то желающим арендовать и заниматься этим престижным спортом будет предостаточно», — соглашается с ним Дмитрий Егоров.

Денис Кожин

Геополитика пришла на улицы города

— стрит-ритейл —

В большинстве случаев помещения приобретаются для последующей сдачи в аренду (более 50% сделок). Конечные пользователи приобретают, как правило, недорогие помещения (стоимостью до 50 млн рублей), преимущественно на этапе строительства (встроенные помещения на первых этажах жилых домов).

Коридоры прежние

Основные торговые коридоры Петербурга остаются прежними. Это Невский проспект, Владимирский проспект, Большой проспект Петроградской стороны.

Максим Новичкин, генеральный директор брокерской компании по купле-продаже готового бизнеса «Альтера Инвест», полагает, что в ближайшей перспективе ожидать появления новых торговых магистралей не приходится. «Администрация планирует введение в городе нескольких пешеходных зон, развивая территорию Коношневой площади, но есть ограничения, не позволяющие сделать ни улицу Рубинштейна, ни Коношневую площадь новыми торговыми магистралями. Улица Рубинштейна полностью заполнена арендаторами, нет площадей для развития; Коношневая площадь ориентирована на сверхпремиум-сегмент», — считает он.

Денис Колокольников, председатель совета директоров группы компаний RRG, говорит: «Если брать статистику по наибольшему количеству магазинов, то лидирует здесь четыре проспекта: Невский, Московский, Ленинский и Просвещения. Каждый из перечисленных торговых коридоров

располагает более чем 400 торговыми объектами в формате стрит-ритейла. Невский — еще и один из лидеров по плотности расположения объектов в ряду показателей. Притом, что длина, количество станций метро и эффективная ширина тротуаров у двух коридоров сопоставимы, пешеходный трафик (крайне важная в сегменте характеристика) сильно различается. Через станции метро, выходящие на Тверскую, он составляет менее 350 тыс. человек в сутки, а на Невском — уже около 600 тыс. Собственно пешеходный трафик Невского — 40–55 тыс. человек в сутки — также сильно обгоняет показатели Тверской, где в промежутке от Охотного ряда до площади Маяковского ежедневно проходит от 35 до 50 тыс. человек, а от площади Маяковского до площади Тверская Застава — от 7 до 10 тыс. человек в сутки. В основном преимущество Невскому дают туристы», — приводит занимательную статистику господин Колокольников.

Анна Лапченко, руководитель направления стрит-ритейла компании JLL в Санкт-Петербурге, отмечает, что новое предложение коммерческих помещений, отвечающих высоким требованиям арендаторов на рынке «стрит-ритейла», формируется в спальных районах Петербурга. В связи с ограниченностью предложений в центральных районах в силу отсутствия нового строительства и градостроительных сложностей, связанных с реконструкцией первых этажей, существенное увеличение предложения происходит только за счет спальных районов Петербурга.

«Арендаторы все активнее интересуются существующими и развивающимися спальными районами города. Наличие стабильного потока посетителей, высокий уровень платежеспособности жителей в районах новой жилой застройки — все это делает такие зоны чрезвычайно привлекательными для арендаторов, особенно операторов товаров повседневного спроса, продуктовых ритейлеров, арендаторов сферы «красота и здоровье» и различных заведений общепита. Практически гарантированный доход даже при высоком уровне конкуренции и хорошее качество помещений способствуют тому, что все больше арендаторов делает ставку именно на нецентральные районы Петербурга. Уже сейчас уровень ставок в некоторых спальных районах сопоставим со ставками на центральных улицах города. В начале 2014 года наибольший рост ставок был зафиксирован именно на второстепенных коридорах Петербурга», — рассказала госпожа Лапченко.

Валерий Трушин, руководитель отдела консалтинга East Real, отмечает: «Что касается площади, то наиболее востребованными остаются небольшие помещения — 50–70 кв. м. Более серьезные игроки, в том числе и федеральные, интересуются помещениями площадью от 150 до 300 кв. м. Ресторанные сети и центры услуг зачастую арендуют большие по площади помещения — 500–600 кв. м.»

Роман Русаков

Коммерсантъ.

В лучших местах Петербурга.

Рестораны

АНТРЕКОТ	Б. Морская ул., 25
FRANCESCO	Суворовский пр., 47
MASARONI	Рубинштейна ул., 23
TERRASSA	Казанская ул., 3
MarketPLACE	Конституции пл., 3 лит. А
ЦАРЬ	Садовая ул., 12
ШАЛЯПИИ	Тверская ул., 12/15
ТЕПЛО	Б. Морская ул., 45
DA VINCHI	М. Морская ул., 15/7
ТАВЕРНА ГРОЛЛЕ	Большой пр., В.О. 20
РИБАЙ	Казанская ул., 3
GINZA	Аптекарский пр., 16
GUSTO	Дегтярная ул., 1а
ЧИН-ЧИН	Мытнинская наб., 3
НА РЕЧКЕ	Ольгина ул., 8
ГАСТРОНОМ	Марсово поле, 7
ПЛОШКИН	ТК «Промнад», Командантский пр., 2
LA MAPE	Суворовский пр., 34
МОСКВА	Невский пр., 114, ТЦ «Стокманн»
FIT FASHION	Казанская ул., 3
АКТЕР	Вознесенский пр., 4
ЖАН-ЖАК РУССО	Невский пр., 166

СОЛЬФАСОЛЬ

АНТРЕКОТ	Большевицкое пр., 9
MARKET ПЛЕЙС	Народного ополчения пр., 10
MADRIDСКИЙ ДВОР	Малоохтинский пр., 64
ПРОБКА	8-я Советская ул., 14
НА ДОБРЮЛОВОВА	Добролюбова пр., 6
САДКО	Глиники ул., 2
THE KITCHEN	Московский пр., 73
БРАССЕРИЯ МЕТРОПОЛЬ (BRASSERIE)	Садовая ул., 22/2
DE METROPOLE	Петровская наб.,
VOLGA-VOLGA ПАРОХОД (теплоход Дунаевский)	спуск №1, напротив д. 8
ВОЛНА	Петровская наб., 4

Кофейни

ИДЕАЛЬНАЯ ЧАШКА	Кирочная ул., 19
	Каменноостровский пр., 2
	Садовая ул., 25
	Средний пр., В. О., 46
	Новочеркасский пр., 41/14
ГАРСОН	Невский пр., 95
	Невский пр., 103
	Суворовский пр., 47

	Командантский пр., 11
	Лактинская ул., 32
	Разъезжая ул., 41
	наб. кан. Грибоедова, 25
	Б. Морская, 39
	Космонавтов пр., 14, ТЦ «Радуга»
ШТОЛЛЕ	1-я линия В.О., 50
	Энгельса пр., 37
	Восстания ул., 32
	Невский пр., 11
	Коношневый пер., 1/6
	Декабристов ул., 19
	Декабристов ул., 33
	Полтавская ул., 3
	Ленинский пр., 151

Кафе

ЯКИТОРИЯ	Петровская наб., 4
ВИТАМИН	Гражданский пр., 18-а
магазин «Максидом»	
ЧЕРДАК	Куйбышева ул., 38/40
ВЕНЕЦИЯ	Софийская ул., 14
Пельмени-бар	Кронверкский пр., 53
ВОЛШЕБНЫЙ ВКУС	

ХРЕТ	Загородный пр., 13
ИП МАЛЫШЕВ	Синопская наб., 50А
ДРАГО	Приморский пр., 15
ЖАН-ЖАК РУССО	Марата ул., 10
	Гатчинская ул., 2/54

Пабы

ПАБ № 1	Чкаловский пр., 15
MOZZARELLA BAR	Московский пр., 153
	Большой пр., П. С., 13/4
	наб. кан. Грибоедова, 64
DR. INKI BAR	Алтайская ул., 12
	6-я линия В. О., 21
MOLLIE'S PUB	Рубинштейна ул., 36

Бистро

ФРИКАДЕЛЬКИ	Выборгская наб., 61
	наб. Черной речки, 41, кор. 7

Газета «Коммерсантъ» издается бесплатно не распространяется.
Информация по тел. (812) 271-3635
www.kommersant.ru/regions/78