

# КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

## Офисы берут на себя представительские функции

— новые форматы —

Пока такая практика не очень распространена в Петербурге. Даже в Москве, по данным проведенного JLL исследования, среди 20 крупнейших компаний, суммарно арендующих около 11% всех площадей в столице, лишь шесть использовали эту практику для некоторых специализированных отделов. Применение такой практики позволяет уменьшить затраты на аренду офисной недвижимости, но требует изменения подхода к организации рабочего пространства.

Илья Тюкин, директор ГК «Арт-Фасад», говорит, что первопроходцем в части офисных форматов остается столица: «В Москве в последние несколько лет явно выделились три подхода к созданию офисных объектов, демонстрирующие видение девелопера. Европейский подход — офисные здания с небольшой глубиной (14–16 м); таким образом, в каждом офисе используются оба свежих фронта, окна офиса выходят на оба фасада. Американский подход — создание помещений с большой глубиной (около 35 м), где посередине сконцентрировано техническое ядро, а офисы располагаются по бокам и выходят на одну сторону. И объекты приспособления, чаще лфты, с креативной составляющей и нетиповыми планировками и средой».

Влияет на офисные форматы и развитие интернета. В случае если значительная часть работы может быть сделана из дома, офис необходим для периодов внешних и внутренних совещаний.

Максим Клягин, аналитик УК «Финан Менеджмент», рассуждает: «Качественные изменения рынка труда, перестройка форматов занятости, в первую очередь развитие механизмов удаленного сотрудничества, а также другие модели повышения мобильности — все это серьезно влияет и на рынок коммерческой недвижимости, и прежде всего на офисный сегмент. Как о заметном тренде можно говорить, например, о появлении таких новых решений, как коворкинг. В целом процессы изменения рынка недвижимости на фоне развития постиндустриальных экономических трендов находятся в самом начале формирования, но их роль в среднесрочной перспективе определенно будет возрастать».

### Реакция на кризис

«Рост количества удаленных работников уже наблюдался на рынке как реакция на кризис 2008–2009 годов, можно предположить, что в следующий кризисный период эта тенденция будет еще более заметна», — рассуждает Владислав Фадеев, руководитель отдела исследований JLL в Санкт-Петербурге.

Илья Тюкин, впрочем, полагает, что пока тенденция развития удаленной работы

приобрела не слишком широкий характер: «По сути, формат удаленной работы подходит ограниченному количеству отраслей: IT, дизайнерам и ряду других творческих специальностей. Более того, для большинства российских компаний характерен несколько консервативный формат управления, в частности, жесткий контроль присутствия. Таким образом, интернет влияет на офисы скорее в том смысле, что становится неотъемлемой их частью».

Ольга Пономарева, вице-президент ГК Leorsa, говорит: «Год-два назад для таких специалистов в Петербурге получил развитие формат коворкингов».

Как отмечают эксперты, сегодня можно выделить два концептуально различных типа коворкинг-центров. Во-первых, это классический офис (в формате open space), где можно арендовать отдельное рабочее место, и арендаторами которого являются небольшие компании, отдельные сотрудники, при этом управляющая компания предоставляет услуги сервиса: функции единого секретаря, переговорные комнаты, инфраструктуру. При этом какого-либо единого профиля арендаторов не предполагается, так же как не предполагается их глубокого взаимодействия между собой. Такой формат размещения возможен для компаний, работающих с клиентами, но не нуждающихся (прежде всего по экономическим соображениям) в отдельном офисе. Часто в таком формате работают некоторые сотрудники в удаленных филиалах.

Другой моделью коворкинга является креативное пространство, в котором арендуют места в первую очередь представители творческих профессий — дизайнеры, архитекторы, некоторые IT-специалисты. В этом случае предполагается, что общее креативное пространство способствует эффективности работы. Если в первом случае офисное пространство оформлено как классический офис, то в коворкинге, ориентированном на творческие профессии, все более свободно — диваны, картины, общий дизайн помещения, зоны отдыха.

Как правило, коворкинги занимают небольшие помещения площадью от 30 до 700–1000 кв. м. В перспективе развития такого формата работы коворкинг-центров должно быть много, они должны достаточно равномерно покрывать территорию города. Однако размеры каждого коворкинга останутся сравнительно небольшими», — прогнозирует господин Фадеев.

Вероника Лежнева, руководитель отдела исследований Colliers International в Санкт-Петербурге, резюмирует: «В среднем стоимость аренды рабочего места в месяц составляет 8–9 тыс. рублей. Однако в некоторых коворкинг-центрах можно арендовать рабочее место и на один день».

Олег Привалов

## Торговые центры отбрасывают коньки

— инфраструктура —

В Петербурге около 15% действующих торговых комплексов имеют каток в качестве якорного арендатора. Одними из первых катки в качестве дополнительной развлекательной составляющей начали создавать торговые комплексы «Мега». Однако сегодня, говорят эксперты, мода на катки проходит.

Вероника Лежнева, директор департамента исследований компании Colliers International, говорит: «В торговых комплексах Санкт-Петербурга представлено около десяти катков. Наиболее крупные из них расположены в торговых комплексах «Меркурий», «Гранд Каньон», «Лето», «Балкания Нова» и «Континент на Бухарестской». При этом катки в ТРК «Балкания Нова» и «Меркурий» управляются под единым брендом Ice Park — эти площадки также активно используются для проведения соревнований по керлингу. Помимо торговых центров, катки со свободным доступом для посетителей обычно присутствуют на спортивных площадках, например, во дворце спорта СКА, Ледовом дворце, дворце спорта «Спартак», либо катки организуются под открытым небом в зимний период».

«Стоит отметить, что каток — это скорее имиджевая составляющая, позволяющая привлечь в комплекс дополнительные потоки посетителей, но с точки зрения экономики проекта она не приносит высокого дохода для собственников торговых комплексов. В целом это можно сказать обо всех развлекательных и спортивных составляющих торговых объектов», — уверена Екатерина Заволокина, руководитель проектов отдела стратегического консалтинга компании JLL в Санкт-Петербурге.

Валерий Трушин, руководитель отдела консалтинга East Real, подсчитал, что сегодня доля крытых катков в ТРК составляет около 10% от общего числа операторов развлечений.

Алексей Гулевский, руководитель отдела консалтинга Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate, говорит: «Во многих региональных и суперрегиональных ТРК сегодня присутствуют крытые катки как одна из развлекательных составляющих (например, в ТРК РИО, «Лето», «Бухарестский», «Мега Парнас», «Гранд Каньон», «Невский каскад»). Торговые комплексы заинтересованы в привлечении такого арендатора, как каток, так как он увеличивает суммарное время пребывания посетителя в торговом комплексе».

Валерий Трушин, впрочем, считает, что с потоками посетителей не все так однозначно: «Безусловно, привлечение развлекательных якорных арендаторов влияет на увеличение посещаемости и времени пребывания людей на территории ТЦ, но зачастую посещение таких развлечений носит целевой характер. Для собственников включение таких опера-



Каток — это скорее имиджевая составляющая, позволяющая привлечь в комплекс дополнительные потоки посетителей, но с точки зрения экономики проекта она не приносит высокого дохода для собственников торговых комплексов

торов важно с точки зрения увеличения посещаемости и заполнения свободной площади, поскольку арендный доход увеличивается незначительно».

Вероника Лежнева добавляет: «Каток в качестве якорного арендатора для торгового центра — скорее способ привлечь дополнительную аудиторию, нежели источник дохода. Профессиональных операторов, умеющих управлять таким инженерно непростым объектом, не так много — нередки ситуации, когда девелопер управляет катком самостоятельно либо организует собственную управляющую компанию, занимающуюся катками, и в дальнейшем тиражирует этот тип арендатора на свои торговые центры».

Валерий Трушин обращает внимание на то, что при создании ледового катка в комплексе следует учитывать его технические особенности: необходима установка системы холодильников, особой системы вентиляции и кондиционирования.

Роман Евстратов, партнер ГК Rusland SP, пояснил: «Катки с искусственным льдом не так дороги, как с натуральным. Сооружение натурального льда требует значительной инженерной подготовки и существенно дороже в эксплуатации. В торговых центрах чаще встречаются катки с искусственным льдом или синтетическим покрытием. Затраты на строительство и оборудование такого катка могут составлять \$400–500 тыс.»

Алексей Гулевский подсчитал, что крытые катки имеют длительный срок окупаемости, приближающийся к 7–9 годам.

Впрочем, Максим Клягин, аналитик УК «Финан Менеджмент», уверен, что расходы

все-таки оправданны: «Подобная специальная инфраструктура, несмотря на дополнительные издержки и в среднем заметно более высокий уровень инвестиций, в условиях роста насыщения локального рынка может выступать сильным конкурентным преимуществом для современных многофункциональных комплексов».

Между тем госпожа Заволокина считает, что сейчас посетителей торговых комплексов уже не удивит наличием катка, поэтому девелоперы уходят от данного формата. «Катки занимают достаточно большие объемы площадей, зачастую на наиболее ликвидных первых этажах, которые можно более эффективно использовать. Также катки сложны с точки зрения эксплуатации и обслуживания», — поясняет она. И действительно, некоторые операторы уже сворачивают деятельность катков, например, в ТЦ «Континент» на Байконурской каток этим летом закрылся.

Проектов с качественной спортивно-рекреационной составляющей (например, концертный зал, бассейн, аквапарк или крытый каток) все еще весьма мало. А потому не исключено, что на смену каткам в город придет какая-то новая инфраструктура, которая на некоторое время привлечет внимание посетителей торговых центров».

Роман Евстратов резюмирует: «Из интересных проектов, которые я видел в последнее время, мне понравилась концепция пляжных видов спорта, разработанная клубом BVC.Spb для торговых центров. Проект подразумевает создание площадок для пляжного волейбола, футбола и других развлечений на песке. С нашими долгими зимами подобные спортивные развлечения могут стать отличным «якорем» для торгового комплекса. Пока этот проект не реализован, но, уверен, площадка для него обязательно найдется».

Денис Кожин

## Предложение пополняется на фоне снижения спроса

— офисы —

В третьем квартале 2014 года в Петербурге ввели в эксплуатацию шесть бизнес-центров. До конца года ожидается ввод еще шести офисных центров. Участники рынка в следующем году ожидают увеличения уровня вакансий и снижения ставок аренды. Уже сегодня, говорят эксперты, в некоторых бизнес-центрах пустует половина площадей.

По данным Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate, в период с июля по октябрь в Санкт-Петербурге ввели в эксплуатацию шесть бизнес-центров (БЦ) арендопригодной площадью 69,7 тыс. кв. м. До конца года

ожидается ввод еще шести офисных объектов.

В течение третьего квартала в Петербурге ввели в эксплуатацию два бизнес-центра класса А — БЦ «Пасаж» и БЦ «Тринити Плейс», один объект класса В+ — БЦ «Стачек 59» — и три объекта класса В — БЦ «Мегапарк», БЦ в Финском переулке, 4, и БЦ Setl Center. На четвертый квартал запланирован ввод в эксплуатацию еще шести бизнес-центров арендопригодной площадью 54,45 тыс. кв. м.

Открытие БЦ «Формида» арендопригодной площадью 7,6 тыс. кв. м и БЦ «Серебряные зеркала» арендопригодной площадью 2,8 тыс. кв. м, ранее запланированное на третий и четвертый кварталы 2014 года со-

ответственно, было перенесено на 2015 год.

По оценкам Astera, объем ввода офисных площадей во втором полугодии 2014 года составит 124,155 тыс. кв. м. В случае реализации заявленных планов предложение на рынке офисной недвижимости Петербурга за 2014 год вырастет на 8,8% и достигнет 2,2 млн кв. м.

Безусловными лидерами по вводу офисных площадей в третьем и четвертом кварталах станут Петроградский и Московский районы города, в которых будут введено 39,85 и 33,8 тыс. кв. м арендопригодных площадей соответственно. «Это почти две трети нового предложения, ввод которого запланирован на вторую половину 2014 года», — от-

мечает Алексей Гулевский, руководитель отдела консалтинга Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate.

Третий квартал традиционно является периодом низкого спроса на рынке офисных площадей, что обусловлено периодом летних отпусков, однако в 2014 году ситуация на рынке осложнилась внешнеполитической конъюнктурой и введенные экономические санкции.

Эксперты Astera отмечают, что большинство бизнес-центров, введенных в эксплуатацию в 2014 году, не выполняли составленные ранее планы заполнения. Во многих новых объектах уровень вакансий к моменту ввода достигает 50%. Это связано с уходом из Петербурга в 2014 году ряда иностранных компаний, с неопределенностью на рынке и с завышенными арендными ставками.

«Уровень вакансий в бизнес-центрах класса А в третьем квартале остался на уровне предыдущего квартала и составил 16,4%. При этом в классах В+, В и С зафиксировано некоторое увеличение объема свободных площадей на 7; 9,2 и 4,4% соответственно», — говорят в NAI Besag.

По словам управляющего директора PM NAI Besag Натальи Скаландис, в последние месяцы тенденция к неравномерному заполнению помещений в зависимости от объекта сохранилась. «Что касается коммерческих условий на аренду офисной недвижимости, то третий квартал охарактеризовался снижением арендных ставок на помещения всех классов. В классах А и В стоимость аренды уменьшилась пока незначительно, на 2–3%, в то время как в классе В+ в условиях обостренной конкуренции понижение средней арендной ставки составило 8,5% относительно второго квартала 2014 года», — отмечает эксперт.

Владислав Фадеев, руководитель отдела исследований компании JLL в Санкт-Петербурге, заявил: «Постепенное снижение девелоперской активности, которое ожидается в

2015 году, связано с ограниченным спросом, наблюдающимся в настоящий момент. С учетом высокого уровня вакантных площадей прогнозируемые сроки заполнения новых объектов оказываются достаточно длительными. В связи с этим девелоперы будут вынуждены либо снижать арендные ставки для обеспечения заполняемости помещений, либо смириться с длительными сроками экспонирования. Если в 2015 году мы ожидаем окончания строительства объектов, которые были начаты еще в прошлом году и находятся в высокой степени готовности, то реализация ряда проектов, запланированных на 2016 год, уже отложена. Ввиду данного тренда в дальнейшем мы ожидаем еще более существенного снижения ввода».

«Можно констатировать, что спрос на офисы изменился, оптимизировался. Компании либо арендуют меньшую площадь, чем планировали изначально, либо переезжают в офисы с более низкой арендной ставкой, либо остаются в текущем бизнес-центре, но часть площадей сдают в субаренду или отказываются от них, если такая возможность предусмотрена договором аренды», — полагает Алексей Гулевский.

По данным Astera, наиболее востребованными в третьем квартале стали офисы площадью от 100 до 200 кв. м (37% заявок) и помещения площадью от 200 до 500 кв. м (31% заявок), в то время как во втором квартале наибольшим спросом пользовались помещения площадью от 200 до 500 кв. м (78% заявок).

По данным NAI Besag, наиболее крупной сделкой в классе А стала аренда почти 1,2 тыс. кв. м офисных площадей компанией CSBI в бизнес-центре Technopolis Pulkovo. Такую же площадь занял Северо-Западный филиал ФГУП «УВО Минтранс России» в реконструированном

отделе исследований компании JLL в Санкт-Петербурге, заявил: «Постепенное снижение девелоперской активности, которое ожидается в

компания «Вымпелком» арендовала свыше 1,6 тыс. кв. м для своей технической дирекции. В сегменте страхования группа «Уралсиб» взяла в аренду 1,35 тыс. кв. м в бизнес-центре «Красная заря» для размещения отдела продаж, центра урегулирования и бэк-офиса.

Другие параметры спроса в настоящий момент не претерпели изменений. Наиболее востребованными у арендаторов остаются Центральный, Адмиралтейский и Петроградский районы города. «Мы отмечаем, что, несмотря на нехватку парковочных мест, а также высокие арендные ставки, потенциальными арендаторами интересуют в первую очередь центр города. Следующий по популярности у арендаторов район Петербурга — Московский», — комментирует Алексей Гулевский.

Ключевыми параметрами офисного объекта для клиентов остаются локация и арендная ставка. «Класс бизнес-центра имеет гораздо меньшее значение, чем пешая доступность от метро. Также большинство клиентов отдают предпочтение офисам с полной отделкой, что позволяет им переехать в короткий срок без дополнительных затрат», — добавляет господин Гулевский.

По данным анализа заявок, поступивших в Astera в течение отчетного периода, основной спрос на офисные площади в третьем квартале создавали предприятия сферы услуг, поставщики оборудования, строительные и транспортные компании. Среди предприятий сферы услуг наибольший удельный вес в общем объеме заявок имеют IT-компании.

Эксперты Astera отмечают, что арендные ставки на офисные помещения в третьем квартале оставались стабильными. Собственники продолжали декларируют их на уровне второго квартала.

Таким образом, средняя арендная ставка в классе А осталась на уровне 1300 рублей за кв. м в месяц (без НДС), в классе В — на уровне 900 рублей.



Создан решать любые задачи

smart  
telecom

+7 (812) 329-44-44  
e-mail: info@smart.spb.ru  
www.smart.spb.ru