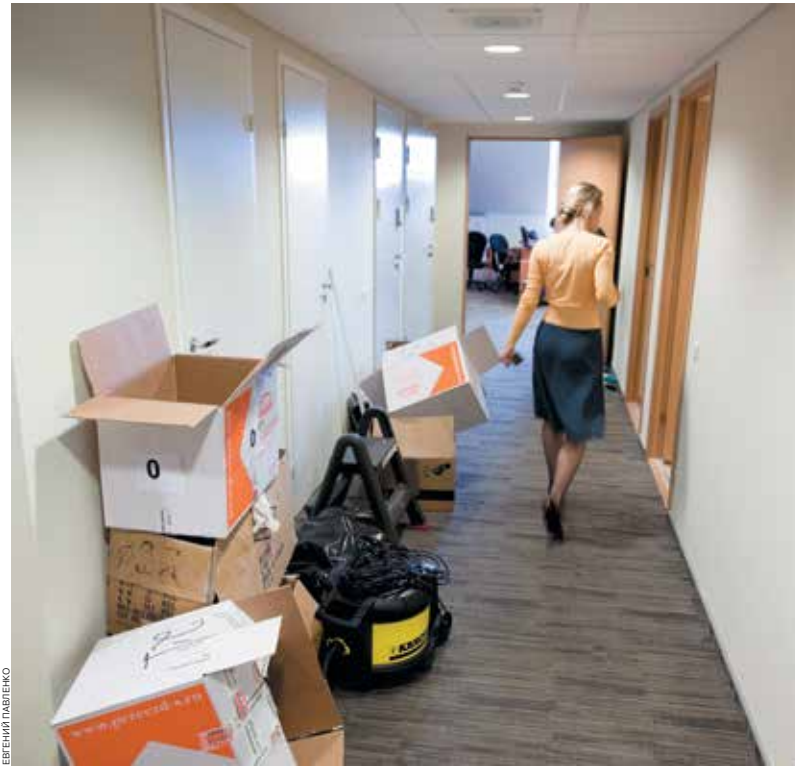


КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ

Без панических настроений

— переезд —

c18 Андрей Кротков, генеральный директор УК Zeprelin, отмечает, что и компании не так мобильны, как шесть лет назад, наученные горьким опытом непредвиденных расходов, связанных с переездом: «Для того чтобы принять решение о смене офиса, следует воспользоваться правилом „тридцати процентов“. Это значит, что расходы на переезд составят величину, равную минимум 30% от существующей арендной платы. Мгновенно въехать в новые помещения не получится — там обязательно потребуются какой-либо косметический ремонт и создание или конфигурирование „под себя“ офисного пространства, локальной кабельной сети, а также системы контроля и управления доступом (СКУД). Да и поддержание непрерывности бизнес-процессов потребует постепенного (поочередного) перевода подразделений компании. Поэтому на какое-то время арендная плата „раздвоится“, то есть будет осуществляться и по старому, и по новому адресам. Прежнюю мебель тоже не всегда получается разместить в новых помещениях, или она просто не переживет переезда, так что придется добавлять расходы на обстановку и оргтехнику. Определенную долю необходимо заложить на транспортные услуги и тяжелые работы. Неизбежны и потери персонала — обязательно найдутся сотрудники, которым новый офис неудобен по географическому положению или из-за плохой транспортной доступности. Изменения в наружной, полиграфической и интернет-рекламе, вывесках и указателях, уведомление клиентов и поставщиков тоже влетят в копеечку. Если же новый офис — shell & core, то есть без отделки, то правило „тридцати процентов“ не действует, так как в этом случае расходы на переезд увеличиваются еще больше».



Как говорят эксперты, переезд имеет смысл в случае, если экономия на ставке составляет 20–25%

Цена вопроса

Госпожа Данченко говорит: «Если же оценивать в принципе процент конверсии запроса в сделку, то это не более 10–15%, арендаторы часто просто смотрят и смотрят много, а вот решение так и не принимают».

Как говорят эксперты, переезд имеет смысл в случае, если экономия на ставке составляет 20–25%. «Но арендная плата является не единственным мотиватором к переезду — также необходимо учитывать и такие условия, как арендные каникулы, возможность уменьшения или увеличения площадей, выполнение отделки арендодателем и ее финансирование. С другой стороны, нужно понимать, что в таких рыночных условиях основной задачей владельца является удержание текущих арендаторов практически „любой ценой“, и владельцам в поисках арендаторов переманивать

очень нелегко», — рассуждает госпожа Данченко.

Андрей Хитров согласен с коллегой: «Арендаторы оценивают стоимость переезда в целом, а не только экономии на арендной ставке. Например, в другом бизнес-центре стоимость аренды ниже, но требуется внутренняя отделка офиса, средств на которую у арендатора уже нет. Переезд является крайней мерой. Как правило, компании, которые ощущают финансовые трудности, стараются договориться с текущим собственником офисных помещений о скидке или отсрочке платежа, надеясь, что трудности временные. Если переезд неизбежен, то арендаторы выбирают объекты, в которых стоимость аренды ниже на 30–50%».

«При нынешней экономической ситуации понижение арендной ставки — это всегда вопрос переговоров. Иногда для собственника лучше снизить ежемесячную плату на 10–15%, чем в течение трех-четырех месяцев искать нового арендатора. Также собственник бизнес-центра может предложить ремонт и улучшение в уже занятом арендатором помещении и даже закрывать глаза на незначительные задержки по оплате», — резюмирует Михаил Рожко, директор департамента брокериджа NAI Besag.

Тенденция к оптимизации

Чтобы сохранить арендаторов, собственники предлагают им меньше по площади помещения, вводят арендные каникулы. Оптимизация площадей — явная тенденция на сегодняшнем офисном рынке. Многие арендаторы рассматривают сокращение занимаемых площадей, стремясь к максимально эффективному использованию помещения. Арендаторы отказываются от лишних квадратных метров, переселяются в орен прасе, даже вводят удаленные рабочие места. То есть в текущих условиях проявляют максимальную гибкость.

Госпожа Данченко отмечает: «Компании очень пристально смотрят на каждый квадратный метр, за который они платят. Если раньше часто арендовали „запасом“, то теперь каждый метр должен быть обоснован и оправдан. Арендаторы начинают оптимизировать площади путем внедрения hot desks (один стол используется несколькими сотрудниками), большого количества маленьких переговорных на 2–4 человека, что приводит к уменьшению арендуемой площади, а значит, и к снижению общей стоимости аренды. В настоящее время мы работаем над десятками проектов workplace strategy („оптимизация использования офисного пространства“), как в рамках занимаемых арендаторами помещений, так и в новых». Госпожа Данченко считает, что сегодня компании в среднем сокращают арендуемые площади на 15–20%.

Исполнительный директор по коммерческой недвижимости ООО «УК КВС» Дмитрий Бельев рассуждает: «Сейчас глобальной миграции, как в 2008–2009 годах, точно нет. Однако мы заметили изменения в запросах: в последние несколько месяцев увеличилась потребность в небольших офисах и, наоборот, уменьшилась потребность в крупных офисных площадях. Похоже, что это реакция рынка на политико-экономическую ситуацию. Некоторые собственники бизнес-центров скорректировали ежегодную индексацию ставок аренды в сторону уменьшения или вовсе отказались от таковой для якорных арендаторов. Однозначно очевидно, что для иностранных компаний с августа 2014 года затраты на содержание российских офисов из-за ослабления курса российской валюты снизились на 30%, поскольку ставки были зафиксированы в рублях».

Андрей Кротков считает, что и арендодателям стоит задуматься об оптимизации, но не площадей, а расходов: «Но подходить к оптимизации эксплуатационного бюджета следует разумно, по следующему принципу: административные расходы, стоимость услуг персонала, расходы на клининг и охрану и только в последнюю очередь — снижать расходы на техническую эксплуатацию».

Господин Кротков говорит: «Некоторые владельцы бизнес-центров ошибочно полагают, что можно сэкономить, лишь сократив фонд оплаты труда, но, как правило, они неизбежно сталкиваются с оттоком персонала. Целесообразнее же расходы на персонал сокращать путем перевода части сотрудников, обслуживающих офисный центр, на совмещения или неполный рабочий день, а некоторые виды регламентного обслуживания оборудования — на сетевые выезды по графику и аварийным заявкам. Хороший эффект также приносит внедрение систем автоматической диагностики и диспетчеризации инженерных систем». Он обращает внимание на тонкости: «Сэкономить расходы по уборке можно, заменив маленькие контейнеры на большие и применив пресс-компакторы. Один же из самых действенных способов снижения расходов на эксплуатацию бизнес-центра — это ресурсосбережение и повышение энергоэффективности здания. Первым этапом в решении этой задачи является проведение энергоаудита (энергетического обследования). При помощи базового измерения энергопотребления каждого вида инженерного оборудования определяются наиболее рациональные подходы к эффективному использованию ресурсов. Данные исследований свидетельствуют, что значительная часть эксплуатационных расходов офисных центров приходится на содержание систем вентиляции, теплоснабжения и кондиционирования воздуха».

Олег Привалов

Независимая десятая

— управление —

За последние пять лет доля торговых центров, управляемых независимыми компаниями, выросла, но незначительно. Сегодня, как говорят эксперты, она вряд ли превышает 10%. На развитых рынках Европы и Америки, напротив, лишь 10% торговых комплексов управляются фирмами, аффилированными с девелоперами этих центров. А значит, у российского рынка управления коммерческой недвижимостью огромный потенциал.

Сергей Богданчиков, управляющий директор Origin Capital, говорит, что управление эксплуатацией объекта в 40% случаев отдают во внешнее управление, в то время как управление арендными доходами на аутсорсинг отдают только в 7–10% случаев. На рынке работает, как говорят эксперты, всего 5–10 независимых компаний.

Анна Хлызова, директор по развитию отдела торговых помещений СВRE, согласна: «В основном крупные девелоперы, имеющие у себя в активах по несколько торговых центров, прибегают к помощи аутсорсинговых компаний только в рамках одной или двух функций, это могут быть услуги, связанные с технической эксплуатацией, клинингом, аудитом. В основном девелоперы предпочитают управление (in house) внутри своей структуры, возможно, это связано с недоверием к сторонним специалистам, возможно, с тем, что управляющие компании не могут предложить полноценный продукт, а возможно, с тем, что они просто думают, что лучше справятся самостоятельно».

Марианна Романовская, директор департамента консалтинга GVA Sawyut, говорит: «С терминологической точки зрения обращая внимание, что понятие „управление“ в разных случаях трактуется по-разному, включая либо только facility management (инженерно-техническое обслуживание), либо полный property management (управление активом). С точки зрения доходности чистой facility management носит к достаточно низкомаржинальным типам бизнеса. Property management более рентабелен. Этот факт является одним из обоснований того, что property management крупных объектов преимущественно остается у собственника напрямую либо через инструмент аффилированной компании. Указанные структуры по мере необходимости привлекают субподрядчиков на разные виды работ facility management — от смены ковровиков в осенне-зимний сезон до полного комплекса услуг по инженерно-техническому обслуживанию».

Управляющий партнер холдинга «Ай Би Групп» Юрий Борисов рассуждает: «Учитывая масштабы проектов, управляемых независимыми компаниями (ПЦ „Галерея“, „Лето“), доля внешнего управления за последние несколько лет заметно выросла, но, тем не менее, вряд ли она превышает 10% от общего размера качественных торговых площадей, поскольку основные игроки рынка — „Адамант“ и Fort Group — управляют своими торговыми центрами самостоятельно».

Вероника Лежнева, директор департамента исследований компании Colliers International в Санкт-Петербурге, помимо указанных господином Борисовым комплексов, находящихся под управлением независимых компаний, также называет ТРК «РиО» и «Монпансье».

Юрий Борисов отмечает, что в Европе и Америке это соотношение ближе к прямо противоположному, поскольку гораздо шире развит рынок институциональных инвесторов (пенсионные фонды, страховые компании), а также существенно выше специализация деятельности компаний.

Госпожа Хлызова считает, что в Европе все гораздо проще: там уже сформирован рынок, отработаны механизмы управления на разных стадиях, есть крупные компании, имеющие огромный опыт и рекомендации, имеющие хорошее портфолио. И более 70% собственников с огромным доверием передают им свои объекты в управление, высвобождая время для ведения основного бизнеса и перекладывая риски на управляющую компанию.

Наталья Скаландис, управляющий директор PM NAI Besag в Санкт-Петербурге, говорит: «В целом рынок управления торговыми площадями в РФ слабо развит. Рынок офисной недвижимости с этой точки зрения продвинулся намного дальше. Дело в том, что последствия передачи управления торгового центра в руки непрофессиональной управляющей компании могут означать для собственника многомиллионные потери». Она также считает, что на развитых рынках Европы и Америки доля управляющих компаний составляет около 90%.

Роман Евстратов, партнер Rusland SP, прогнозирует: «По нашим оценкам, объем торговых площадей, которые могут быть переданы в управление в ближайшие два-три года, может составлять 350–400 тыс. кв. м».

Гонорар внешней управляющей компании, как правило, определяется в процентах от всех доходов, генерируемых управляемым торговым центром, и зависит от размера экономического успеха проекта и обстоятельств по контракту. «Отдельно оплачивается комиссионное вознаграждение за привлечение новых арендаторов», — отмечает господин Борисов.

«Средняя стоимость услуг по клинингу, охране, эксплуатации и управлению составляет 160 рублей за кв. м в месяц. Стоимость услуг только по управлению составляет 1–3% от поступивших на расчетный счет платежей», — отмечает госпожа Скаландис.

Игорь Кокорев, руководитель отдела стратегического консалтинга Knight Frank St. Petersburg, также говорит, что гонорар управляющей компании может составлять 1–3% от чистого арендного дохода комплекса.

Госпожа Романовская подсчитывает: «Основным источником средств на оплату инженерно-технического обслуживания (как силами собственника, так и в случае привлечения внешней управляющей компании) являются платежи от арендаторов, которые в международной терминологии и называются соответственно common area maintenance (CAM, затраты на обслуживание зон общего пользования). У нас более устоялся термин „операционные затраты“. При этом не везде и не всегда рыночная ставка CAM полностью покрывает затраты на обслуживание объекта, а платить больше арендатор отнюдь не „горит желанием“. Операционные затраты в торговых центрах зависят от типа и качества объекта (торговый центр, ритейл-парк), с одной стороны, и от категории арендатора („якорь“, „мини-якорь“, галерея) — с другой стороны. Таким образом, диапазон составляет от \$50 за кв. м в год для „якорей“ и до \$150–220 для галерей в торговом центре (речь идет о стилистических расценках — „Б“). В международной практике принята система open book, при которой собственник полностью показывает арендаторам фактические затраты по зданию. В России такая практика присутствует пока весьма эпизодично. Учитывая текущую напряженную ситуацию с привлечением арендаторов и их „трепетное“ отношение к каждому рублю дополнительных затрат, оптимизация расходов на обслуживание зданий становится еще более актуальной».

Роман Русаков

Мебельные центры надеются на последствия строительства весеннего бума

— торговля —

c17 Тем не менее участники рынка надеются на последствия строительного бума, который царил на рынке последние полтора года, ведь после того как квартиры будут сданы, их надо будет обставить мебелью, а значит, рынок должен оживиться. «Мы ожидаем, что 2015 год пройдет под знаком сохранения текущих позиций. Многие будут зависеть от макроэкономических показателей экономики, однако мы не видим

причин для существенного роста или заметного спада — на общем фоне индустрия доверия к финансовым институтам люди более охотно инвестируют деньги в жилищное строительство, сохраняются все возможности для ипотечного кредитования. Также нигде не денется потребность в периодическом обновлении интерьера. Поэтому мы рассчитываем на достаточно стабильный уровень спроса в среднесрочной перспективе», — говорит Алексей Попов.

Николай Волков

НЕВСКАЯ РАТУША

БИЗНЕС-ЦЕНТРЫ КЛАССА

А

ДЕЛОВОЙ КВАРТАЛ В ЦЕНТРЕ ПЕТЕРБУРГА

Арендаторы: Администрация города и бизнес-структуры
Безграничные возможности планировок: от открытых пространств до блоков по 150 кв.м.
Современные высоконадежные инженерные коммуникации
Двухуровневый подземный паркинг

Невская ратуша – лучший многофункциональный комплекс*
ВТБ Девелопмент – лучший девелопер*

по версии CRE Awards

(812) 777 72 00
(812) 448 84 84
(812) 363 22 22
www.RATUSHA.RU

РЕКЛАМА