

коммерческая недвижимость

Недвижимость с высокими амбициями Инфраструктура аэропорта опережает планы

развитие территорий

Проект реконструкции аэропорта Пулково станет стимулом к формированию вокруг него зоны деловой активности. Комитет по транспортно-транзитной политике Петербурга считает, что количество парковочных мест в будущем хабе должно возрасти в пять раз. Участники рынка уверены, что найти инвесторов, готовых оборудовать дополнительные 4,5 тыс. машино-мест будет несложно: вложения в автостоянки — особенно в таком месте — могут окупиться быстрее, чем в среднем по городу. Кроме того, часть проблем с паркингами будет решена именно за счет появления сопутствующей деловой инфраструктуры.

В настоящее время в аэропорту Пулково парковочный комплекс двух терминалов рассчитан на 1 700 машино-мест, из которых порядка 250 мест — парковочные места на неохороняемых бесплатных парковках. Пассажиропоток аэропорта в 2008 году составил 7,1 млн пассажиров.

Как сообщает комитет по транспортно-транзитной политике, в рамках проекта развития аэропорта Пулково к концу 2013 года будет построен новый централизованный пассажирский терминал из расчета пассажирооборота 17 млн пассажиров в год, а парковочный комплекс аэропорта будет существенно модернизирован и расширен до 7 200 машино-мест. Кроме того, в непосредственной близости от нового терминала будет построена бесплатная стоянка для краткосрочной остановки автомобильного транспорта.

Парковочные комплексы аэропортов крупнейших европейских городов, как правило, рассчитаны в среднем на 10 000 машино-мест. Парковочный комплекс аэропорта Vantaa (Хельсинки) рассчитан на одновременное пребывание 12 000 автомобилей при возможной пропускной способности терминалов аэропорта 20 млн пассажиров в год.

Оставить машину на открытой охраняемой стоянке терминала Пулково-1 на неделю составит порядка 2100 рублей, на стоянках столичных аэропортов (близко расположенных к терминалу) — от 3500 рублей, а на парковке в Хельсинки, в аэропорту Vantaa — 32 евро (1400 рублей). Самыми дорогими среди зарубежных аэропортов оказались аэропорты Парижа (Charles De Gaulle) и Лондона (Heathrow). Недельная стоянка здесь обойдется автовладельцу в 130 и 119 евро соответственно.

В простую парковку (площадка, ограждение, шлагбаум, пропускная система — автоматические шлагбаумы, фотоэлементы, системы видеонаблюдения и т. д.) инвестиции составляли до \$200–250 за кв. м. Инвестиции в многоярусный наземный паркинг составляют \$700–1000 за кв. м, в подземный — \$1100–1400 за кв. м.

Участники рынка полагают, что наращивание парковочных мест будет происходить как в рамках строительства аэровокзального комплекса, так и за счет общей инфраструктуры, примыкающей к будущему хабу.

Одной из основных тенденций приаэропортовых зон является бурное развитие в

них объектов коммерческой недвижимости: бизнес-центров, торгово-развлекательных центров, логистических и складских комплексов, гостиниц, бизнес-парков, выставочных комплексов. Как правило, толчком для развития таких территорий становится строительство нового терминала, реконструкция существующего аэропорта, увеличение площади аэропорта, увеличение доли пассажирских перевозок и грузоперевозок. В соответствии с такими изменениями меняется и существующая инфраструктура.

Однако Ольга Лабеиш, руководитель проектов департамента консалтинга GVA Sawyer в Санкт-Петербурге, предупреждает, что ждать мгновенного эффекта от появления нового терминала не стоит: можно говорить только об историческом, постепенном развитии подобных территорий. «В Америке и Европе развитие приаэропортовых зон занимало от 10 до 30 лет, в Азии — 5–10 лет», — сказала она.

Екатерина Марковец, директор департамента консалтинга и оценки АРИН, считает, что в крупных мегаполисах приаэропортовая зона является достаточно престижной и востребованной общественно-деловой зоной. В приаэропортовых зонах примерно поровну представлены складские и офисные объекты (27 и 26% соответственно), торговые объекты (19%), гостиницы (15%). Также в приаэропортовых зонах представлены выставочные и конференц-центры и развлекательные объекты. Благодаря только этим объектам количество парковочных мест можно увеличить в разы.

В Петербурге размещение бизнес-центров в зоне аэропорта имеет дополнительные плюсы — близость КАД, сравнительно небольшая удаленность от других деловых зон города и от станции метро. В то же время возможная ставка аренды для компаний, которым важна близость к аэропорту выше, чем для компаний, которые просто готовы разместить свой офис у КАД.

Андрей Соколов, руководитель аналитического департамента гильдии управляющих и девелоперов, впрочем, пока оптимизма коллег не разделяет. Он указывает на то, что сейчас бизнес-центры вокруг аэропорта в Петербурге стоят заполненными на 15–30% и ставки там ниже, чем в пределах города.

Сергей Федоров, исполнительный директор Praktis CB, считает, что проблема незаполняемости бизнес-центров связана сегодня с тем, что деловая зона вокруг Пулково начала формироваться раньше, чем для этого появились предпосылки. «Например, даже еще до наступления кризиса в стране сроки заполнения одного из бизнес-центров, который был в числе „пионеров“ в новой деловой зоне, не отвечали ожиданиям собственника. В отличие, например, от Москвы, в Петербурге в таких зонах, как Пулково и т. п. не могут быть расположены объекты класса А с высокими арендными ставками, тем более сегодня, когда арендаторы стали более экономными. Идеально — в этой зоне должны быть расположены техно- и бизнес-парки», — говорит он.

«Следует понимать, что офис в приаэропортовой зоне — это все-таки рабочий офис с небольшой представительской частью. Поэтому оптимальный класс БЦ для приаэропортовой зоны — В+». Если говорить о Санкт-Петербурге, то заявленные ставки в БЦ в приаэропортовой зоне составляют около 1 000 рублей за кв. м в месяц. Это выше, чем по другим периферийным районам города. Потому и заполняются они гораздо медленнее, чем другие объекты. Но, видимо, девелоперы это не сильно пугает, и они надеются на дальнейшее развитие и популяризацию зоны Пулково. Действительно, планируется увеличение пассажирополюсов к 2015 году более чем в два раза. Строительство нового пассажирского терминала и линии наземного экспресса, в-первых, увеличит активность в данной зоне и, во-вторых, улучшит ее транспортную доступность», — говорит Екатерина Марковец.

Игорь Кокорев, менеджер проектов отдела стратегического консалтинга Knight Frank St.Petersburg, говорит, что бизнес-центры в зоне аэропорта удобны, в первую очередь, как компаниям, связанным с авиабизнесом (перевозчики, страховые и пр.), и компаниям, которые по роду деятельности достаточно тесно связаны с другими городами и странами. В последнем случае такое расположение обеспечивает высокое удобство приема гостей с ежедневным визитом.

В будущем при создании приаэропортовой зоны делового имиджа ситуация может измениться. «Уровень вакантных площадей в аэропортовых бизнес-центрах в международной практике незначительно отличается от бизнес-центров, расположенных непосредственно в самом городе», — говорит госпожа Лабеиш.

Впрочем, в других странах арендные ставки в приаэропортовых объектах коммерческой недвижимости также ниже средних. В американских аэропортах (Денвер, Даллас, Атланта) ставки отличаются от городских на 15–20% (в меньшую сторону). В Европе этот показатель может достигать и 50%. Ставки офисных площадей аэропортов Анки (Куала-Лумпур, Сингапур, Гонконг, Сеул) отличаются на 30–40%.

В соответствии с международной практикой, общая площадь офисных помещений в крупных аэропортах может достигать до 500 000 кв. м в аэропортах, где основная специализация — грузоперевозки, а основная окружающая застройка — логистическая (Гонконг — порядка 600 000 кв.м), торговая (Атланта — более 1,2 млн кв. м), гостиничная (Даллас — 720 000 кв. м) и до 1 млн кв. м (проект аэропорта Сингапура).

Ольга Земцова, руководитель отдела проектного брокериджа ASTERA St.Petersburg, впрочем, уверена, что рентабельность паркингов в аэропорту будет высокой всегда, так как данная услуга имеет постоянный спрос (за счет пассажирского автомобильного, летающих из города на несколько дней) и более высокие тарифы, чем парковки в черте города.

ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ,
РОМАН РУСАКОВ

Операторы недосчитались офисных центров

Телекоммуникационные компании идут на все, чтобы сохранить свою долю рынка

услуги

Стагнация петербургского рынка коммерческой недвижимости спровоцировала резкий отток клиентов операторов связи в корпоративном сегменте. По признанию большинства телекоммуникационных компаний, сегодня обслуживание многих бизнес-центров (БЦ) стало убыточным в связи с тем, что они заполнены только 40–50%, а некоторые «элитные» объекты даже на 25%. Ужесточение конкурентной среды привело к необходимости устанавливать демпинговые цены на телекоммуникационные услуги и работать «в минус», чтобы удержать долю рынка. Эксперты считают, что мелким игрокам, изначально ориентированным на корпоративный сектор, придется покинуть рынок, остальные будут ожидать восстановления спроса.

По прогнозам отраслевых экспертов, в этом году объем телекоммуникационного рынка Петербурга сократится на 20–25%. Причем уровень спада в разных сегментах разнороден. 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 50–70%. Снижение спроса не коснулось только низшего ценового сегмента — класса С. Здесь наблюдается даже некоторый рост, на 10–15%. Такая ситуация укладывается в общую картину смещения спроса в сторону низших ценовых категорий потребительских рынков, наблюдающуюся во многих отраслях по мере углубления 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 оплату услуг операторов связи. Сокращению подверглись как объем потребляемых услуг, так и структура потребления (в сторону бюджетных тарифов и типов). Многие компании закрыли сотрудников выход на «межгород», перешли на безлимитные тарифные планы с понижением цены, отказались от серийности. Кроме того, к числу минусов стоит отнести и необходимость телекоммуникационной компании следовать за клиентом на новые площади. Директор петербургского филиала компании «ВестКолл» Виктория Тихонова отметила: «В докризисные времена к нам поступало в месяц где-то от 5 до 10 заявок о переносе услуг. В начале года был пиковый всплеск до 100 заявок в месяц. Сейчас их количество снизилось до 20–30 в месяц».

Динамика корпоративного рынка услуг связи в сегменте бизнес-центров довольно четко коррелирует с динамикой рынка аренды в целом. Клиенты в массовом порядке переезжают

из элитных офисов в более дешевые, при этом сокращая и затраты на услуги связи. Если в 2008 году, в начале кризиса, бизнес-центры класса А покинуло примерно 10–15% арендаторов, то за январь — сентябрь 2009-го уже 30–40%. В целом средняя заполняемость офисных площадей в этом сегменте сегодня не превышает 50%. Причем для того чтобы удержать хотя бы такой уровень, им пришлось пойти на сокращение своих расценок на 40–50%. В результате уровень рентабельности работы операторов в бизнес-центрах снизился до нуля, а в некоторых случаях до отрицательных значений. Официально, конечно, компании не признают, что бизнес у них идет «в минус», но в неформальной беседе большинство их представителей подтвердили существование проблемы.

Операторы пытаются повысить свою конкурентоспособность не только коррекцией ценовой политики, но и с помощью модернизации сервиса и введения технологических новшеств. Например, некоторые стали предлагать своим клиентам такие изощренные услуги, как возможность совершать звонки, используя свой офисный телефонный номер с помощью компьютера из любого места, где есть Интернет, заказывать соединения и конференции. «Видеонаблюдение» с высоким разрешением через Интернет с использованием компьютера или мобильного телефона 3G, а также услуги ЦОД — обеспечение доступности и безопасности IT-инфраструктуры клиента, резервирование информации. Начальник отдела по связям с общественностью ЗАО «Петрестар» Геннадий Мухаддинов отметил: «Операторы ведут борьбу за каждого клиента, всеми возможными способами — от предоставления дополнительных услуг до увеличения скорости реагирования на запросы клиента. Дополнительно в Интернет наряду с невысокой абонентской платой, а также возможностью пользоваться услугами, независимо от физического местонахождения абонента. Также, в связи с обострением конкурентной борьбы, многие операторы предлагают минимальные цены на свои услуги. В случае подключения наших услуг при переходе с другого провайдера, «Петрестар», например, даже не взимает установочные платежи». Генеральный директор ЗАО «Квантум» (торговая марка «Простор Телеком») Игорь Бобов добавляет: «Становятся все более востребованы так называемые „интеллектуальные услуги“, например, услуга

„Виртуальный номер“ на базе технологии VoIP. Она позволяет значительно снизить затраты на связь при том же объеме междугородных и международных звонков, а также воспользоваться большим количеством дополнительных сервисов. Многофилиальные компании при подключении нескольких городов могут рассчитывать на дополнительные бонусы, так как мы работаем в 35 городах России». А в компании «Северен Телеком» дипломатично признались: «Безусловно, кризис наложил определенные коррективы на взаимоотношения с клиентами БЦ, мы стали более индивидуально и гибко относиться к каждому из них».

Без эксклюзива

Представители бизнес-центров подтверждают ужесточение конкурентной борьбы в своем сегменте рынка связи. «Чтобы сохранить процент заполняемости, мы не только идем на уступки в арендной плате, мы предлагаем арендаторам дополнительные услуги, в том числе и совместно с телекоммуникационными компаниями. На некоторых объектах мы сделали free wi-fi, разумеется, он ограничен некоторыми параметрами, но доступ к Интернету и электронной почте у арендаторов теперь есть всегда на всей территории БЦ. На всех объектах услуги связи предоставляют как минимум два оператора. Как и нам, им приходится „биться“ за каждого арендатора, но некоторые из арендаторов, тем не менее, сократили количество телефонных номеров и перешли на более экономичные тарифные планы», — рассказала „Б“ руководитель отдела маркетинга и рекламы ГК «Бест» Елена Плахтий. Игорь Бобов отметил, что в этом могут быть и положительные стороны для операторов: «Избыток площадей создает дополнительную конкуренцию как между операторами, так и между самими БЦ, вынуждая администрацию быть более клиентоориентированными. Но зачастую с переходом абонентов в другой БЦ операторы получают возможность входа в бизнес-центры, которые ранее предоставляли услуги только одного оператора на эксклюзивных правах». Среди телекоммуникационных компаний в Петербурге есть и оптимисты. Например, как выразился генеральный директор «ТТК — Северо-Запад» Владимир Луков, «на телекоммуникационном рынке региона, несмотря на сокращение на 18–20% числа юридических лиц, скорее происходит замедление темпов роста, а не его снижение. При этом устойчиво работающие предприятия, помимо естественной оптимизации затрат на связь, проявляют интерес в получении целого комплекса более качественных услуг. То есть дешевая услуга становится менее актуаль-

ной и на корпоративном и на розничном рынке. А из небольших операторов позиции сохраняют те, кто работает над повышением качества предоставляемых услуг и развитием дополнительных сервисов».

На фоне стагнации рынка и ужесточившейся из-за этого конкуренции, в телекоммуникационной отрасли активизировался процесс поглощений крупными компаниями мелких и средних игроков. Причем как на федеральном, так и на местном уровне. Самой крупной сделкой стало приобретение холдингом «Вымпелком» оператора «Голден Телеком» (теперь он предоставляет услуги под торговой маркой «Билайн Бизнес»). Компания «Смарт Телеком» в апреле стала владельцем оператора «Плаза Телеком», а в октябре оператора «VMB-сервис». Как считает генеральный директор «Смарт Телеком» Андрей Суходольский, «это еще одно подтверждение тренда в сторону крупных многопрофильных телеком-холдингов». Лидерами петербургского рынка остаются три компании — «Северо-Западный Телеком», «Голден Телеком», и «Петрестар». Эти операторы отличаются тем, что имеют собственную сетевую инфраструктуру городского масштаба, что позволяет оказывать целый комплекс услуг любому из клиентов здания. Далее следуют операторы, которые чаще используют аренду каналов у других операторов, чтобы подключить абонента в каком-либо БЦ. При такой модели уровень доходов оператора уменьшается, так как часть из них он должен передавать за аренду каналов основному провайдеру. В этой группе можно выделить «ВестКолл» и «Простор Телеком». Мелкие и средние компании пострадали в большей степени, поскольку не обладают необходимыми технологическими ресурсами для предоставления максимального количества услуг и ограничены в изменении ценовой политики. В том числе операторы среднего размера — такие как Orange, «Метроком», «Обит», «Смарт Телеком», «Северен Телеком». Наибольший же спад испытали мелкие операторы, работающие всего в нескольких бизнес-центрах («Пульнет», «Морской Экспресс» и другие).

Без своих

Заметно снизилась активность управляющих компаний бизнес-центров и в создании собственных операторов связи. Это связано со сложностью и высокой капиталоемкостью процесса их запуска и адекватной эксплуатации. Ведь деятельность операторов связи лицензируется, использование номерной емкости регламентируется. Кроме того, есть и множество других особенностей работы

на рынке услуг связи, которые приходится осваивать управляющим компаниям. Создание своего оператора вполне оправдано, если речь идет о достаточно большой сети бизнес-центров, ежегодный доход от услуг связи и эксплуатации слаботочных сетей которых составляет не менее 4 млн рублей. Однако в условиях кризиса, который в большей степени «подкосил» корпоративный сектор, такие БЦ стали большой редкостью. Причем, как отмечает генеральный директор компании «Сенатор — Телеком» (собственный оператор связи сети БЦ «Сенатор») Петр Персевич, «подобный бизнес может быть рентабелен в масштабе одного бизнес-центра и не быть рентабельным в сети из нескольких бизнес-центров. Прежде всего это зависит от объема телекоммуникационных услуг, потребляемых арендаторами, ценового уровня прейскуранта оператора, себестоимости услуг». В среднесрочной перспективе, через 1,5–2 года, в связи с распространением новых беспроводных технологий, в корпоративном сегменте рынка услуг связи, скорее всего, произойдет кардинальный передел. Многим операторам это грозит снижением конкурентоспособности и потерей доли рынка в целом. Директор ГК «Высота» Вячеслав Балабаев заявил: «Вообще все идет к тому, что и связь и интернет в офисах будут включены в арендную плату, как в „Теореме“, или вообще не будет никакого провайдера. А зачем он нужен, если Yota будет закрывать все насущные потребности за беслимитным тариф. В любом случае нет смысла рассматривать некую отдельную отрасль операторов связи в бизнес-центрах, нет такого сегмента, и неудачи компании „Гарс Телеком“ это лишний раз подтвердили».

Операторы отмечают, что динамика рынка телекоммуникационных услуг в целом прямо пропорциональна макроэкономическим тенденциям. Спрос на услуги связи будет восстанавливаться по мере роста ВВП, сокращения безработицы и изменения других основных экономических индикаторов. В этой связи опрошенные „Б“ руководители компаний этого сектора выразили надежду, что уже с 2010 года объем рынка будет расти, а конкурентная среда упрощаться. Виктория Тихонова оптимистично заявила: «Мы не сомневаемся — и доказательством тому служит большое число успешных переговоров, которые мы проводим со своими потенциальными и существующими клиентами, — что бизнес вскоре расправит плечи, и мы будем наблюдать и с удовольствием удовлетворять возрастающую потребность заказчиков».

СЕРГЕЙ ТИХОНОВ

Финансовый центр Петербурга

БИЗНЕС-ЦЕНТР
БИРЖА
В.О., 26-я линия, 15

ПРОДАЖА И АРЕНДА

ЛУЧШИЕ ЦЕНЫ 2009 г. + рождественский подарок!

- Офисные помещения от 49 кв.м
- Биржа, конференц-зал, комната переговоров
- Свободная планировка, удобная парковка

Рациональное решение для Вашего бизнеса

БИЗНЕС-ЦЕНТР НА СМОЛЕНКЕ
В.О., наб. реки Смоленки, 33

АРЕНДА

НОВОГОДНИЙ ПОДАРОК - 2 месяца бесплатно!

- Офисные помещения с полной отделкой от 45 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
- Нулевой 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»