



ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ,

РЕДАКТОР BUSINESS GUIDE

«КОММЕРЧЕСКАЯ НЕДВИЖИМОСТЬ»

ДЕВЕЛОПЕРЫ ПОВЗРОСЛЕЛИ

Рынок коммерческой недвижимости постепенно приходит в себя после двухлетней спячки. «Вести с полей» пока неоднозначные и противоречивые. Кто-то полон оптимизма и считает, что уже в этом году рынок вернется на докризисный уровень, кто-то рассуждает о том, что пока до полного восстановления еще далеко. Но есть и положительный момент. Про вторую волну кризиса вроде бы никто уже не заикается, и все полны оптимизма.

Впрочем, судя по всему, «финансовая встряска» отрезвила многие компании и на стратегию своего развития они стали смотреть несколько иначе, чем еще три года назад. Многие вдруг осознали, что дорога к успеху не выложена гладкой плиткой и раздобыть денег и построить объект — это еще не залог успеха. Многие компании прошли своего рода инициацию — впервые пережив столь серьезные трудности и выжив, они стали гораздо сильнее ценить ресурсы — финансовые, человеческие, да что там говорить — и временные тоже. Многие фирмы как бы повзрослели — выбравшись из пучины кризисных лет, топ-менеджеры и собственники вдруг поняли, что мир изменился. И изменился он не только благодаря кризису. Кризис лишь «оттенил» эти изменения, сделал их более выпуклыми и заметными. Например, девелоперы вдруг поняли, что, может быть, в какой-то далекой перспективе офисные центры в том виде, в котором они существуют сейчас, уйдут в прошлое. Метраж, требуемый для одного офисного работника, стал стремиться к нулю. Поначалу казалось — арендаторы экономят. Потом вдруг стало понятно, что занимаемые метражи сокращались бы независимо от того, пришел бы кризис или нет. Развитие средств связи позволяет все большему числу людей работать, не выходя из дома. Соответственно, офисные площади им не нужны.

Улавливать тенденции — вот чему сейчас предстоит учиться девелоперам и строителям. Можно предположить, что сокращение «маятниковых» движений персонала из спальных районов в центр — на место работы и обратно (в силу уже упоминавшегося развития коммуникаций) повлечет изменения и в других секторах недвижимости — какие-то форматы будут отмирать, какие-то — наоборот появляться. Кто быстрее всех поймает тенденцию, тот и выиграет.

КОЛОНКА РЕДАКТОРА

КОММУНИКАЦИИ СОКРАТИЛИ МЕТРАЖ

НА РЫНКЕ АРЕНДЫ ОФИСОВ ПОЯВИЛСЯ НОВЫЙ ТРЕНД — КОЛИЧЕСТВО КВАДРАТНЫХ МЕТРОВ НА ОДНОГО ОФИСНОГО РАБОТНИКА ПОСТЕПЕННО СОКРАЩАЕТСЯ. И ПРИЧИНА ТУТ НЕ ТОЛЬКО В ПОСЛЕДСТВИЯХ КРИЗИСА. МЕНЯЕТСЯ ПСИХОЛОГИЯ ОФИСНЫХ СОТРУДНИКОВ — В СТРАНЕ СОЗРЕЛО НОВОЕ ПОКОЛЕНИЕ МЕНЕДЖЕРОВ, КОТОРОЕ С РАЗВИТИЕМ МОБИЛЬНЫХ СРЕДСТВ СВЯЗИ УЖЕ НЕ ТАК ЗАВИСИТ ОТ РАБОЧЕГО МЕСТА.

ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Сегодня арендаторы ищут офисы с эффективными планировками — это возможность сэкономить и правильно оптимизировать арендуемое пространство. Если раньше средняя арендуемая площадь на человека составляла 12–15 кв. м, сегодня она уменьшилась до 8–10 кв. м. По прогнозам Colliers International, в дальнейшем она будет составлять 6–8 кв. м на человека.

Согласно стандартам, установленным СанПин (Санитарные правила и нормы), рабочее место сотрудника не должно быть меньше 4,5 кв. м.

При этом Антон Саенко, генеральный директор «МС-групп», говорит, что по западной практике средний метраж рабочего места сотрудников составляет 2–2,5 кв. м на человека. «Во время кризиса многие компании перешли на западный способ размещения сотрудников. По причине нехватки площадей многие компании предпочитают арендовать площади в бизнес-центрах с открытой планировкой, которая позволяет более экономно использовать пространство», — говорит он.

Однако в Colliers International причину сокращения метража на человека видят совсем в другом. «Основная причина такой тенденции — не в экономии работодателя на личном пространстве человека. Дело в смене поколений: поколение 80–90-х — это люди нового формата, которые не любят привязанность к одному месту, проводить много времени в офисе. Молодое поколение — более открытое новым решениям, в том числе и готовое к смене места работы, если их не устраивает старое. Им больше интересна проектная работа, для которой нужны ноутбук, возможность подключения к офисному серверу и телефон — и все современные способы связи и коммуникации работают на достижение этих целей», — говорит господин Шишанов.

Такой подход позволяет работодателю сократить ротацию молодых кадров в компании и находить офисы, удовлетворяющие их требованиям. На Западе одной из последних тенденций стало развитие мобильного офисного пространства, специально предназначенного для работы проектных групп. В частности, внутри офиса с помощью специальных мобильных и шумоизоляционных перегородок создаются так называемые специальные мобильные пространства, где люди могут работать над проектом в течение какого-то времени, затем пространство создается по-новому, для другой проектной группы. Атмосфера такого офиса — это не стационарные рабочие места, а более гибкое, дружелюбное, меняющееся пространство. «И, конечно, при проектировании новых бизнес-центров



АЛЕКСЕЙ КУДЕНКО

СЕГОДНЯ ДЛЯ РАБОТЫ НА КОМПАНИЮ ДОСТАТОЧНО ИМЕТЬ НОУТБУК, ВОЗМОЖНОСТЬ ПОДКЛЮЧЕНИЯ К ОФИСНОМУ СЕРВЕРУ И ТЕЛЕФОН

девелопер должен будет учитывать эту тенденцию как веяние будущего. Кроме того, в таких проектах, помимо применения более экологически чистых технологий, происходит огромная экономия за счет сокращения расходов на дорогостоящее техническое оборудование, электроэнергию, регулярный косметический ремонт помещений, практически исключается бумажный оборот (так как все необходимое находится в компьютере), и, наконец, более эффективно используется рабочее время. Все это приведет к увеличению площади офисных блоков (до 2–2,5 тыс. кв. м)», — рассуждает господин Шишанов.

В России, по его словам, пока есть только идеи создания таких офисных центров, а некоторые проекты уже прорабатываются в Петербурге.

Владислав Фадеев, руководитель отдела маркетинга департамента консалтинга GVA Sawyer, поддерживает мнение о том, что новые коммуникационные технологии влияют на запросы арендаторов: «Если

говорить о долгосрочных тенденциях, то есть ряд факторов, которые могут серьезно изменить спрос на офисы. В частности, создание виртуальных офисов, удаленный доступ уменьшают потребность в офисных площадях».

НОВЫЙ ШАГ

Впрочем, кризис на подходы девелоперов к проектированию бизнес-центров также оказал свое влияние. Даже теперь, когда арендные амбиции у съемщиков помещений в офисных центрах возвращаются к тем, которые у них были 2,5–3 года назад, компании, возводящие бизнес-центры, закладывают в проект возможность «нарезки» помещений на более мелкие.

Надежда Койнова, ведущий менеджер отдела реализации коммерческой недвижимости департамента инвестиций ЗАО «Центральное управление недвижимости „ЛенСпецСМУ“», говорит, что наиболее распространенный метраж для сдачи в аренду сегодня — от 50 до 120 кв. м. → 20

ПРОСТРАНСТВО ДЛЯ БИЗНЕСА