

коммерческая недвиж

Интернет от А до С

В бизнес-центрах высокого класса расходы на связь значительно выше

телеком

В среде операторов связи нет однозначного мнения, существует ли прямая зависимость показателей дохода оператора от классности бизнес-центра, на котором предоставляются телекоммуникационные услуги. Большинство компаний все-таки придерживаются мнения, что чем выше классность бизнес-центра, тем больше доходы оператора. Хотя есть и другая точка зрения.

Андрей Суходольский, генеральный директор компании «Смарт СПб», говорит, что в докризисное время доходы операторов связи, работающих в бизнес-центрах, находились в прямой зависимости от динамики доходов собственников квадратных метров.

«В период с 2007 по 2012 год динамика расходов компаний на услуги связи имела прямую зависимость от динамики показателей дохода собственников с квадратных метров коммерческих площадей, — комментирует Андрей Суходольский. — В докризисный период, в 2007–2008 годах, расходы арендаторов как на аренду, так и на услуги связи имели устойчивый рост, зачастую достигавший 25 процентов за год. Затем наблюдалось значительное сокращение данной статьи расходов у большинства коммерческих организаций. Кроме того, многие компании освободили арендуемые площади и перестали пользоваться услугами связи».

Специалисты «Смарт СПб» замечают, что с конца 2010 года началось постепенное восстановление телеком-рынка, заполнение коммерческих площадей, увеличение расходов компаний на услуги связи. «Но даже по истечении прошедшего 2011 года говорить о достижении уровня доходности, какой был в докризисные времена, к сожалению, не приходится», — добавляет господин Суходольский.

По словам Андрея Лука, генерального директора

компании «Обит», основной доход оператора от работы в бизнес-центре приносят абонентские платежи арендаторов. Также бывают и разовые прибыли — например, от продажи телекоммуникационного оборудования или от строительства СКС в бизнес-центре. Все это дополнительные деньги, суммы их сильно варьируются. Средний доход от одного бизнес-центра подсчитать сложно, он колеблется в пределах 300 тыс. — 1 млн рублей в месяц.

Конкретная цифра зависит от доли проникновения оператора в конкретный бизнес-центр, количества арендаторов, площади объекта. Класс же бизнес-центра, комментирует Андрей Лук, на доход оператора не влияет. «Бытует мнение, что арендаторы бизнес-центров класса А расходуют гораздо больше средств на связь, но это совсем не так, — говорит специалист. — Они точно так же, как и клиенты бизнес-центров классов В и С, стремятся найти наилучшее сочетание цены и качества и не склонны переплачивать».

Кроме того, отмечает Андрей Лук, зачастую в бизнес-центрах класса А компании-арендаторы занимают большую площадь и менее плотно размещают своих сотрудников. Получается, что фактических пользователей услуг связи меньше, чем в более плотно «заселенном» бизнес-центре класса С.

Впрочем, как отмечает Игорь Ситников, генеральный директор ТК «Миран», чем ниже класс бизнес-центра, тем проще политика управления компании по поводу прихода новых операторов. Это приводит к тому, что, например, в бизнес-центрах класса В конкуренция между операторами более высока, нежели в классе А. Соответственно, соперничество между провайдерами ведет к понижению стоимости услуг и доходов оператора.

«За последние пять лет стоимость услуг телефонии снизилась на 20–40 процентов в зависимости от направления, по интернет-услугам показатели уменьшились в разы, — комментирует эксперт. — Безусловно, в каких-то бизнес-центрах заключен эксклюзивный договор на обслуживание единственным оператором, поэтому цены там могли снизиться не так сильно. Но любой оператор понимает, что конкуренция на рынке высока, и арендатор может переехать в другой офисный комплекс, поэтому практически все провайдеры приводят свой ценник в соответствии с рыночными показателями».

При этом если рассматривать вопрос выгоды оператора связи при обеспечении услугами бизнес-центров, торговых центров и жилых домов, то участники рынка сходятся во мнении, что наиболее прибыльными являются бизнес-центры. «Это объясняется тем, что арендаторы там — это компании, активно ведущие свой бизнес и заинтересованные в его развитии, — комментирует Антон Виноградов, коммерческий директор ЗАО «Северен-Телеком». — Потребность в широком спектре качественных услуг у них вполне объяснимо выше, чем у тех же арендаторов торговых центров».

Обеспечивать связью бизнес-центр выгоднее потому, что юридические лица потребляют значительно больше услуг связи, чем физические (в жилых домах), а плотность заселения в офисных центрах выше, чем в торговых комплексах. Так, если в бизнес-центре на 20 кв. м может размещаться 5–6 сотрудников, то в торговом центре на такой же площади будет располагаться только небольшая часть магазина с одним сотрудником, нуждающимся в минимальном наборе услуг связи или не нуждающимся в них вообще.

ДАША ГИЛЕВА

Гости города на положении хозяев

Рынок отелей остается «рынком туриста»

индустрия гостеприимства

За минувшие четыре года в Петербурге был бум по вводу отелей. Это привело к тому, что заполняемость гостиниц снизилась. Сегодня уровень загрузки гостиничного комплекса города отстает от показателя 2007 года почти на 20%. В текущей ситуации рынок отелей Северной столицы остается рынком гостя. Именно турист является сейчас основным положением.

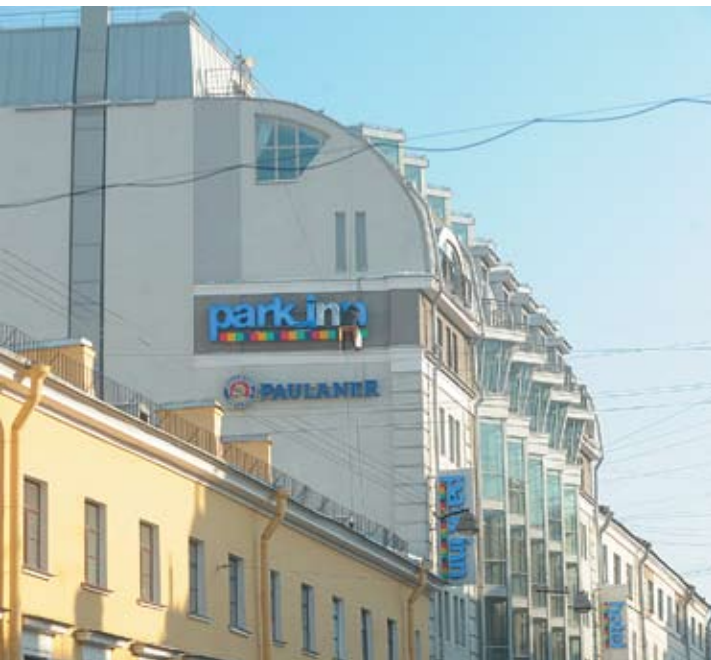
По данным Jones Lang LaSalle, около 40% качественного номерного фонда (около 3440 номеров) было выведено на рынок в период 2008–2011 годов, что, по мнению аналитиков, вызвало существенное давление на уровень цен и загрузки по городу.

В 2008–2009 годах гостиницы Санкт-Петербурга находились в затруднительном положении: резкий рост предложения на рынке совпал с глобальным экономическим кризисом. В результате в 2009 году основные показатели качественных гостиниц значительно ухудшились: ADR (средняя цена за номер в сутки) и RevPAR (доходность за номер) сократились в долларовом выражении на 34,1 и 47,6% соответственно.

«Снизив цены в кризис, отели Санкт-Петербурга постепенно восстанавливают объем загрузки, однако текущий уровень отстает от показателя 2007 года почти на 20 процентов», — говорят в Jones Lang LaSalle Hotels.

После сложного для туристической Санкт-Петербурга 2009 года объем посещений города в 2010 году снова пошел в рост и даже превысил докризисный уровень, достигнув показателя в 5,1 млн прибытий. Положительная динамика отмечена как по иностранным туристам, так и по объему прибывших россиян, которые по-прежнему преобладают в общем объеме посетителей города на Неве.

«Благодаря своему культурному и историческому наследию Санкт-Петербург является популярным туристическим направлением. В отличие от гостиничного рынка Москвы, где доминирующую роль



Гостиничные объекты Петербурга привлекательны для консервативных инвесторов, среди них присутствуют и частные инвесторы, и непрофильные девелоперы ФОТО АЛЕКСАНДРА КОРЯКОВА

играет бизнес-туризм, Санкт-Петербург зависит от культурно-познавательного туризма, генерирующего 55–65 процентов спроса. Одновременно, по мере восстановления былой мощи промышленной базы Санкт-Петербурга, доля бизнес-поездки в последние шесть лет демонстрировала постепенный рост — с 25 до 39 процентов от общего объема лиц, размещаемых в гостиницах города», — рассуждает Марина Смирнова, старший вице-президент Jones Lang LaSalle Hotels.

Запуск в эксплуатацию скоростного поезда «Сапсан» позволил москвичам, на долю которых приходится более 30% всего объема внутреннего спроса, отказываться от ночевки в городе, сокращая время пребывания в Северной столице до одного дня. Очевидно, сходные процессы происходили и в сегменте въездного международного туризма, о чем говорит тот факт, что в 2008–2009 годах уменьшалось только количество ночующих посетителей как россиян, так и иностранцев, тогда как количество прибытий в город в этот же период

оставалось на прежнем уровне или росло.

«Обычно это явление наблюдается на рынках с выраженной мотивацией поездок, когда посетители предпочитают сократить сроки пребывания на направлении, чем вовсе отказаться от путешествия. В данном случае это является еще одним доказательством роста делового потенциала города, что находит выражение в перераспределении спроса между традиционными туристами и деловыми посетителями», — поясняет госпожа Смирнова.

Марина Смирнова, старший вице-президент Jones Lang LaSalle Hotels, говорит, что после «ударного» четырехлетнего периода вывода на рынок новых гостиничных номеров количество проектов, находящихся в начальной или активной стадии строительства, невелико. Ожидается, что к концу 2015 года рынок увеличится на 1389 номеров, 70% из которых будут соответствовать категориям mid-market / economy.

Среди новых гостиниц, завершаемых в течение 2011 года, следует отметить сразу

два «знаковых» проекта, которые вывели рынок Санкт-Петербурга на качественно иной уровень гостиничного сервиса — W St. Petersburg (137 номеров), первый в России сетевой lifestyle-бутик-отель, а также состоявшееся 11.11.11 официальное открытие Four Seasons St. Petersburg (183 номера, но полностью отель откроется в 2012 году, в котором мы и учитываем его номерной фонд). Вместе с тем, несмотря на столь стремительное увеличение предложения, Санкт-Петербург все еще уступает основным европейским рынкам по объему качественного гостиничного предложения.

Александр Волошин, директор по развитию Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate, отмечает: «Гостиничные объекты Петербурга привлекательны для консервативных инвесторов, среди них присутствуют частные инвесторы и непрофильные девелоперы. Они рассматривают отели как актив с низким уровнем доходности (5–7 процентов), но с высокой вероятностью получения этого дохода».

Уровень обеспеченности гостиничными номерами в Петербурге пока значительно уступает среднеевропейскому уровню. «В ближайшие два года ожидается пополнение общего номерного фонда на 10 тыс. номеров, половина из них придется на сегмент премиум. В то время как наибольшим спросом пользуются гостиницы уровня 3*, нехватка которых ощущается наиболее остро», — говорит Александр

Волошин.

В течение 2011 года было введено в эксплуатацию 20 гостиничных объектов с общим номерным фондом 1060 номеров. Наибольший ввод был отмечен в 2009 году, тогда в городе появилось 1404 новых гостиничных номера. На конец 2011 года в Санкт-Петербурге функционирует 634 гостиницы с номерным фондом 26 539 номеров. По данным комитета по инвестициям и стратегическим проектам, по результатам 2011 года лидером по количеству номеров стал Центральный район (8638 номеров), во втором и третьем месте Курортный (6079 номеров) и Адмиралтейский (3490 номеров) районы.

Андерсон-Бунтз Блейк, председатель комитета по гостиничной недвижимости Гильдии управляющих и девелоперов, генеральный директор Hospitality Management, считает, что на гостиничном рынке начинается оживление: «На рынок выводятся долгожданные объекты (Domina Prestige, Four Seasons, Swissotel и другие), проходят сделки по приобретению знаковых объектов недвижимости (например, покупка отеля на пл. Островского, 2, предпринимателем Валерием Израйлитом), развиваются новые форматы (апартаменты, lifestyle-отели). Таким образом, можно говорить о продолжающемся посткризисном восстановлении рынка гостиничной недвижимости и росте инвестиционной активности».

ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Запланированные к вводу в 2012–2015 годах гостиницы			
Название	Количество номеров	Анонсируемый год открытия	Категория
Four Seasons	183	2012	Luxury
Domina Prestige	109	2012	Upscale
Indigo, Ul. Chaykovskogo	119	2013	Upscale
Novotel St Petersburg Centre II	165	2014	Mid-market
Ibis Fontanka	150	2014	Economy
Ibis, Mayakovskogo St.	200	2014	Economy
Holiday Inn, Ligovsky prospekt, 21	129	2015	Mid-market
Crowne Plaza Nikolskiye Ryady	334	2015	Upscale
Итого:	1389		

Источник: Jones Lang LaSalle Hotels

Рынок без инноваций

Офисные комплексы арендаторов ничем не удивляют

в поисках новых форм

Несмотря на обостряющуюся конкуренцию на рынке бизнес-центров, принципиально новых форматов офисной недвижимости на рынок не выводится. В качестве более или менее свежего решения девелоперы лишь могут предложить «коворкинги» (оборудованные рабочие места для краткосрочной аренды фрилансеров) и «зеленые технологии».

Руководитель направления коммерческого строительства генподрядной компании STEP Виктор Фролов отмечает, что помимо увлечения «зелеными» строительными технологиями (энергосбережение, качественные стройматериалы и т. д.), которое ожидает российских девелоперов в ближайшие годы, на петербургском рынке бизнес-центров теоретически могут прижиться такие форматы, как загородный бизнес-центр и коворкинг. Впрочем, шансов у новичков не так много, считает господин Фролов: в Петербурге традиционно принято работать в деловом центре или строящихся деловых зонах на окраине, но все же в городской черте. «Кроме того, для полноценного развития сегмента загородных бизнес-центров, работа в которых, безусловно, несет в себе ряд плюсов, необходима очень хорошо развитая транспортная инфраструктура, чего в Петербурге пока нет», — отмечает он.

А коворкинги, нацеленные в первую очередь на арендаторов из малого бизнеса, ограничены в развитии площадками. По мнению Виктора Фролова, их логично развивать только в существующих зданиях, чаще всего в бывших

промышленных объектах. «Такие помещения у нас в городе есть, но если сравнивать с общими объемами офисного рынка, их не так много. А если говорить именно о строительстве бизнес-центров с функцией коворкинга, то девелоперам и управляющим компаниям это не очень выгодно. Количество договорных отношений (а, следовательно, и организационные затраты) в этом случае существенно вырастает. Значительно проще строить классические бизнес-центры и сдавать их крупным арендаторам, тем более что рынок офисных помещений этому способствует. Кроме того, в России пока не самые хорошие условия для развития малого бизнеса, что также не самым лучшим образом сказывается на популярности коворкингов», — рассуждает господин Фролов.

«Коворкинги — это когда у сотрудника нет своего рабочего места, он совмещает его еще с кем-то, либо соотношение рабочих мест к числу общего количества работников составляет 70 процентов. При подобном способе организации рабочего пространства сотрудники заранее бронируют рабочее место. При этом их личные вещи хранятся отдельно. Такой принцип организации офисного пространства востребован у компаний, чьи сотрудники зачастую работают на выезде. Например, такая специфика работы в офисе компании PwC, Procter & Gamble. В Петербурге такой тренд будет развиваться медленнее в силу управленческого менталитета — «человек должен работать в офисе», — поясняет Вероника Лежнева,

руководитель отдела исследований Jones Lang LaSalle в Санкт-Петербурге.

Елена Валуева, директор по маркетингу Mirland Development Corporation, полагает, что знаковых нестандартных проектов на рынок в 2011 году не вышло. «Бизнес-парки, клубные офисы или объекты других новых форматов в Санкт-Петербурге практически не представлены. На декабрь 2011 года в городе насчитывалось 10 многофункциональных комплексов, еще шесть находятся на различных этапах реализации, офисная функция при этом существует во всех проектах. Из «экологички» можно назвать проектируемый на Васильевском острове МФК «Театр песни имени Аллы Пугачевой», который вместит концертный зал, торговые и офисные площади», — говорит госпожа Валуева.

С ней согласен управляющий директор NAI Besar в Санкт-Петербурге Илья Андреев: «В настоящее время на рынке практически не появляются бизнес-центры новых форматов. Безусловно, существуют проекты, основной функцией которых является офисная, но при этом они имеют свою специфику, связанную, например, с арендаторами или с конструктивным устройством самого объекта. Примером могут служить лофт-проекты». Он указывает на то, что сегодня в Санкт-Петербурге реализуется проект БЦ «Качи», который расположен на набережной Обводного канала. «Качи» — многофункциональный центр, сочетающий в себе event — пространство, лекционные аудитории, офис-

ные и торговые площади, кафе, рестораны и клубы. «К потенциальным основным арендаторам такого БЦ можно отнести различные организации, деятельность которых связана с искусством и творчеством», — говорит господин Андреев.

Николай Казанский, генеральный директор «Colliers International Санкт-Петербург», считает, что новым трендом в строительстве бизнес-центров является использование новейших технологий, в том числе и экологических, которые обеспечивают максимальный комфорт и хорошее самочувствие в офисе будущим арендаторам. «По нашим наблюдениям, офисные центры европейского качества появляются в зоне Пулковое — Airport City, Technopolis, Pulkovo Sky. «Аэропорт-Сити» позиционируется как проект из города будущего — при строительстве которого применены только экологически чистые и, что главное — и на чем никогда ранее не акцентировалось внимание, — безопасные для окружающей среды. Кроме того, особые технологии применены при устройстве вентиляции и других инженерных систем», — говорит господин Казанский.

Вероника Лежнева добавляет: «Нередко можно слышать о концепции „жить и работать в одном месте“. Но ее сложно отнести как к временной моде, так и к долговременному тренду. Концепция „жить и работать в одном месте“ уже присутствовала лет пять назад. Она подразумевает определенную специфику работу. Зачастую речь идет об IT-компаниях, об инженерных компаниях. То есть

о компаниях, в которых работают люди с ненормированным рабочим графиком и ненормированным программой полетом мысли. В версии light мы видим эту концепцию в современных компаниях, которые и не подразумевают круглосуточное пребывание в офисе, но чье руководство делает все для того, чтобы человек чувствовал себя на работе максимально комфортно. Это подразумевает организацию на работе комфортной кухни, релакс-комнат, в которых можно вздремнуть 1–2 часа, возможно, душевые кабины. И сейчас появляются условия, чтобы в рамках офисного здания организовать такое многофункциональное пространство. Ведь при отсутствии открытой планировки это сложно сделать».

Николай Пашков, генеральный директор Knight Frank St. Petersburg, считает, что в качестве относительно нового формата офисного центра стоит отметить технопарк. Пример такого объекта в Санкт-Петербурге — «Технополис». «В классическом понимании технопарки объединяют офисы и лаборатории, высокотехнологические производства, расширенную инфраструктуру, помещения для лабораторных исследований, испытательные стенды и другое необходимое оборудование, иногда жилье и располагаются рядом с высшими учебными заведениями и/или научно-исследовательскими институтами. Функционирование технопарка направлено на развитие какого-то определенного сегмента высокотехнологичной деятельности — IT, биотехнологии, энергетики. В Финляндии,

например, в таких объектах дополнительно предлагают услуги приходящего бухгалтера, который составляет отчеты для небольших компаний, и это действительно работает. В наших реалиях дополнительные сервисы в таких проектах востребованы далеко не всеми арендаторами, поскольку они часто арендуют офис исходя из соотношения цена-качество, а не по отраслевому принципу», — говорит господин Пашков.

«В России наиболее глобальный проект технопарка — это проект „Сколково“ (хотя формально таковым он не называется). В Санкт-Петербурге масштаб скромнее, зато реализация наиболее заметного проекта („Ингрия“) производится рядом со значимым высшим учебным заведением. Это единственный технопарк Петербурга, входящий в соответствующую государственную программу. В развитии петербургского технопарка „Ингрия“ произошло значимое изменение — переход от яркой и романтической, но труднореализуемой архитектурной концепции к более реалистичной. Также у нас действуют небольшие технопарки, которые созданы обычно на базе производственных помещений или научно-исследовательских институтов. Они также часто декларируют помощь организации в развитии, но для получения глобального значимого эффекта технопарк должен иметь значимый размер, четкое выбранное направление развития и понятную научную и кадровую базу», — заключает господин Пашков.

ОЛЕГ ПРИВАЛОВ



ЭНЕРГО
ЛОГИСТИК

Логистический терминал класса А
Московское шоссе, д. 235 (5 км от КАД)
Тел. +7 812 459 97 95
www.energo-logistic.ru



ЭНЕРГО
ЛОГИСТИК

ZPL логистический оператор

- складские услуги любой сложности
- транспортные услуги
- автоматизированная система управления складом
- 35 единиц электрической погрузо-разгрузочной техники
- 35 порталов приемки
- высота потолков — 14,2 м, 7-ярусное хранение
- общая площадь склада — 20 000 кв. м
- контроль влажности и температуры

