

площади таких скидок не дают. Кроме того, существует практика субаренды: крупный арендатор «дробит» свои площади или сдает площади от 50 до 100 кв. м другим компаниям. Стоимость арендной ставки в таком случае может составлять от \$1200 за 1 кв. м и более (при средней стоимости аренды в офисе класса «А» \$850 за 1 кв. м).

«Арендодателю выгоднее сдать в одни руки большую площадь, чем дробить на отдельные блоки. К тому же это не всегда возможно, выделить автономные блоки», — рассказывает Сергей Лобкарев. — Потому небольшим компаниям выгоднее купить блок в бизнес-центре на этапе строительства, став соинвестором, а потом и собственником».

Примером может служить бизнес-центр «Поларс» на Павелецкой, где цена за три года выросла втрое. На этапе строительства, в августе 2004 года, в «Поларсе» можно было выкупить офисные помещения по цене \$2,1–2,7 тыс. за 1 кв. м в зависимости от этажа. В настоящее время офисные помещения в бизнес-центре «Поларс» продаются по цене \$8 тыс. за 1 кв. м. Если же говорить об арендных ставках, то в среднем в процессе возведения бизнес-центра цены договоров предаренды растут от 5 до 10% в квартал по мере строительства объекта.

Однако возможность соинвестирования на стадии строительства не приветствуют сами девелоперы. Более того, руководитель направления коммерческой недвижимости агентства МИАН не смог назвать ни одного проекта, в который соинвесторы могут войти сейчас.

МАСШТАБНЫЕ ПРОЕКТЫ Группа компаний «Промсвязьнедвижимость», один из лидеров строительства коммерческой недвижимости, предпочитает сдавать свои площади в аренду ради стабильного дохода и не испытывает дефицита в арендаторах. Среди них: PricewaterhouseCoopers, Ernst & Young, UPS, ОАО «Мобильные телесистемы», ОАО «Сибирская угольная энергетическая компания», ООО «Группа „Ренессанс Страхование“».

Пресс-секретарь «Промсвязьнедвижимости» Анна Калитаева рассказывает: «По нашим данным, 90% иностранных и российских компаний офисы арендуют. При этом покупатели офисов больше всего среди отечественных предприятий. Решение, арендовать или покупать офис, целиком и полностью зависит от политики компании и вкусов ее руководства. Одни предпочитают работать в собственном помещении и никому не платить за аренду, а другие не хотят обременять себя вопросами управления зданием, не хотят извлекать столь ощутимые суммы из оборота и размещаются в арендованных офисах».

Факторы ценообразования на услуги управляющих компаний, по словам Анны Калитаевой, весьма разнообразны. В зависимости от здания, его технического оснащения, перечня оказываемых услуг стоимость будет различаться. Например, для офисов класса «В» это \$70–90 за 1 кв. м в год, включая НДС.

Причины покупки помещения в собственность могут быть самыми разными, отмечают в «Промсвязьнедвижимости»: для собственных нужд, для перепродажи или сдачи в субаренду. Последние два варианта больше характерны для объектов с высоким потенциалом развития и высоким уровнем спроса, как, например, здания в «Москва-Сити».

ВИРТУАЛЬНЫЙ ОФИС

Руководитель проекта CommercialRealty.RU Алексей Зюзин предлагает решение офисной проблемы в духе современных технологий: «Начинающим компаниям я советую сначала воспользоваться услугами одного из операторов виртуального офиса (odicom.ru, mangooffice.ru и др.), а уже потом задумываться об аренде помещения. Возможно, эти сервисы решили бы все проблемы и необходимость в офисе пропала бы сама собой».

Виртуальный офис — это система удаленной работы сотрудников или предоставление ряда коммуникационных услуг от сторонней организации. При переводе сотрудника в виртуальный офис необходимо оплатить услуги связи и приобрести компьютеры. За дополнительную плату оператор виртуального офиса поможет обзавестись прямым московским телефонным номером (запись сообщений, переадресация вызова, виртуальный секретарь call-центра), физическим адресом для почты, сайтом-визиткой и даже помещением на время деловых встреч. К примеру, система mango office представляет собой виртуальный прямой московский или питерский номер, на который можно отправлять факс или голосовую почту, установить приветствие или записать рекламное сообщение. Единый номер с функцией переадресации позволяет объединить сотрудников в корпоративную сеть и создать эффект присутствия в офисе. По словам менеджера по продажам системы Андрея Вашуркина, этой системой часто пользуются компании со штатом в несколько человек или такие службы, как такси и туристические агентства, которым ежедневно поступает большое количество звонков. Подключение к виртуальному офису стоит в Москве от 990 до 2200 руб. Ежемесячная абонентская плата — 970–6970 руб. в зависимости от оператора и объема предоставляемых услуг. По данным аналитического центра «Индикаторы рынка недвижимости IRN.RU», перевод на удаленную работу сотрудника столичного офиса может сэкономить организации более \$10 тыс. в год.



ОФИСЫ В «СМОЛЕНСКОМ ПАССАЖЕ» ЗАНЯЛИ ЗАДОЛГО ДО ОКОНЧАНИЯ СТРОИТЕЛЬСТВА

Арендные ставки в «Башне-2000» сегодня составляют около \$1,4 тыс. за 1 кв. м в год (без НДС, но с учетом эксплуатационных расходов), во втором здании — «Башне на набережной» — \$975, а в «Северной башне» — \$700–900 в зависимости от этажа и арендуемой площади. За последние годы арендные ставки на площади в «Москва-Сити» росли на 15% ежегодно. Стоимость покупки площадей также увеличилась в несколько раз. В ряде строящихся объектов стоимость 1 кв. м превышает \$10 тыс. Если весной 2003 года цена 1 кв. м в «Башне-2000» составляла \$5 тыс., то весной этого года она возросла уже до \$14 тыс.

Позволить себе такие офисы могут, пожалуй, только крупные компании. Поэтому в списках покупателей значатся: дочерняя компания «Газпрома» «Стройгазкомплект», купившая два этажа в «Башне-2000», ММДЦ «Москва-Сити» — около 3 тыс. кв. м (эксперты оценивают сумму сделки от \$17,5 млн до \$25 млн). Внешторгбанк также приобрел свыше 60 тыс. кв. м площадей на 33 этажах комплекса «Федерация».

Среди крупных договоров аренды стоит назвать сделку компании «Вымпелком» и Forum Properties. В прошлом году оператор сотовой связи снял три офисных здания бизнес-центра «Эрмитаж Плаза». «Вымпелком» — единственный арендатор площади более 30 тыс. кв. м сроком на десять лет.

ОСТРЫЙ ДЕФИЦИТ Согласно отчету международной компании Jones Lang LaSalle, по объему арендованных и проданных офисных площадей Москва значительно опережает европейские столицы. Так, объем проданных и сданных квадратных метров в Москве по сравнению с первой половиной 2006 года увеличился на 76%, что составляет 936 тыс. кв. м.

«Спрос на покупку значительно превышает предложение. В силу этих причин рост цены продажи обгонял рост арендных ставок. Например, если с июля прошлого года арендные ставки в среднем по рынку классов «А» и «Б» выросли на 12–15%, то в сегменте продаж офисных площадей они выросли на 40–50%», — рассказывает заместитель директора департамента офисной недвижимости Colliers International Александр Гурганов.

Однако речь идет не об интересах компаний малого и среднего бизнеса. Купить качественные офисные помещения (класса «А» или «Б») размером менее 1 тыс. кв. м сейчас крайне трудно. Да и число бизнес-центров, которые выставляются на продажу этажами (то есть в диапазоне 1–2,5 тыс. кв. м), очень ограничено. Чем меньшую площадь занимает компания, тем меньше у нее возможностей для дальнейшего роста площадей и тем меньше «прав» в здании. Таким образом, покупка «на перспективу» решает вопрос собственного расширения и позволяет заработать как на растущей аренде, так и на растущей стоимости офисной недвижимости.

Причины недостатка офисов малого формата Сергей Лобкарев видит в изменении «как структуры, так и требований к качеству потенциальных арендаторов подобных площадей». Под структурой арендаторов понимается система или даже политика набора арендаторов в бизнес-центр. Размещение может происходить по отраслевому признаку (например, все газовики или нефтяники) или, наоборот, строиться так, чтобы не встречались конкурирующие компании. Под качеством потенциальных арендаторов подразумевается известность компании на рынке и ее платежеспособность. Сегодня собственник имеет возможность подбирать себе арендаторов в первую очередь из тех компаний, которые представляют собой известные бренды. Естественно, при таком подходе страдают мелкие арендаторы: договоры с ними, как правило, заключаются в последнюю очередь.

«Несмотря на высокие цены, количество вакантных офисных площадей в центре Москвы в ближайшее время

будет оставаться минимальным, — уверена Алла Глазкова, начальник отдела по работе с корпоративными клиентами департамента коммерческой недвижимости компании Blackwood. — Средняя по рынку доходность офисной недвижимости составляет 8%».

За последний год этот показатель снизился на 20–30%. Такое снижение связано с активным ростом цен продажи офисных объектов. С начала 2007 года рост цен продажи офисных площадей составил порядка 15%. Связано это с растущим спросом на офисные помещения и одновременно уменьшающимся объемом предложения объектов на продажу: в условиях роста цен продавцы не спешат выставлять свои объекты. При этом сроки окупаемости качественных бизнес-центров, по оценке Blackwood, составляют от 5 до 12 лет и зависят от местоположения объекта, определяющего уровень цен продажи и ставок аренды.

АРЕНДА ИЛИ ПОКУПКА «Предприниматели, как правило, принимают решения о покупке или аренде офиса, опираясь на следующие умозаключения: если доходность собственного бизнеса ниже возможной рентабельности здания или помещения, то эффективнее приобрести его в собственность», — высказывает мнение заместитель генерального директора «Мизель — Коммерческая недвижимость» Элина Занина.

Если деятельность компании приносит более высокую прибыль, нежели инвестирование средств в недвижимость, офисные площади, как правило, арендуются. Хотя собственный офис — элемент престижа компании, и этот вопрос остро встает по мере развития бизнеса.

Расположение офиса в некоторых случаях оказывается существенным обстоятельством и может служить одним из основных факторов бизнеса, отодвигающих вопросы покупки или аренды на второй план. Так, эксперт департамента недвижимости инвестиционного холдинга «Финнам» Сергей Харченко называет несколько причин в пользу арендуемого московского офиса на территории Европееко-Азиатской биржи: удобство места, его узнаваемость партнерами, доступность клиентам, комфорт для сотрудников.

«Если говорить о том, почему мы арендуем офис, то здесь от нас зависит не так много. Наш центральный офис удобен, но находится в памятнике архитектуры: его просто не продают. Тем не менее мы владеем рядом помещений и продолжаем покупать их, в частности, для наших вспомогательных подразделений, — объясняет Сергей Харченко. — По сути, основная наша проблема сейчас связана с тем, что в центре Москвы сложно найти помещение для компании, насчитывающей более 500 сотрудников (причем штат постоянно растет), а переезд в „спальный“ район или Подмоскovie невыгоден для нашего бизнеса. В итоге основная часть используемых нами помещений находится в аренде, но мы готовы купить помещение, если найдем подходящее».

Эксперт «Финнама» считает для своей компании вариант покупки оптимальным в финансовом плане: через шесть-семь лет вложенные деньги возвращаются, при этом компания становится собственником ликвидного актива. Но признает, что для малого бизнеса ситуация может быть иной из-за недостатка средств: «Им придется или изымать слишком большую сумму из оборота, или брать кредит, а это пока достаточно дорогое удовольствие — мало кому хочется залезать в банковскую кабалу. Как результат, в этом сегменте сейчас более 90% помещений находится в аренде. ■

**ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПРОЕКТ СТРОИТЕЛЬСТВА
СКЛАДСКОГО КОМПЛЕКСА**
площадью до 20 000 кв.м. (холодильник)
Можайское шоссе, 32 км от МКАД
Идеальная транспортная доступность, ж/д, газ
общая площадь участка до 3,8 Га

Продажа, инвестирование, соинвестирование
(495) 743-1253; 130-0258

Реклама