БИЗНЕС СТРЕМИТСЯ К ЦЕНТРУ

СКОЛЬКО БЫ НИ ОБСУЖДАЛСЯ ВОПРОС О ПЕРЕНОСЕ ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ ЗА ПРЕДЕЛЫ ИСТОРИЧЕСКОГО ЦЕНТРА ПЕТЕРБУРГА, В РЕАЛЬНОСТИ НИЧЕГО ПОДОБНОГО НЕ НАБЛЮДАЕТСЯ. О СИТУАЦИИ НА РЫНКЕ ОФИСНОЙ И КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ И ПЕРСПЕКТИВАХ «ПЕРЕЕЗДА» БИЗНЕСА РАССКАЗЫВАЕТ ДИРЕКТОР УПРАВЛЕНИЯ АНАЛИТИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА ХОЛДИНГА RBI (ВХОДЯТ КОМПАНИИ «СЕВЕРНЫЙ ГОРОД» И RBI) ВЕРА СЕРЕЖИНА. ВЕРОНИКА ЗУБАНОВА

GUIDE: Вера Глебовна, где сегодня хочет «жить» бизнес?

ВЕРА СЕРЕЖИНА: Америку я, наверное, не открою. Желание бизнеса — центростремительное, самые дорогие и востребованные офисные и коммерческие помещения находятся в центре Петербурга. Это связано с транспортной ситуацией: из центра можно быстро попасть в любую точку города. При этом важно учитывать, что кроме руководства в офисе работают и рядовые сотрудники, для которых важна близость метро, разнообразие наземного транспорта, близкие пешие переходы. Если ты можешь быстро дойти или доехать до метро — ты мобилен и независим. Представителям бизнеса важна также скорость взаимодействия с властными структурами, а власть «живет» на Исаакиевской площади, в Смольном, на Невском проспекте. Третий важный фактор — это статус, ведь офис — это визитная карточка, по нему складывается впечатление о компании.

G: Как в центре решаются проблемы с парковкой?

В. С.: Парковочные места хотели бы иметь все, но порой это просто невозможно. Тогда приходится выбирать — престиж и удобство месторасположения или комфорт организации парковочных мест. По стандартам на каждые 100–150 кв. м офисных площадей положено определенное количество машино-мест в паркинге. Если ты строишь бизнес-центр в чистом поле, эти требования вполне выполнимы, но в историческом центре удовлетворить их сложно. Обычное решение — заглубить паркинг в землю — возможно не на всех участках. Поэтому девелоперы вынуждены идти на компромисс между необходимостью и возможностью. Зачастую вопросы парковки решаются арендой и организацией мест по соседству с бизнес-центром.

G: В каких районах коммерческие помещения наиболее востребованы?

В. С.: В первую очередь это Центральный и Петроградский районы. Третий по популярности — Василеостровский район, но здесь чуть хуже с транспортной доступностью. Активно развивается Московский район — в районе Пулково строятся технопарки. Новый мощный центр делового притяжения формируется в районе Смольного, где строится «Невская ратуша» и другие офисно-деловые центры. Здесь много коммерческих помещений, и они хорошо продаются. От этого соседства выигрывают и прилегающие территории, это мы видим, например, в нашем деловом центре «Базель», который строится на улице Новгородской. Два этажа современных офисных площадей пользуются высоким спросом. В «золотом треугольнике» ни нового строительства, ни реконструкции существующих зданий уже, наверное, не предвидится. Строить практически негде, реставрировать — долго и дорого, и в текущем законодательном поле это практически нереализуемая задача.

G: Бизнес переедет в спальные районы?

В. С.: Конечно, в спальных районах бизнес-центры не появятся. Будут развиваться территории, расположенные между спальными районами и центром — так называемая зона «серого пояса». Здесь возможно и новое строительство, и редевелопмент площадей промышленных предприятий. Хорошая офисная наполненность постепенно становится свойственна набережным, где формируются магистрали непрерывного движения, — Свердловской, Выборгской, Петроградской. Возможно также развитие территорий вдоль активных магистралей: площадь Конституции, район Пулково, Лахта. Хороший трафик привлекателен с точки зрения собственников бизнеса, сотрудников и клиентов.

G: Все это в отдаленной или ближайшей перспективе?

В. С.: Стереотипы менять сложно, а стереотипы, связанные со статусом, меняются десятилетиями. Востребованность помещений в центральных районах, историческом центре будет высока в ближайшие 5–10 лет. Перемещение бизнеса из центра — это не быстрый процесс. Пока не переедет власть, пока не будет активно развиваться транспортная инфраструктура, пока не появится новый центр делового притяжения, ситуация не изменится. И решение этого вопроса не под силу отдельным инвесторам, должна быть единая стратегия развития, в которой заинтересованы и власть, и бизнес.

G: Изменились ли требования арендаторов и покупателей к качеству помещений?

В. С.: Вкладываясь в собственный офис, человек предполагает пользоваться им долго и задумывается о том, чтобы через несколько лет не возникло проблем с инженерией. Энергетическая мощность и тепло — параметры, которые важны и для коммерческих, и для офисных помещений. Чем плохи переделанные квартиры на первых этажах — пробки вылетают, особенно в старом фонде. Поэтому помещения во вновь построенных или недавно реконструированных зданиях более ликвидны и востребованы, но и более затратны с точки зрения первоначальных инвестиций.

G: А с точки зрения размера площадей?

В. С.: В какой-то момент наблюдался некоторый дефицит небольших помещений (50–100 кв. м), и не только в центре. Это была обратная сторона крупных планировочных решений, когда девелоперы проектировали огромные пространства, не представляя, на кого они рассчитаны. Помещения более 400 кв. м пустовали, а мелким предпринимателям селиться было некуда. Сейчас происходит рационализация потребностей и предложения. Наши специалисты, как правило, проектируют площади с учетом потребностей потенциальных покупателей.

G: В чем это выражается?

В. С.: Метраж офисных помещений зависит от размера бизнеса и количества сотрудников. Есть санитарные нормы и элементарные параметры удобства: одному человеку в среднем вряд ли нужно более 10 кв. м, если это не руководитель. Прогноз развития площадей связан со здоровьем экономики в целом. Это наглядно продемонстрировал 2008 год: многие увольняли сотрудников, сокращали площади, переезжали из бизнес-центров класса А в класс В и т. д. Если бизнес развивается, он набирает новых сотрудников, а значит, его аппетиты в смысле площадей будут расти. Когда экономика восстанавливается, метраж офиса соответствует численности работающих в нем людей. Возвращаясь к нашему проекту «Базель»: в этом бизнес-центре представлены офисы самых различных планировок площадью от минимально возможных 17 кв. м до 735 кв. м. Часть из них имеет свободную планировку — крупные площади (600–1000 кв. м) покупателю удобнее и выгоднее обустраивать под себя самому.

G: А если говорить о коммерческих помещениях?

В. С.: Их метраж обусловлен функциональным назначением: будет ли там аптека, банк или кафе. Например, в деловом центре «Базель» под химчистку отводится помещение площадью 37 кв. м, а под фитнес-центр — более 1200 кв. м. При этом помещение для фитнеса имеет все необходимое для устройства системы кондиционирования и повышенную электрическую мощность (250 кВт). В элитном доме «Таврический» (проспект Чернышевского, 4) коммерческие помещения занимают три этажа, и их техническая оснащенность (с учетом месторасположения в историческом центре) позволяет использовать их более разнообразно — это могут быть офисы, выставочные залы, галерея. В жилых объектах комфорт-класса, строящихся в динамично развивающихся районах города, коммерческие площади занимают первые этажи и, как правило, имеют более мелкую нарезку. Основное предназначение таких площадей — аптеки, салоны красоты, продуктовые магазины.

G: Существуют ли какие-то индивидуальные критерии подбора помещений?

В. С.: После месторасположения и метража самое главное — соотношение цены и возможностей. У каждого бизнеса своя специфика. Отделению банка или магазину нужен отдельный вход, место для вывески, витринные окна. У проектной организации, в которую ходит ограниченное количество посетителей, вход может быть со двора, а офис на любом этаже. Покупатель стал более рациональным, стал считать и думать на шаг вперед при принятии решения. У каждого есть выбор: строить самому или покупать готовое помещение. Вкладываться в проектирование и строительство, прокладывать коммуникации, проходить процедуры согласования — если это сделает девелопер, затраты бизнесмена будут ниже. Это более долгосрочное и выгодное вложение, а современное поколение бизнесменов умеет считать. ■