Коммерсантъ
Санкт-Петербург

Цветные тематические страницы №17–20 являются составной частью газеты«Коммерсантъ».

Рег. №01243 22 декабря 1997 года. Распространяются только в составе газеты.

Подписчики получат цветные тематические страницы:«Дом», «Телеком»,«Банк»,«Страхование», «Стиль»,«Рождество»и другие.

коммерческая недвижимость

www.kommersant.ru/region/spb Четверг 25 апреля 2013 №73 (№5104 с момента возобновления издания)

Процесс перемещения складских и производственных помещений в район КАД и за КАД продолжается в течение последних пяти лет. С точки зрения логистики и организации транспортных потоков этот процесс вполне логичен и способствует оптимизации бизнеса. Однако в центре города продолжают работать складские объекты, и доля таких строений — по всем параметрам устаревших объектов — занимает до 50% от общей площади складских помещений города.

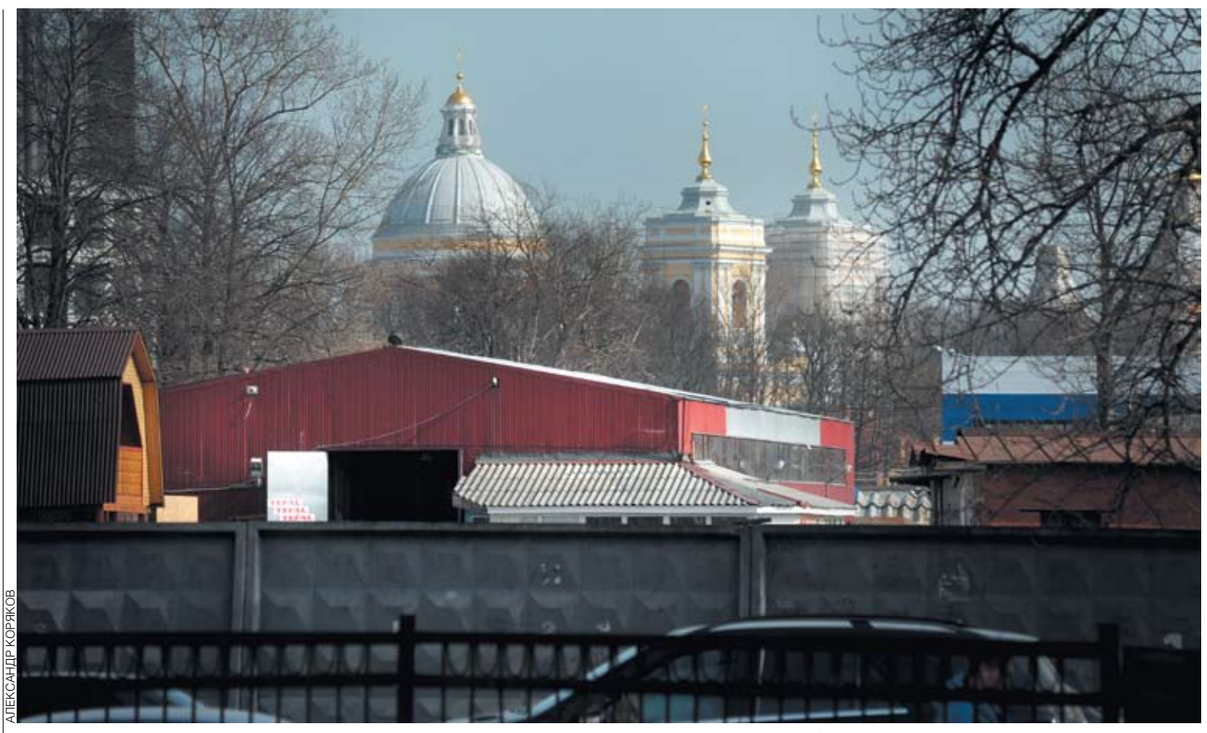
Устаревшая половина

склады

На сегодняшний день склады в центре города не востребованы, поскольку их размещению сильно препятствует ограничение движения крупногабаритных машин во многих районах города.

Андрей Амосов, заместитель директора по сдаче в аренду в Санкт-Петербурге компании Raven Russia, считает, что с точки зрения современного предприятия и логистики наличие складов в центре города совершенно неестественно. «Против такой идеи работает практически все: ограничение по движению крупногабаритного транспорта, плотный городской трафик, не дающий возможности спрогнозировать время доставки, запрет на движение по ряду магистралей. Поэтому мы не видим ни одного проекта современного складского комплекса в центре города. На этом рынке представлены склады класса С и ниже, но их доля в общем объеме неуклонно падает, а рыночная ставка не поддается прогнозированию. Единственный потребитель — небольшие частные магазины и локальные производства, но и для них содержание подобного объекта весьма обременительно», — говорит господин Амосов. При этом, как ни странно, долю таких «архаизмов» господин Амосов оценивает в 50% от общей площади складских помещений в городе.

Тем не менее ряд отраслей бизнеса пока еще не готовы отказаться от использования перевалочных складов в центре города. «В целом подобные объекты не пользуются большим спросом и могут быть интересны компаниям, имеющим производственные площади в Петроградском или Выборгском районах. Полагаю, что и они вскоре оптимизируют свой бизнес, переведя и производственные, и складские площади за пределы КАД», — считает Вера Бойкова, руководитель отдела индустриальной недвижимости Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate.


АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

Среди владельцев складов в центре отсутствуют институциональные инвесторы, что определяет нестабильный характер отношений арендодателя и арендатора

Владислав Фадеев, руководитель отдела маркетинга департамента консалтинга GVA Sawyer, говорит: «В первую очередь склады в центральной части города нужны для крупных сетевых продуктовых компаний для организации так называемых „распределительных центров“ (в такой небольшой склад централизованно поставляется товар большегрузным транспортом, а потом развозится мелкими партиями по точкам продаж на небольших автомобилях, основная цель такого подхода — снижение логистических издержек). Вторая группа потребителей складов (существенно меньше первой) — различные торговые компании, не имеющие больших торговых площадей (для хранения товаров непосредственно в торговых залах), но ориентированные на конечных потребителей, не готовых ехать на окраины города за товаром или услугами. В качестве примера таких компаний можно назвать интернет-магазины, центры хранения шин и шиномонтажа и пр. Именно для этих категорий компаний нужны склады в центре. В остальных случаях с учетом стоимости земли в центральной части целесообразнее строить и арендовать склад на окраине».

Господин Амосов отмечает, что среди владельцев таких помещений отсутствуют институциональные инвесторы, что определяет нестабильный характер отношений арендодателя и арендатора.

Аналитики говорят, что высококачественные современные склады, расположенные за пределами Петербурга, чаще всего относятся к классу А, тогда как «городские» складские площади обычно не выше класса В, а гораздо чаще — класса С.

Согласно последним исследованиям аналитиков Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate, годовые арендные ставки в первом квартале 2013 года в складских комплексах класса А за квадратный метр в среднем составили $184 без учета НДС. В складских комплексах класса В по итогам первого квартала средняя арендная ставка составила $147 за квадратный метр в год с учетом коммунальных услуг и операционных расходов. По данным же компании «Энерго-логистик», ставки аренды на складах в центре в настоящее время составляют 350–400 рублей за квадратный метр в месяц включая НДС.

Коммерческий директор компании «Энерго-логистик» Павел Смирнов говорит, что за последние 5–7 лет доля складов в центральной части города сокращается, но не из-за их реконструкции и сноса. В большей степени их доля в общегородской складской площади очень значительно сокращается за счет ввода в эксплуатацию (за этот же отрезок времени) большого количества современных логистических комплексов как внутри кольца (MLP — в Уткиной Заводи, на Парнасе — «Интер-терминал»), так и за пределами КАД, но в непосредственной близости к городу, на основных магистралях в пределах 10–15 км от КАД.

«Склады в центре города относятся к категории В–, а в основном к категории С. Площадь таких складов может колебаться от 300 до 400 кв. м. Арендаторами таких помещений являются небольшие компании, которые занимаются продажей товаров народного потребления, продуктов питания с длительными сроками хранения, канцелярией, посудой, мебелью», — рассказывает господин Смирнов.

«Безусловно, тенденция сокращения складов в центре города будет продолжаться, но ее темпы зависят от множества факторов, и когда складов в центре города не будет — сказать достаточно сложно», — говорит господин Смирнов.

Участники рынка уверены, что появление новых складов в центре исключено. Роман Евстратов, директор по развитию бизнеса «S.A.Ricci — Санкт-Петербург», говорит, что строить складские объекты имеет смысл, только если стоимость земли, на которой они возводятся, находится в пределах $50–60 за квадратный метр. В центре найти подобные участки крайне затруднительно. «Даже если рассматривать территории бывших промышленных предприятий, которые пройдут процедуру редевелопмента, стоимость участков в этих проектах будет не такой низкой», — говорит он.

ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

страница 18
Общепит на голодном пайке
Ресторанам и кафе не хватает помещений для развития

страница 19
Телеком тяготеет к комплексным решениям
Требования арендаторов постоянно возрастают

страница 19
Защищенная торговля
Многофункциональные комплексы «тянут» за собой охранный рынок

страница 20
Альтернатива городским проектам
Рынок рекреационной инфраструктуры для активного отдыха все еще свободен от острой конкуренции

коммерческая недвижимость

Общепит на голодном пайке

Ресторанам и кафе не хватает помещений для развития

пространство для бизнеса

Рынок общественного питания в Петербурге активно развивается, но, как говорят участники рынка, сегодня главным тормозом является дефицит помещений, отвечающих всем необходимым требованиям: соответствующих санитарным правилам и нормам, расположенных в местах с высокой проходимостью и совмещающих необычный дизайн с функциональностью.

АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

Операторы общепита остаются одними из лидеров среди арендаторов коммерческой недвижимости в Петербурге, развивая существующие бренды и создавая новые форматы

Российский рынок общественного питания отличается высокой инвестиционной привлекательностью и, несмотря на динамичное расширение этой индустрии в последние годы, обладает значительными перспективами дальнейшего роста. «На сегодняшний день рынок восстановился, полностью компенсировал последствия негативного влияния финансового кризиса 2008–2009 годах и вышел на устойчивый восходящий тренд. В 2010 году рынок вырос на 10 процентов, до 780 млрд рублей. По итогам 2011 года его объем составил уже более 900 млрд рублей, темпы роста год к году в номинальных ценах сформировались на уровне около 16 процентов (в товарной массе — около 6 процентов). В 2012 году динамика оставалась высокой — рост составил 12–14 процентов. В среднесрочной перспективе, исходя из текущих макроэкономических прогнозов и сложившейся на сегодняшний день конъюнктуры рынка общественного питания, мы ожидаем сохранения устойчивой высокой динамики роста российской индустрии питания. По прогнозам, в горизонте следующих 4–5 лет, при условии сохранения стабильной макроэкономической ситуации CAGR рынка будет формироваться на уровне около 13,5 процента. Средние темпы роста в товарной массе составят 5,5–6 процентов. Таким образом, в течение следующего пятилетия рынок вырастет более чем в два раза — в 2017 году он может приблизиться к отметке в 2 трлн рублей», — говорит Максим Клягин, аналитик УК «Финам Менеджмент».

Соответственно, спрос на помещения в данном сегменте можно охарактеризовать как растущий. Операторы общепита остаются одними из лидеров среди арендаторов коммерческой недвижимости в Петербурге, развивая существующие бренды и создавая новые форматы. Ряд операторов рассматривает развитие в регионах. Но на экспансию решаются в основном сетевые заведения. Следует отметить, что в Москве и Санкт-Петербурге сконцентрировано около 55,8% всех сетевых заведений России.

При этом в Петербурге ощущается нехватка помещений.

Денис Радзимовский, генеральный директор «S.A.Ricci — Санкт-Петербург», говорит, что количество действительно ликвидных помещений стремится к нулю. «В условиях дефицита предложения операторы общепита запускают новые форматы заведений, например, рестораны на крыше. Сейчас складывается такая ситуация, что любое помещение, удовлетворяющее требованиям оператора общепита, сразу же вымывается с рынка», — говорит господин Радзимовский.

По его данным, на сегодняшний день арендные ставки в премиальных локациях могут достигать 12–15 тыс. рублей за кв. м для небольших площадей, например, на Невском проспекте. В других районах города для помещений до 300 кв. м арендная ставка варьируется от 3 до 5 тыс. рублей за квадратный метр.

Сегодня на рынке сохраняется тенденция по развитию всех сегментов общепита: от фастфуда до люксовых ресторанов. После небольшого затишья в Петербурге вновь стали открываться люксовые рестораны со средним счетом 5–6 тыс. рублей, ничем не уступающие московским и мировым аналогам, например, лаунж-ресторан Buddha-Bar на Синопской набережной, ресторан Jamie's Italian St.Petersburg, принадлежащий британскому повару и ресторатору Джейми Оливеру, откроется на Конюшенной площади в 2013 году.

Одной из тенденций рынка является увеличение доли заведений в спальных районах города, поскольку заметно увеличился процент людей, питающихся вне дома.

Функциональность и удобство — главные составляющие правильного дизайна кафе или ресторана. При планировании интерьера очень важно учитывать особенности заведения и правильно задействовать служебные помещения — обязательно должна обеспечиваться последовательность технологических процессов, а также выполняться ряд требований. К основным из них относятся: изолирование входов и выходов от жилой части здания, соблюдение нормативов уровня шума, поддержание чистоты воздуха при помощи вентиляции. Высота этажа предприятий питания (от пола до пола) принимается не менее 3,3 м. Площадь помещения и количество мест зависит от типа предприятия: от 50 до 200 для ресторанов, столовых и кафе, от 25 до 50 и 100 для винных и пивных баров соответственно.

Расставлять оборудование в зале следует по направлению движения посетителей и персонала, а также необходимо обеспечить свободный подход к раздаточной линии и обеденным столам. При этом не должно нарушаться стилевое решение помещения.

«Из-за большого количества требований, предъявляемых к помещениям общепита, повышенным интересом в последнее время стали пользоваться торговые центры с их большими площадями и высоким потоком посетителей», — говорит Полина Малина, руководитель проектов объединенной проектной группы RedLine.

При этом, отмечает госпожа Малина, некоторые требования к помещениям через месяц с небольшим станут менее жесткими: если раньше остро стоял вопрос о специальном вентилировании залов для курящих, которые обычно располагались во внутренних помещениях, то после принятия Закона «О запрете курения», вступающего в силу с 1 июня 2013 года, этот вопрос отпал.

Ольга Аткачис, руководитель отдела торговой недвижимости Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate, добавляет, что одним из основных требований операторов общепита к помещениям остается необходимое количество киловатт: 15–20 для заведений фастфуда, 20–30 для кафе, 30–60 для ресторанов. «К сожалению, зачастую помещения не отвечают этому требованию, предлагая в среднем 15–20 кВт. В связи с этим одной из тенденций этого сегмента в последние годы стала готовность арендаторов самостоятельно увеличивать количество киловатт до необходимого уровня, вести переговоры с „Ленэнерго“, заниматься согласованием проекта и брать на себя связанные с этим расходы в счет арендной платы», — говорит госпожа Аткачис.

ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Офисы прибавляют метры

Сохраняя перенос в уме

бизнес-центры

В первом квартале 2013 года в Петербурге был введен в эксплуатацию только один качественный бизнес-центр вместо запланированных шести.

Такие данные приводятся в исследовании Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate. Открытие остальных пяти проектов, запланированное на первый квартал 2013 года, было перенесено на более поздние сроки. По итогам отчетного периода рынок качественных офисов Санкт-Петербурга насчитывает 1809,5 тыс. кв. м арендопригодных площадей.

Во втором-четвертом кварталах 2013 года, по подсчетам Astera, ожидается открытие шестнадцати бизнес-центров суммарной арендопригодной площадью 235,6 тыс. кв. м. В другой компании, Jones Lang LaSalle, ввод прогнозируют еще больший: 285 тыс. кв. м офисных площадей, что в два раза больше аналогичного показателя 2012 года.

«При этом высока вероятность того, что часть из них будет перенесена на 2014 год», — сомневаются аналитики Astera.

По данным Jones Lang LaSalle, в настоящее время на разных этапах активного строительства находится около 40 бизнес-центров суммарной арендуемой площадью около 0,5 млн кв. м. Но эти объемы запланированы к вводу в течение трех лет.

Среди крупнейших проектов 2013 года в Jones Lang LaSalle называют бизнес-центр «Лидер Тауэр» (арендуемая площадь — 38 тыс. кв. м); бизнес-центр «Невская ратуша», первая очередь (37,9 тыс. кв. м без учета центрального административного корпуса); «Ренессанс Правда» (19,3 тыс. кв. м), «Технополис Пулково», вторая очередь (18,8 тыс. кв. м); «Преображенский» (20 тыс. кв. м); «Сенатор» на улице Профессора Попова (18,4 тыс. кв. м) и «Ренессанс Премиум» (13,6 тыс. кв. м).

«Внимание девелоперов по-прежнему привлекают наиболее востребованные, понятные и привычные как застройщикам, так и арендаторам локации — центральная и южная части города (в частности, Московский район), поскольку они обладают более развитой дорожно-транспортной инфраструктурой по сравнению с северной и северо-западной частями Санкт-Петербурга (Приморский, Выборгский районы). Основное строительство ведется в Московском, Центральном и Петроградском районах Санкт-Петербурга. На первый из перечисленных приходится более половины всего объема строительства в 2013–2015 годах в нецентральных локациях», — рассказали в Jones Lang LaSalle.

Консультанты Astera отметили высокую активность в течение рассматриваемого периода со стороны строительных и производственных компаний, ритейлеров бытовой техники и электроники, а также предприятий сферы услуг.

В Jones Lang LaSalle спрос в сегменте аренды офисных площадей в первом квартале констатировали со стороны компаний, работающих в IT-сфере, а также в сфере разработки недр. Объем чистого поглощения офисных площадей, по данным Jones Lang LaSalle, за квартал составил 26,3 тыс. кв. м. По итогам первых трех месяцев количество свободных площадей немного увеличилось — с 168,5 тыс. (7,8%) до 173,5 тыс. кв. м (7,9%). При этом основной рост произошел в сегменте бизнес-центров класса А (с 10,7 до 11,7%).

При этом, по данным Astera, около 50% бизнес-центров имели практически нулевую вакансию.

«По итогам первого квартала 2013 года мы наблюдали небольшое увеличение средних арендных ставок в классах А и В — в среднем на 2–3 процента в рублевом выражении, или 4–5 процентов в долларовом выражении. Уровень ставок составляет $350–430 за квадратный метр в год в бизнес-центрах класса А и $270–350 за квадратный метр в год в бизнес-центрах класса В. При этом крупные арендаторы, которые готовы арендовать более 500 кв. м, могут претендовать на определенную скидку со стороны собственника помещения», — говорят в Jones Lang LaSalle.

Вероника Лежнева, руководитель отдела исследований компании Jones Lang LaSalle в Санкт-Петербурге, прокомментировала: «В 2013 году ожидаемый объем ввода офисных площадей станет самым крупным с 2009 года, когда на рынок выводились проекты, реализованные в период первого строительного бума 2006–2007 годов. Несмотря на это, мы не ожидаем проседания ставок аренды на рынке. Однако их рост в силу большого объема нового предложения также не предвидится. Отчасти это объясняется пониманием игроков того, что докризисный уровень стоимости аренды офисных помещений в ближайшей перспективе недостижим. С другой стороны, каждый новый объект создает определенную конкуренцию на рынке и привлекает арендаторов коммерческими условиями и современным уровнем качества».

РОМАН РУСАКОВ

На пустое место

Свободных зданий под новые производства в городе нет

индустриальная недвижимость

Рынок по-прежнему продолжает испытывать нехватку производственных помещений. Определенным тормозом в развитии этого сегмента девелопмента выступает то, что, в отличие от бизнес-центров или торговых объектов, рынок производственных помещений слабо ориентирован на спекулятивное строительство.

Производственные площади — это сложный продукт, который требует больших вложений, специального участка земли, где возможно размещение и функционирование производства. Помимо самого здания любой производственный объект, предполагающий простую сборку или производственный процесс от начала до конца, требует также подключений коммуникаций, причем намного большего объема, чем предполагается, например, для складского комплекса.

Поэтому, говорят участники рынка, строить не под конкретного заказчика, ориентируясь на некий собирательный портрет «производственника», практически никто не решается.

Сергей Игонин, управляющий партнер холдинга «АйБи Групп», вице-президент Гильдии управляющих и девелоперов, говорит: «Я не слышал ни об одном производственном здании, которое бы строили вне рамок технопарка и под непонятного клиента. Это невозможно, потому что производство имеет массу своих требований и ограничений, а производственное здание должно полностью соответствовать всем нюансам, связанным с классом вредности, с технологией и прочими ограничениями». И даже в промышленных парках, в технопарках девелоперы стремятся продавать землю, а не готовые производственные помещения. Их задача — подготовить площадку, решить все вопросы: правовые, планировочные, вопросы инженерного обеспечения территории.

Александр Паршуков, директор управления паевых земельных фондов ЗАО «ВТБ Капитал Управление активами», также считает, что спекулятивное строительство производственных помещений нерентабельно. «Любое предприятие имеет в основе индивидуальную технологию, которая определяет как характеристики необходимого помещения, так и инженерные мощности по всем видам сетей. Эти параметры могут сильно варьироваться, предугадать их значения, держа в голове некое абстрактное производство, невозможно. Таким образом, на такой товар будет очень сложно найти покупателя», — объясняет он.

В результате часто под производства переоборудуются склады, которых в Санкт-Петербурге достаточно много — такие примеры есть в Уткиной Заводи, на Московском шоссе (АКМ «Лоджистик»). «Это все примеры не от хорошей жизни. Изначально эти здания строились как складские: и конструктивные особенности, и инженерное обеспечение, и даже ставка — все это рассчитывалось для складской функции. Но так как не было арендаторов на эти складские помещения, собственники и управляющие компании вынуждены были сдавать их под производство», — говорит господин Игонин.

Вера Бойкова, руководитель отдела индустриальной недвижимости Astera в альянсе с BNP Paribas Real Estate, рассказала: «Рост спроса на земельные участки под строительство складских объектов, наметившийся в 2012 году, продолжается. Эта тенденция отражается как в активном развитии такого формата, как индустриальные парки, в которых предоставляется возможность размещения производственных и складских помещений, которые строятся под конкретного арендатора. Дефицит качественного предложения и, как следствие, потребность в новых проектах все еще являются одними из определяющих характеристик этого сегмента».

Одиночных проектов промышленных зданий сегодня крайне мало. «Строительство в индустриальном парке предпочтительнее в связи с тем, что инвестиции на общие нужды и возникающие проблемы распределяются между всеми резидентами парка, а риски во многом берет на себя девелопер данной территории, — считает Наталья Затейщикова, консультант отдела складских площадей Jones Lang LaSalle в Санкт-Петербурге. — Строить с нуля (так сказать, „в поле“) могут позволить себе крупные компании, у которых есть свободные финансовые средства или доступ к недорогому заемному финансированию».

Госпожа Затейщикова подтверждает, что спекулятивных проектов, которые реализовывались в расчете только на промышленные компании, нет. «Складские проекты имеют возможность разместить на своей территории производство, но зачастую только легкую сборку, поскольку существуют проблемы с необходимым объемом электрических мощностей, воды, а также с отсутствием подключения технологического газа», — перечисляет она «подводные камни» складского переоборудования.

Также есть советские заводские площади под редевелопмент, которые арендуются или покупаются, и на их месте размещают либо производства, либо территория меняется до неузнаваемости и уже на месте бывшего завода начинает возводиться бизнес-центр или жилье. «С точки зрения любого производства старые советские площадки (если, конечно, по градплану на площадке можно развивать производство) — это „золотое дно“, так как зачастую их обеспеченность электроэнергией и в целом подготовленность к производственной деятельности позволяет вложиться только в улучшение непосредственно самих помещений», — отмечает госпожа Затейщикова.

Что касается мелких производств, которым требуется помещение до 1000 кв. м, то для них строительство собственного здания нерентабельно, им предпочтительна аренда готового объекта. «Такую задачу может решить „производственный центр“ — универсальное производственное здание, помещения в котором могут нарезаться на блоки различной площади и сдаваться в аренду нескольким компаниям. Но надо учитывать, что для инвестора такой продукт является очень сложным в управлении, и если говорить о выходе из проекта, практически непродаваемым», — говорит господин Паршуков.

ОЛЕГ ПРИВАЛОВ

Тематические страницы отпечатаны в типографии ООО «ЛД-ПРИНТ». 196644, Санкт-Петербург, Колпинский р-н, пос. Саперный, территория предприятия «Балтика», д. б/н, лит. Ф. Заказ № 5234

Телеком тяготеет к комплексным решениям

Требования арендаторов постоянно возрастают

связь

Наиболее популярными услугами связи в бизнес-центрах остаются интернет и телефония, однако со временем собственники и арендаторы бизнес-центров нуждаются в современных технологиях, которые заставляют провайдеров постоянно развиваться. Рынок прирастает в год незначительно, однако спрос на интернет в бизнес-центрах будет всегда, поэтому операторы могут спокойно инвестировать в свое технологическое усовершенствование.

По оценкам экспертов, оборот b2b-рынка связи в Петербурге составляет 10–11 млрд рублей. Наталья Резникова, директор по маркетингу и рекламе компании «Смарт Телеком», оценивает прирост рынка интернета и телефонии в бизнес-центрах в 4–5% по отношению к прошлому году.

В основном в бизнес-центрах Петербурга работают представители «большой тройки» — «ВестКолл», «Обит», «Смарт Телеком». На профильном рынке действуют и так называемые «карманные» операторы, например, «Теорема-Телеком», «Сенатор-Телеком», созданные для обеспечения связи в одноименных бизнес-центрах, и домашние сети, расширяющие свой бизнес.

Традиционный спрос на интернет-услуги и телефонию в бизнес-центрах дополняется желанием собственников и арендаторов получать новые технологии. Мария Винарская, заместитель коммерческого директора компании «ПиН Телеком», констатирует, что с каждым годом растут требования к качеству и объему услуг, в том числе телекоммуникационных, предъявляемые арендаторами при выборе будущего офиса. «Помимо цифровой телефонной связи и широкополосного доступ в интернет, у бизнеса востребованы такие услуги, как веб-хостинг, co-location, видеоконференцсвязь, цифровое телевидение (IP-TV) и виртуальные частные сети (VPN)», — говорит госпожа Винарская. По ее оценке, одной из основных тенденций в бизнесе на сегодняшний день является минимизация издержек и оптимизация расходов. «Такая услуга, как аудиоконференция с веб-поддержкой, расширяя возможности внешних и внутренних корпоративных коммуникаций, позволяет, к примеру, избежать затрат на командировки сотрудников», — приводит пример Мария Винарская.

Илья Рошаль, заместитель руководителя коммерческого отдела по инвестиционным проектам Санкт-Петербургского филиала «ВестКолл», видит растущий спрос компаний на мобильные решения, передачу голоса и видео, интеграцию с CRM, PLM, ERP и другими бизнес-приложениями, на услугу видеонаблюдения. «Все это становится производственной необходимостью. Вообще будущее — за комплексностью услуг. Этому тренду стараются следовать сейчас все успешные операторы», — рассказывает господин Рошаль.

Приоритет проводу

Чаще всего арендаторы бизнес-центров пользуются проводным интернетом. Андрей Гук, генеральный директор универсального оператора связи «Обит», говорит, что среди крупных и средних арендаторов мобильным интернетом и Wi-Fi не пользуется вообще никто, среди мелких — примерно 20–30%. «Если брать общее количество арендаторов бизнес-центров города, то беспроводными решениями пользуются, по нашим данным, 5–7 процентов. Преимущества проводного интернета — это скорость, надежность, безопасность. У мобильного преимуществом является цена, а также возможность пользоваться им не только в офисе. Хотя последнее преимущество актуально для небольшого числа корпоративных клиентов, но для совсем небольших фирм и компаний, для индивидуальных предпринимателей оно тоже может быть значимым», — полагает господин Гук.

По мнению Марии Винарской, надежность проводного интернета является его главным преимуществом для арендаторов в бизнес-центрах класса А и В. Илья Рошаль называет беспроводной интернет идеальным бизнес-решением для организации выставок, проведения семинаров и конгрессов.

Инфраструктурный вопрос

И для подключения проводного интернета, и для проведения Wi-Fi в бизнес-центре нужна одна и та же инфраструктура. Причем для организации точки Wi-Fi нужна еще и установка специального оборудования, что делает инфраструктуру беспроводного подключения более дорогой. «В идеале при строительстве и подготовке к сдаче бизнес-центра должны учитываться будущие потребности операторов связи: должны закладываться специальные инфраструктурные приспособления для последующего размещения кабеля, телекоммуникационных устройств. Тогда подключение каждого арендатора будет проходить легко. Но если на этапе строительства об этом не задумывались, или бизнес-центр вообще организован в здании, не предназначенном для этой цели, то тогда каждое подключение становится приключением», — говорит Андрей Гук.

Илья Рошаль констатирует: если в бизнес-центре нет грамотно спланированной структурированной кабельной сети, здание центра будет опутано проводами всевозможных операторов, которые портят внешний вид здания и мешают друг другу.

Правда, по наблюдениям интернет-провайдеров, в последние три-четыре года практически все введенные в эксплуатацию бизнес-центры имеют необходимую для операторов инфраструктуру.

Связная конкуренция

Мария Винарская из «ПиН Телеком» считает, что чаще всего выбором операторов связи занимаются управляющие компании. «Некоторые из них стремятся оптимизировать собственные доходы, для этих целей на площадку вводится один „эксклюзивный“ оператор, который удерживает цены на услуги на определенном уровне, согласованном с управляющей компанией, и делится заработанным в виде агентского вознаграждения. Порой эксклюзив, полученный когда-то, теряется провайдером в связи с тем, что новый оператор сумел заинтересовать собственника или управляющую компанию своим предложением», — рассказывает госпожа Винарская.

По данным Андрея Гука, доля бизнес-центров, в которых присутствует только один оператор, не превышает 20%. «В этой ситуации заключить договор с оператором, не представленным в бизнес-центре, то есть напрямую, может якорный арендатор. У обычного арендатора с небольшим офисом на это нет шансов», — думает руководитель компании «Обит».

Директор департамента коммерческой недвижимости АРИН Екатерина Лапина называет наиболее правильным формат, когда в бизнес-центре есть эксклюзивный договор с одним оператором связи, который в свою очередь имеет право и обязательство перед арендодателем и арендатором заключать договор субподряда с другими организациями. «Насколько мне известно, большинство бизнес-центров идут именно по этому сценарию. Эта схема удобна всем сторонам», — говорит госпожа Лапина.

Как правило, бизнес-центры имеют от одного до пяти операторов связи. «Прямые договоры — самая распространенная и самая простая схема взаимодействия между арендатором и оператором. При этом существует ряд бизнес-центров, которые имеют свои собственные лицензированные телеком-службы. Имеет место и агентская схема работы операторов и БЦ», — перечисляет Илья Рошаль.

По оценкам операторов, чаще стала встречаться ситуация, когда еще при строительстве бизнес-центра управляющая компания проводит тендер, в котором может участвовать до десяти альтернативных операторов, и договоры заключаются сразу с несколькими операторами, что создает конкуренцию и дает арендаторам возможность выбора.

Как попасть в бизнес-центр

Однозначно ответить на вопрос о том, как интернет-провайдеры попадают в бизнес-центры, невозможно. Игроки рынка констатируют, что в каждом случае это происходит по-разному: где-то проводятся конкурсы, а где-то играют первостепенную роль личные договоренности или рекомендации партнеров.

«Сетевой» фактор также может стать определяющим критерием присутствия оператора. «Логично, что если оператор присутствует в одном бизнес-центре сети, то он с большой вероятностью получает преференции от собственника и на доступ к следующему объекту», — говорит Илья Рошаль.

Наиболее редкий путь оператора в бизнес-центр — это корпоративные нормы работы с поставщиками услуг, в том числе услуг связи. По словам представителя компании «ВестКолл», это распространенная практика у компаний, имеющих иностранные корни и входящих в большие группы. По корпоративным стандартам такие компании обязаны пользоваться во всех странах или городах присутствия только одним поставщиком услуг.

ВЛАДА ГАСНИКОВА

Защищенная торговля

Многофункциональные комплексы «тянут» за собой охранный рынок

безопасность

Активно развивающийся рынок торговых помещений тянет вверх и рынок услуг по безопасности. Торговые центры пользуются услугами охранных компаний, чтобы застраховаться от материальных и репутационных издержек, а также чтобы обеспечить безопасность собственных посетителей.

АЛЕКСАНДР ЧИЖЕНОК

Система охранного видеонаблюдения является одним из наиболее популярных средств безопасности в торговых центрах

По данным Colliers International, в Петербурге действует 91 торговый центр, 42 гипермаркета, 25 DIY-центров и восемь мебельных центров площадью свыше 4 тыс. кв. м, суммарная торговая площадь составляет 3 млн кв. м. Все эти площади, как и торговые центры поменьше, охраняются либо с привлечением профессиональных предприятий, либо собственными силами сотрудников торговых центров.

Среди лидеров рынка охраны торговых комплексов эксперты называют компании An-Security, SLC-Fort, «Арес». Порой собственники торговых площадей охраняют их своими силами, однако профессиональные охранные предприятия называют подобную политику безопасности неверной, поскольку она имеет большие риски.

Евгений Плотников, первый заместитель генерального директора ГК «Росохрана Телеком», называет наиболее популярными средствами безопасности, которые используются в торговых центрах, систему охранного видеонаблюдения, систему контроля доступа, физическую охрану, охранно-пожарную и тревожную сигнализации.

В охране нуждаются все помещения

Руководитель направления «Недвижимость» компании «Цезарь Сателлит Северо-Запад» Ирина Серкова рассказывает, что сегодня компания предлагает собственникам торговых центров охранно-пожарную сигнализацию, комплектуемую набором датчиков, который зависит от требований к безопасности объекта. «Все датчики подключаются на скрыто установленную контрольную панель, которая в случае нештатной ситуации передает сигнал в диспетчерский центр. Сигнал может быть передан по телефонной линии, каналу VPN GPRS и выделенному интернет-каналу. Дублирование каналов повышает надежность связи и обеспечивает точное и своевременное реагирование на тревожную ситуацию. Приняв сигнал, оператор незамедлительно извещает соответствующие службы, в компетенцию которых входит данный случай, — МВД, МЧС, „аварийку“. Всегда на дежурстве и собственные экипажи реагирования „Цезаря“. При установке системы видеонаблюдения информацию с камер может получать владелец объекта или собственная служба безопасности», — поясняет госпожа Серкова.

Евгений Плотников замечает, что в торговом центре, помимо обеспечения безопасности служебных помещений, мест общего пользования, коридоров и арендуемых площадей, в защите нуждаются и отдельные помещения, любые пристройки, а также банкоматы и терминалы, расположенные на входе и в холлах центра.

Александр Ионов, коммерческий директор «S.A.Ricci — Санкт-Петербург», партнер, рассказывает, что в общих зонах торгового комплекса устанавливается система видеонаблюдения, которая подразумевает наличие разнообразных камер и регистраторов. «В торговых помещениях арендаторы устанавливают дополнительные средства охраны: сигнализационные устройства (пультовая охрана, тревожная кнопка), собственные системы видеонаблюдения. В крупных современных торговых комплексах начинают применять инновационные средства охраны. Например, в одном из торгово-развлекательных комплексов Петербурга установлены специальные датчики, которые распознают эмоции людей. Далее информация с них поступает операторам, которые начинают наблюдение за указанным человеком и в случае необходимости передают соответствующую информацию сотрудникам службы безопасности», — говорит господин Ионов.

Традиционно плата за использование общих систем охраны для арендаторов включена в операционные расходы.

Наиболее оперативным и надежным способом реагирования на сигналы тревоги Евгений Плотников называет реагирование силами групп задержания вневедомственной охраны полиции. «Около 300 экипажей профессионально подготовленных и вооруженных полицейских ведут круглосуточное дежурство во всех районах города и области и прибывают на объект в течение нескольких минут. Обладая необходимыми полномочиями, полицейские пресекают правонарушения и проводят необходимые мероприятия в кратчайшие сроки, обеспечивая надежную защиту имущества собственников», — поясняет господин Плотников.

Безопасность — дело техники

Уровень безопасности торговых помещений повышается с развитием технических решений. Например, интернет-провайдер ТКТ предлагает варианты дистанционного видеомониторинга офисов, складских и торговых помещений. «Мониторинг осуществляется с помощью системы беспроводных сенсоров и обеспечивает полный контроль офисного пространства, оперативно отсылая владельцу информацию о событиях, происходящих в офисе в период его отсутствия. Система настройки позволяет выбрать индивидуально для каждого номера телефона те оповещения, информация о которых необходима его держателю. Например, на номер начальника охраны могут поступать только сообщения о тревожных случаях, на номер директора — только уведомления об активации/деактивации системы для контроля времени открытия офиса», — рассказывают в компании ТКТ.

Охранные предприятия чаще всего используют зарубежное оборудование фирм DSC, Jablotron, Paradox, CADDX. Наиболее крупные охранные компании ведут разработки собственного оборудования. Стоимость оборудования и его монтажа зависит от производителя, размеров и сложности охраняемого помещения, уровней риска.

По оценке Евгения Плотникова, диапазон цен на услуги пультовой охраны достаточно широк и может колебаться от 1,5–2 тыс. до 5–7 тыс. рублей в месяц за помещение внутри торгового центра.

«Конъюнктура рынка диктует свои правила, и, несомненно, услуги охраны сегодня становятся доступнее, чем, например, два года назад», — считает Ирина Серкова.

Дмитрий Шмидт, генеральный директор компании «Арес», говорит, что обычно управляющие компании, которые занимаются эксплуатацией торговых площадей, уже имеют свои частные охранные предприятия (ЧОП) или создают их специально под открытие торговых площадей.

Александр Ионов говорит, что выбор охранного предприятия зачастую проходит еще на начальном этапе строительства комплекса путем проведения тендера или конкурса.

Евгений Плотников называет стандартной ситуацию, когда в одном торговом центре услуги представляют несколько частных охранных предприятий. Объясняется это в том числе тем, что крупные якорные арендаторы предпочитают работать в большинстве своих точек с одним партнером.

По оценке Дмитрия Шмидта, чаще всего техническая охрана является индивидуальным решением арендатора. «Он может заключить договор с любым охранным предприятием. Общая площадь всего торгового центра находится под физической охраной одного ЧОП», — говорит господин Шмидт.

Евгений Плотников называет правилом ситуацию, когда в торговых центрах управляющие компании предоставляют арендаторам централизованные услуги охраны. «Безусловно, есть исключения. Это объекты, относящиеся к категории повышенного риска, например, банки или ювелирные салоны. Они предпочитают пользоваться услугами вневедомственной охраны», — рассказывает представитель компании «Росохрана Телеком».

По данным Александра Ионова, чаще всего арендаторы заключают локальный договор с той компанией, которая осуществляет охранную деятельность в других магазинах сети.

ВЛАДА ГАСНИКОВА

НОВЫЙ БИЗНЕС-ЦЕНТР

ул. Заставская,
ст. метро «Московские ворота»

АРЕНДА, ПРОДАЖА.

Тел. 449-19-99

Реклама

коммерческая недвижимость

Возможности для роста с оглядкой на власти

Участники рынка недвижимости ждут помощи от государства

круглый стол

Круглый стол «Коммерческая недвижимость: основные тенденции и возможности для роста», который в конце марта провел ИД «Коммерсантъ», позволил его участникам выявить тенденции в развитии этого сектора, понять, почему отсутствие крупных иностранных инвесторов — не главная проблема коммерческой недвижимости, и определить, что мешает росту показателей этого рынка.

Жилая недвижимость, долгое время локомотивом тянувшая вперед всю отрасль недвижимости, сейчас переживает весьма сложный период, считает генеральный директор группы компаний Hansa Олег Барков. А весьма перспективный, казалось бы, сектор коммерческой недвижимости, который стал жертвой всех негативных событий, происходивших в экономике страны в 2008–2009 годах, теперь, по мнению эксперта, и вовсе «прицепной вагон» к этому составу. Хотя, как поясняет господин Барков, считается, что восстановление рынка коммерческой недвижимости началось в 2011 году после того, как он два года «пролежал на лопатках».

По словам экспертов, несмотря на рост рынка коммерческой недвижимости в 2012 году, до сих пор сохраняются факторы, негативно влияющие на подготовку новых проектов: тут сказываются трудности с утверждением планов строительства объектов в профильных комитетах администрации города и резкое увеличение стоимости выкупа земельных участков, которые находятся в государственной собственности. Еще одна проблема — отсутствие законодательной базы для изменения статуса земельных участков.

По словам старшего юриста юридической фирмы «Дювернуа Лигал» Надежды Знаменской, с 1 января 2013 года в России вступили в силу изменения в Градостроительный кодекс, которыми впервые в рамках данного документа вводятся общие требования к эксплуатации зданий и сооружений. Данными изменениями собственник здания определен в качестве основного лица, ответственного за эксплуатацию здания. При этом собственник также может передать обязательства по эксплуатации здания, например, арендатору или специализированной организации. На лицо, ответственное за эксплуатацию здания, возложены обязанности по осуществлению эксплуатационного контроля здания, ведению журнала его эксплуатации и извещению уполномоченных органов власти и собственников о каждом случае возникновения аварийных ситуаций.

АЛЕКСАНДР КОРЯКОВ

Участники круглого стола констатировали: несмотря на рост рынка коммерческой недвижимости в 2012 году, до сих пор сохраняются факторы, негативно влияющие на подготовку новых проектов

Власти устранились

По словам генерального директора компании «Бестъ. Коммерческая недвижимость» Георгия Рыкова, на декабрь 2010 года в Петербурге из 140 тыс. га городской территории в государственной собственности — как городской, так и федеральной — находилось более 80% земель. Несмотря на это обстоятельство, говорит господин Рыков, государство не является основным продавцом земли в городе. Более того, по его мнению, за последние полтора года петербургские власти практически самоустранились от этого процесса.

Господин Рыков приводит данные, согласно которым в 2010 году ОАО «Фонд имущества Санкт-Петербурга» под многоэтажное жилищное строительство продало 24 земельных участка, в 2012-м — семь участков, а с начала 2013 года — лишь один участок площадью 2,1 га на проспекте Блюхера, права на застройку которого были приобретены за 802 млн рублей.

За последние пять лет, в которые уложились и время кризиса 2008–2011 годов, и полтора года работы нового руководства города, рынок существенно изменился и качественно стал другим. На фоне сокращения объемов предложения покупатели ведут себя очень осторожно, говорит Георгий Рыков. Никто не хочет брать на себя дополнительные риски, связанные с неопределенностью параметров застройки.

«На пике активного роста в 2007–2008 годах на рынке скупалось практически все. Достаточно вспомнить те рекордные цены, по которым продавались участки под жилую застройку на торгах Фонда имущества. А в настоящее время никто не хочет покупать», — отмечает господин Рыков.

По его мнению, наибольшую активность проявляют участники уже сложившегося пула покупателей земли. Это прежде всего крупные застройщики, которые не могут долго простаивать. Они хотят покупать участки с готовыми документами даже в ущерб ликвидности и строить там, поскольку простой может принести крупным компаниям куда больший ущерб.

В пример эксперт приводит бизнес-центр «Марвел», который его компания сдала в эксплуатацию несколько лет назад. Бизнес-центр класса В, площадью 8,88 тыс. кв. м расположен в реконструированном здании недалеко от станции метро «Елизаровская» в Невском районе. С юго-востока он примыкает к бизнес-центру «Эврика», а с севера к площади Бехтерева. Арендная ставка в месяц за квадратный метр составляет 690 рублей, а минимальная площадь аренды — 100 кв. м. По словам господина Рыкова, несмотря на дорогую точку входа и недостаток арендаторов, заниматься этим проектом «компанию заставила синергия».

«К счастью, это локальный объект. Сейчас время требует суперпроекта, строить на окраинах уже бесполезно», — резюмирует господин Рыков. Подтверждение этих слов — другой проект его компании, бизнес-центр «Авеню», расположенный на Аптекарской набережной в Петроградском районе Санкт-Петербурга. По словам Георгия Рыкова, там в данный момент пустует лишь 1% от всей площади. Да и в целом, по его мнению, во всех удачных проектах вакантными остаются менее 5% от общей площади бизнес-центров.

Согласен с ним и управляющий партнер УК «Теорема» Игорь Водопьянов, подтверждающий, что вакантность площадей в бизнес-центрах класса А и В колеблется на уровне 5%. В пример он приводит бизнес-центр «Бенуа» — объект общей площадью 28,4 тыс. кв. м, расположенный в начале Пискаревского проспекта, заполнен арендаторами почти полностью, а вакантными остаются всего 4% площади. К «Бенуа» примыкает целый архитектурный ансамбль «Лето-Зима-Осень», часть которого — бизнес-центры «Лето» (7 тыс. кв. м) и «Зима» (11,84 тыс. кв. м) — уже приняли первых арендаторов в 2012 году, а открытие «Осени» (7,7 тыс. кв. м) запланировано на 2013 год.

Надежда на частного собственника

Директор по исследованиям и консалтингу в недвижимости группы компаний «Аверс» Светлана Шалаева считает, что вакантность офисных площадей во многих бизнес-центрах города на данный момент все же имеет тенденцию к увеличению, поскольку количество площадей прирастает, а количество арендаторов не увеличивается. Теряют клиентов и некоторые бизнес-центры, ранее заполненные годами.

В городе практически свернуты программы по комплексному освоению территорий, отмечает Георгий Рыков. Кроме того, непонятны перспективы освоения земельных участков под линиями ЛЭП, а это, по разным оценкам, примерно 550 га. С учетом позиции городских властей и общественности к уплотнительной застройке стали неактуальными лакуны в существующей жилой застройке города.

«В данной ситуации основные ресурсы рынка — это находящиеся в собственности высвобождаемые территории как промышленных предприятий, расположенных в границах так называемого „серого пояса“ центра города, так и предприятий, расположенных в периферийных районах города, на границах со сложившимися кварталами жилой застройки — это примерно 5,5–6 тыс. га, а также земли сельхозугодий», — поясняет господин Рыков.

Председатель правления корпорации «Матрикс» Алексей Верещагин рассказывает, что на данный момент его компания занята как раз таким проектом — МФК Sky City, который возводится на площадке «Измайловской перспективы». Эта территория, ограниченная Митрофаньевским шоссе, Московским проспектом, набережной Обводного канала и Благодатной улицей, остается едва ли не единственной в центре Петербурга, где еще возможна реализация столь масштабного проекта. Перенос промышленных площадей с этой площадки, отмечает господин Верещагин, уже завершен. Общая площадь МФК Sky City составит 109,397 тыс. кв. м, из которых торговая часть займет 32,95 тыс. кв. м, а офисная — 52,01 тыс. кв. м. Высота комплекса составит 47,5 м, хотя первоначально планировалось, что строение будет в два раза выше — 100 м, но проект пришлось несколько раз переделывать из-за ограничений по высотности. Объект планируется ввести в эксплуатацию в 2016 году. Стартовая цена продаж площадей в МФК составила 100 тыс. рублей за квадратный метр. Успех этого проекта, убеждены в компании-застройщике, гарантирован не только тем, что объект будет расположен в центре города, но и наличием вокруг него жилой недвижимости, которая сейчас активно возводится на территории «Измайловской перспективы».

Без зарубежной помощи

Примечательно, что большинство крупных проектов в области коммерческой недвижимости реализуется без участия иностранного капитала. По словам Светланы Шалаевой, доля иностранных инвестиций в петербургский рынок коммерческой недвижимости крайне мала. Всплеск был лишь в 2011 году, когда американский инвестфонд Morgan Stanley купил за $1,1 млрд у компании Meridian Capital Limited петербургский ТРК «Галерея». Госпожа Шалаева выделяет несколько факторов, которые раздражают иностранных инвесторов: непрозрачность рынка, низкое качество экспертизы и отсутствие площадок для обмена информацией. Изменить ситуацию, по ее мнению, могут сами участники рынка, структурировав его изнутри.

Генеральный директор SRV Group Микко Седерлунд поясняет, что рынок недвижимости — это «всегда местный рынок». В Петербурге, по его мнению, есть много объектов недвижимости, но они не для инвестиций. «Все строят для себя. Поэтому и покупать здесь нечего», — считает господин Седерлунд. По его словам, у европейского бизнеса, инвестиций которого всегда особенно ждут в России, сейчас достаточно проблем в своих странах и ему просто не до рынка недвижимости восточного соседа.

«Более важный вопрос, чем подготовка условий для прихода иностранного капитала, — это привлечение на рынок коммерческой недвижимости массового российского инвестора», — убеждена госпожа Шалаева.

С этим согласны абсолютно все участники рынка, считающие, что сейчас важно начать процесс возвращения денег, выведенных ранее из страны. По общему мнению, иностранные бизнесмены вряд ли придут на рынок, куда не торопится инвестировать местный капитал. Что касается уже работающих в России инвесторов, то, по словам партнера юридической фирмы «Дювернуа Лигал» Игоря Гущева, большая часть иностранных денег в стране — это фонды, работающие тут годами и пережившие не один кризис.

Увеличения прибыльности проектов в сфере коммерческой недвижимости участники рынка не ждут, но предполагают, что в ближайшие годы он останется стабильным. Хотя многое будет зависеть от действий городских властей. Если ситуация застынет на нынешнем уровне, то на фоне дефицита качественного предложения цены на землю будут только расти, а спрос все больше будет смещаться в сторону Ленинградской области.

По словам заместителя генерального директора «Бестъ. Коммерческая недвижимость» Вадима Демешенкова, приемлемая доходность одного проекта для его компании колеблется в диапазоне 20–25% от общей суммы инвестиций. В компании выделяют два основных сегмента, на которых сейчас держится рынок, — это офисная и торговая недвижимость. Но там считают, что для развития проектов в данных направлениях необходимы более интересные и сложные объекты, чем те, которые уже введены в строй. При этом в компании отмечают еще и такой сегмент рынка, как фитнес-услуги, где только предстоит наиболее острая фаза конкурентной борьбы между операторами, а, соответственно, может случиться и серьезный рост инвестиций в отрасль. А вот складская недвижимость пока не самый доходный сегмент всего сектора.

«Знаю два случая, когда компании достались два склада, и их не могут продать уже более года даже с дисконтом», — рассказывает Георгий Рыков.

По словам Олега Баркова, рынок форматной складской недвижимости заполнен почти полностью — вакантность там всего 1–2%. Хотя, по мнению экспертов, если развивать складские проекты под конкретных потребителей, то такие объекты вполне могут окупиться. Но и здесь важна уникальность проекта.

КОНСТАНТИН ПЕТРОВ

Альтернатива городским проектам

Рынок рекреационной инфраструктуры для активного отдыха все еще свободен от острой конкуренции

курорты

В Петербурге завершился горнолыжный сезон, областные курорты подсчитывают прибыль. Сегодня срок окупаемости инвестиций в подобную инфраструктуру все еще проигрывает «городским» сегментам: офисам, отелям, торговым центрам. Но в перечисленных видах недвижимости высока конкуренция, а рынок курортной инфраструктуры все еще не насыщен. Поэтому, как говорят аналитики, наблюдается рост интереса со стороны инвесторов в эти проекты.

Но с наступлением лета жизнь на курортах не замирает. Сегодня владельцы курортов активно развивают инфраструктуру, способную привлечь отдыхающих и в летнее время года. Как говорят аналитики, это дает свои результаты.

До сих пор доходность загородных проектов остается на более низком уровне по сравнению с городской недвижимостью. Тем не менее интерес инвесторов возрастает. Это связано с тем, что доходность в других сегментах рынка падает в силу их насыщенности, а загородные проекты становятся все более популярными у потребителей. «Девелоперы стараются привлечь дополнительный доход за счет создания на курорте разветвленной инфраструктуры. Собственники курорта стараются привлекать посетителей круглый год. Например, в „Игоре“ есть спа-комплекс, на Красном озере располагается целый лечебный санаторий. Завлекают также на курорты как на площадку для проведения корпоративных мероприятий: здесь часто есть лодочная станция, волейбольная площадка, теннисные корты», — рассказывает Инна Попова, директор по оценке УК «Магистр». По ее словам, стоимость сезонного абонемента на посещение горнолыжного курорта Ленобласти стоит в среднем 20–40 тыс. рублей. Проживание на курортах в гостиничных номерах стоит от 2 до 8 тыс. рублей в сутки; в коттеджах 2–5 тыс. рублей в расчете на одного человека в сутки.

«Большинство горнолыжных курортов используется не только в зимний период, в летний период эти курорты действуют как базы отдыха, предлагающие дополнительные услуги, например, катание на лошадях», — говорит Денис Радзимовский, генеральный директор «S.A.Ricci — Санкт-Петербург».

Среди наиболее успешных объектов господин Радзимовский выделяет горнолыжные курорты «Игора», «Охта-Парк» (поселок Сяръги), «Северный склон» (поселок Токсово), курорт «Снежный», «Красное озеро», «Золотая долина» (поселок Коробицыно), «Пухтолова гора» (Зеленогорск), центр активного отдыха «Туутари парк». «Наиболее востребованным и наиболее развитым по количеству дополнительных услуг и объектов инфраструктуры можно считать курортный комплекс „Игора“, который является первым полноценным круглогодичным курортом», — рассказал господин Радзимовский.

Стоит отметить, что сегодня на рынке практически нет компаний, специализирующихся только на рекреационной недвижимости. Сейчас к таким объектам наблюдается интерес со стороны строительных холдингов, ресторанных групп, частных инвесторов.

Максим Клягин, аналитик УК «Финам Менеджмент», добавляет: «Конкуренция в данной сфере пока сравнительно невелика — современных качественных спортивных комплексов с необходимой инфраструктурой все еще сравнительно немного, что повышает привлекательность сегмента. Нельзя исключать, что такая инициатива, особенно при наличии каких-либо государственных субсидий, может заинтересовать частных инвесторов».

Что касается рисков, то господин Клягин отмечает, что, как правило, сроки окупаемости спортивно-рекреационных объектов, особенно с высокой социальной составляющей, довольно велики. В том числе по этим причинам при их реализации обычно востребованы механизмы государственно-частного партнерства.

На сегодняшний день срок окупаемости горнолыжного курорта, по данным Инны Поповой, составляет не менее восьми лет.

«Сократить период возврата инвестиций вполне можно, например, за счет оптимальной эксплуатации площадей и расширения коммерческих функций, в том числе, торгово-развлекательных. Многофункциональность позволяет повысить рыночную эффективность таких проектов», — говорит господин Клягин.

ВАЛЕРИЙ ГРИБАНОВ

МИРОВОЕ ПОДКЛЮЧЕНИЕ
- Телефонная связь
- Доступ в Интернет
- Создание корпоративных сетей
- Интеллектуальные услуги
- Аренда каналов
- Цифровое телевидение
- Дата-центр
обит
www.obit.ru
(812)622-0000
Реклама

Искусство находить решения
Интеграция связи для Вашего бизнеса
(812) 329 4444
www.smart.spb.ru
smart telecom
РЕКЛАМА