



Наиболее уязвимыми в сложившейся ситуации являются крупные объекты, ориентированные на «якорных» арендаторов. Собственники небольших помещений, если они не диверсифицировали свои доходы, с большой долей вероятности согласятся на существенное снижение ставок аренды, чтобы хотя бы компенсировать возросшие эксплуатационные расходы, полагает Тимур Шарипов.

Средняя ставка аренды офисных помещений в центральных районах Перми сейчас составляет 400–600 руб. за 1 кв. м в месяц, для торговых объектов разброс более значительный — от 500 до 1500 руб. за «квадрат». Прогнозировать долгосрочное движение рынка коммерческой недвижимости Перми риелторы не берутся, ссылаясь на его инерционность по отношению к общей экономической ситуации. Шарипов напомнил, что кризисные явления 2008 года в полном объёме отразились на рынке недвижимости спустя девять месяцев после их проявления, и, следовательно, только май 2015-го может стать реперной точкой для анализа существующих трендов.

## Офисная недвижимость

Для Перми характерен переизбыток офисных площадей, который отчасти связан с недостаточным развитием бизнеса в регионе и профилем арендаторов. Международные и федеральные операторы занимают минимальную долю рынка, 90% резидентов офисных помещений — это местные предприниматели, по причине ценовой доступности отдающие предпочтение классу «С» и частично классу «В», констатирует заместитель генерального директора компании PAN City Group Игорь Голубев.

В течение прошлого года и января 2015-го объём предложения на рынке продажи офисной недвижимости вырос на 26%, в сегменте аренды — на 33%. В этом сегменте более отчётливо проявился общий тренд — разделение площадей на более мелкие части с дальнейшей их экспозицией.

В связи с негативными тенденциями в экономике изменился характер спроса в сегменте аренды: сокращая затраты, арендаторы меняли площадь и географию офиса.

Понимают это и «якорные» арендаторы, которые угрожают собственникам своим уходом в случае неснижения ставки аренды, но знают, что в других местах их доходность будет ниже.

Второй фактор — доходность бизнеса арендатора. Те арендаторы, маржа которых превышает среднерыночные показатели (чаще всего более 30%), соглашаются с потерей доходности из-за дополнительной арендной нагрузки и остаются на насиженных местах, а иногда даже переезжают в более привлекательные по расположению помещения. Это в том числе сотовые операторы,

ювелирный бизнес, магазины, торгующие компьютерной техникой и средствами сотовой связи.

Третий фактор — это поведение собственников недвижимости с точки зрения стратегического планирования и управления. Собственники, получающие доход через управляющих, мало озабочены проблемами своего бизнеса и рассчитывают на инерцию рынка. Они не готовы к снижению уровня своих доходов в валютном выражении и поэтому уже сейчас сталкиваются с потерей арендаторов и пустыми площадями.