

коммерческая недвижимость

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 «ПинТелеком», 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 доступа 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
Чаше всего арендаторы бизнес-центров пользуются проводным интернетом. Андрей Лук, 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. Преимущество 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 Лук.

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 Лук.

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 «ПинТелеком» считает, что чаще всего выбором операторов связи занимаются управляющие компании. «Некоторые из них стремятся оптимизировать собственные доходы, для этих целей на площадку вводит 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, терется провайдером в связи с тем, что новый оператор сумел

заинтересовать собственника или управляющую компанию своим предложением», — рассказывает госпожа Винарская.

По данным Андрея Лука, 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 субаренды 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 проводится конкурс, 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.

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, SIC-Fort, «Арес». Порой собственники торговых площадей охраняют их своими силами, однако профессиональные охранные предприятия называют подобную политику безопасностью неверной, поскольку она имеет больше риски.

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

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, комплектующую 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 разно-



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

образных камер и регистраторов. «В торговых помещениях устройства (пультовая охрана, тревожная кнопка), собственные системы видеонаблюдения. В крупных современных торговых комплексах начинают применять инновационные средства охраны. Например, в одном из торговых 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 вневедомствен-

ной 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. Помимо необходимых 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», — рассказывает 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, уровня 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 охранный 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 «Росохран Телеком».

По данным Александра Ионов, 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

ПРОДАЖА КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ в жилых домах!

Универсальное помещение

- Калининский район, ул. Гжатская дом 22
- Новый жилой комплекс: 7000 жителей
- Первый этаж
- 1 вход с ул. Гжатской
- Высота потолков - 3 м

Дом сдан!

Универсальное помещение

- Московский район, Пулковское шоссе
- Жилой комплекс класса «Комфорт»
- Первый этаж
- 2 входа
- Высота потолков - 3 м

Срок сдачи: I кв. 2014 г.

Универсальное помещение

- Московский район, Пулковское шоссе
- Жилой комплекс класса «комфорт»
- Первый этаж
- 1 вход
- Высота потолков - 3 м

Срок сдачи: I кв. 2014 г.

Универсальное помещение

- Василеостровский район, 15-я линия, д. 76Е
- Жилой комплекс класса «премиум»
- Первый этаж
- Отдельный вход
- Витринное окно
- Высота потолков - 4,5 м

Дом сдан!

Помещение под магазин

- Фрунзенский район, Загребский бульвар, д. 9
- Жилой комплекс в спальном районе, 15 000 жителей
- Первый этаж, 1 вход
- Высота потолков - 3,03м

тел.: 348-51-60 Дом сдан!

СПб, Богатырский пр., 2

380-0525

группа компаний **ЭТАЛОН**