

коммерческая недвижимость

Мобильная атака

Крупные операторы сотовой связи захватили бизнес-центры

интернет

Крупные сотовые операторы выдавливают мелких игроков с рынка предоставления интернет-услуг в бизнес-центрах. Основными тенденциями 2012 года стали ожесточенная борьба за абонентов, укрупнение игроков рынка и демпинг со стороны мелких компаний.

Конкуренция среди интернет-провайдеров в городе растет каждый год. Самая ожесточенная борьба ведется за операторов бизнес-центров, поскольку это один из наиболее доходных и быстрорастущих сегментов рынка. За 2011 год, по данным Colliers International, в Санкт-Петербурге было введено в эксплуатацию 18 офисных центров класса А и В общей площадью 139 тыс. кв. м. По итогам 2012 года будет введено еще 20 объектов общей площадью уже 191 тыс. кв. м.

Как правило, для каждого бизнес-центра разрабатывается индивидуальный телекоммуникационный проект, в который входит не только предоставление интернета, но и телефонная связь, сети передачи данных, IPTV, видеонаблюдение и другие интеллектуальные сервисы. В зависимости от класса, площади и количества рабочих мест, стоимость оборудования одного бизнес-центра такими телекоммуникациями может составлять от 100 тыс. рублей до нескольких миллионов. По оценкам Сергея Королева, консультанта J'son & Partners Consulting, 70–80% компаний малого, среднего и крупного бизнеса России пользуются широкополосным доступом в интернет. По итогам 2011 года объем российского рынка проводного широкополосного доступа в интернет в сегменте b2b составил около 26 млрд рублей. Согласно прогнозам, в ближайшие два-три года объем рынка будет увеличиваться в среднем на 4% в год.

Конкуренция приветствуется

Сейчас в 15–20% петербургских бизнес-центров работает единственный оператор связи. Все остальные собственники предпочитают не ограничивать провайдеров: такая монополия не слишком нравится арендаторам и приводит к повышению цен и падению качества услуг. По оценкам Jones Lang LaSalle в Санкт-Петербурге, тенденция заключения эксклюзивных договоров с телекоммуникационным оператором ушла в прошлое. «Владельцы бизнес-центров выбирают 2–4 провайдера, которые полностью отвечают запросам абонентов. Это связано с корпоративной политикой арендаторов. Многие из них к моменту прихода в тот или иной бизнес-центр уже имеют заключенные договоры с телекоммуникационными операторами», — говорит Лилия Еременко, руководитель отдела по работе с владельцами офисных помещений Jones Lang LaSalle в Санкт-Петербурге.



Конкуренция среди интернет-провайдеров в городе растет каждый год. Самая ожесточенная борьба ведется за операторов бизнес-центров, поскольку это один из наиболее доходных и быстрорастущих сегментов рынка

По словам Зоси Захаровой, генерального директора компании London Real Invest, из-за серьезной конкуренции на рынке провайдеры зачастую начинают демпинговать. «Иногда компании с небольшим количеством персонала берут на себя те обязанности, которые потом не могут выполнить. В результате возникают проблемы у арендаторов. Каждая управляющая компания решает, что ей важнее — сэкономить или не высчитывать регулярные жалобы со стороны арендаторов. Управляющие компании в бизнес-центрах классов А и В+, чаще всего выбирают уже известные на рынке крупные или средние компании», — считает эксперт. Вадим Виноградский, генеральный директор «Гарс Телеком Северо-Запад», также уверен, что телеком-рынок Санкт-Петербурга один из самых «перегретых» в стране. «На сегодняшний день на карте бизнес-объектов практически не осталось „белых“ пятен, поэтому один из главных сегодняшних трендов в нашем бизнесе — демпинг — стремительное падение стоимости предоставляемых услуг», — говорит он.

Монополизация рынка

На рынке четко прослеживается тенденция к укрупнению игроков. Лидирующие позиции занимают представители большой тройки (МТС, «Вымпелком» и «Мегафон»), которые скупили многих альтернативных операторов. К тому же на базе «Ростелекома» формируется оператор национального масштаба, который обладает крупнейшей в России сетью, доступом

к последней миле и кабельному колодцу, а также сильными позициями в госсекторе. Эти компании сейчас занимают около 70% петербургского интернет-рынка, а число альтернативных операторов связи за последние годы снизилось с 30 до 10 операторов. По оценкам ГК «Смарт Телеком», объем рынка телекоммуникационных услуг альтернативных операторов Санкт-Петербурга составляет около 10 млрд рублей в год.

ОАО «Вымпелком» обслуживает в Петербурге бизнес-центры «Квартал», «Меридиан» и другие. В компании уверены, что укрупнение игроков рынка только способствует улучшению качества услуг. «Крупная компания контролирует качество сервиса на любом отрезке сети, начиная с магистрали, заканчивая местной сетью в бизнес-центре. Единые стандарты оборудования и отлаженные бизнес-процессы позволяют предоставлять услуги максимально возможного качества», — считает Евгений Коробов, директор по корпоративному бизнесу Санкт-Петербургского филиала ОАО «Вымпелком».

Как рассказали в ОАО «Вымпелком», в 2005–2009 годах владелец бизнес-центра мог получить коммерческое предложение на услуги связи от 10–15 операторов связи, а сейчас этот список сократился в два-три раза. Однако конкуренция на рынке слабее не стала. Для малого бизнеса решающим фактором при выборе провайдера остается цена, а для крупных предприятий — оператор национального масштаба, который обладает крупнейшей в России сетью, доступом

клиентом большой приоритет отдается качеству сервиса, скорости реакции оператора, географическому охвату, конвергентным предложениям (объединение фиксированной и мобильной связи). Такие клиенты, как правило, отдадут предпочтение крупным операторам», — считает Евгений Коробов.

Компания МТС обслуживает в Санкт-Петербурге такие крупные объекты, как многофункциональный комплекс «Аэропорт Сити», БЦ «Ресо», «Кулон-Пулковский», ПНК им. Кирова (Единый центр документов), «Антарес». В Северо-Западном филиале МТС уверены, что у больших игроков на рынке есть неоспоримое преимущество — предоставление целого комплекса услуг. Крупные собственники коммерческой недвижимости хотят иметь возможность получать все услуги (фиксированную телефонию и ШПД, виртуальные частные сети, мобильную телефонию, ГМС) от одного оператора. Небольшие компании не смогут предоставить все необходимые сервисы.

Однако конкуренты уверены, что им есть что противопоставить большой тройке. В ЗАО «Вест Колл ЛТД» считают, что укрупнение игроков рынка ведет к снижению качества предоставляемых услуг — теряется персонализированный подход и оперативность реагирования на запросы клиентов. За счет ввода новых услуг, модернизации инфраструктуры и активной работы с клиентами большинство операторов «второго эшелона», среди которых наиболее заметными остаются «Смарт Телеком», «Вест

Колл ЛТД» и «Обит», чувствуют себя по-прежнему уверенно в своих нишах. К тому же, по словам Вадима Виноградского, крупные мобильные операторы, ориентированные на обслуживание частных клиентов, зачастую пытаются сэкономить на покупке специального оборудования для обслуживания b2b-клиентов, а это приводит к снижению качества услуги.

«Карманные компании» уходят в прошлое

Собственники бизнес-центров также не хотят упускать возможность зарабатывать на своих арендаторах. Сейчас аффилированные телекоммуникационные компании используют такие управляющие компании, как «Сенатор» и «Теорема». Однако из-за большой конкуренции число таких провайдеров сократилось. По словам Вадима Виноградского, «карманные операторы» сейчас остались в бизнес-центрах класса В- и ниже. В свою очередь, крупные операторы коммерческой недвижимости не потеряли интереса к созданию собственных операторов связи, но предпочитают доверять этот процесс профессионалам. «В отличие от распространенной ранее практики организации такого приработка силами собственных IT-специалистов, без получения лицензий на профильную деятельность, теперь собственники предпочитают передавать карманных операторов связи в управление крупным провайдерам. В портфеле «Гарс Телеком» в Москве три таких проекта», — поделился Вадим Виноградский.

Банки в поисках помещений

финансы

(Окончание. Начало на стр. 22)

Для клиентов кредитной организации предусматривается кассовый зал, включающий помещение для ожидания и примыкающие к операционным кассам комнаты (кабины) для обслуживания клиентов, а также хранилище ценностей клиентов, которое оборудуется в случае предоставления кредитной организацией клиентам в аренду индивидуальных сейфов для хранения своих ценностей. В хранилище ценностей клиентов располагаются индивидуальные сейфы (сейфовые ячейки), помещение для индивидуальной работы клиента, а также, по усмотрению руководителя кредитной организации, другие помещения.

К оборудованию помещения хранилища ценностей клиентов предъявляются требования, аналогичные для хранилища ценностей кредитной организации. Дверь в кассовый узел и отражающие его конструкции должны иметь класс устойчивости к взлому по ГОСТу «Средства защитные банковские». Требования по устойчивости к взлому и методы испытаний. Рамы наружных окон кассового узла оборудуются ударостойким стеклом надлежащего класса прочности, оконные проемы с внутренней стороны должны защищаться жалюзи соответствующего класса прочности или внутренними металлическими решетками. Рамы с ударостойким стеклом, жалюзи и решетки, а также их крепления в стены должны обеспечивать равнопрочную защиту оконных проемов и отвечать требованиям действующих строительных норм и правил.

Устройство оконных проемов в кладовых ценностей, смотровых коридорах и сейфовых комнатах не допускается. Помещения для совершения операций с ценностями оборудуются охранной, охранно-пожарной и тревожной сигнализацией.

Хранилище ценностей — это специально оборудованная кладовая с предкладовой и смотровыми коридорами и (или) сейфовая комната с установленными в ней устойчивыми к взлому сейфами.

Кредитные организации приводят в соответствие с настоящими требованиями действующие помещения, в которых совершаются операции с ценностями, при их реконструкции или капитальном ремонте.

Все банковские защитные конструкции, к которым предъявляются требования по классам, подтверждаются сертификатом соответствия, выданным органом сертификации ГОСТа стандарта России поставщику-изготовителю.

В связи с тем, что требования, предъявляемые к банковским помещениям, очень высоки, установка оборудования, средств защиты от проникновения, охранная и пожарная сигнализация — весьма затратная статья, то срок договора аренды помещений под банк или его дополнительные офисы не должен быть менее 5–7 лет, рассказывают специалисты. Остальные требования (наличие высокой проходимости, густонаселенные районы, расположение входа в поме-

щение с оживленных улиц, отсутствие близости банков-конкурентов) соответствуют требованиям, предъявляемым любому другому учреждению по оказанию услуг населению.

Насиженное место

Екатерина Лапина добавляет, что банки, как правило, предпочитают арендовать те помещения, в которых до них «сидели» другие банки. Это обусловлено тем, что в этом случае операторам нужно будет тратить меньше денег на ремонт объекта, поскольку все необходимые помещения (например, хранилище) уже есть.

Если речь идет о центральном офисе банка, площадь требуемого помещения обычно превышает 300–350 кв. м, для дополнительных офисов банка обычно требуется 150–250 кв. м.

Роман Евстахов, впрочем, говорит, что сегодня основной спрос банки демонстрируют на небольшие помещения площадью 60–70 кв. м под клиентские офисы. «Спрос на более крупные помещения есть только со стороны банков, относительно недавно вышедших на рынок Петербурга. Типичная модель сети клиентских офисов банков: флагманский офис — одно помещение 150–400 кв. м в центре, районные клиентские офисы — 70–150 кв. м на основных магистралях города, отделения банков — 60–70 кв. м в спальных районах и на основных станциях метро, плюс сеть банкоматов. Банки, давно существующие на рынке, уже имеют сложившуюся зону покрытия по районам города, в связи с этим спрос на большие помещения с их стороны минимален. В основном они также рассматривают возможность открытия небольших клиентских офисов, в том числе и недалеко от крупных деловых центров», — говорит Евгений Евстахов.

«Именно в связи с высокой затратностью, связанной с оборудованием офисов банка, а также в связи с необходимостью лицензирования банковской деятельности, многие банки подбирают помещения в собственность, а не в аренду. По вопросу выгоды строительства для офиса банка отдельно стоящего здания ответ не может быть однозначным. Если банк может позволить строительство собственного офиса в Петербурге, где земля в черте города стоит дорого, а согласования на строительство займут значительное количество времени, то наиболее выгодно, с моей точки зрения, покупка готового объекта коммерческой недвижимости (отдельно стоящего здания) и дальнейшее его переоборудование под свои цели», — рассуждает госпожа Каширина.

«Постройка отдельно стоящих офисов сейчас имеет некоторое развитие. Прежде всего, это связано с размещением объектов банковских хранилищ. Их размещение — очень трудоемкий, дорогостоящий проект. К тому же в перспективе банковские структуры предполагают заключение долгосрочного договора аренды с последующим правом выкупа. Такое предложение будет интересно инвесторам, в задачи которых входит полностью реализовать объект недвижимости в минимальные сроки», — рассказал Дмитрий Беляев.

РОМАН РУСАКОВ

RENAISSANCE DEVELOPMENT

Мы работаем на успех!

ОФИСЫ В АРЕНДУ

Открытие бизнес-центра в первом квартале 2013 года

● РЕНЕССАНС ПРАВДА

Бизнес-центр класса "А"
ул. Херсонская, 12-14

Рenaissance Pravda - правильный выбор для предпринимателей, заинтересованных в элитной коммерческой недвижимости. Мы предлагаем лучшие материалы в современном дизайне, оставаясь верными традициям, которые ценят наши арендаторы.

- общая площадь здания - 30 000 кв.м.
- арендопригодная площадь - 19 000 кв.м.
- возможность планирования офисного пространства под клиента
- подземный паркинг, рассчитанный на 163 места
- 850 метров до станции метро "Александра Невского"

RENAISSANCE DEVELOPMENT

Мы работаем на успех!

ОФИСЫ В АРЕНДУ

Открытие бизнес-центра во втором квартале 2013 года

● РЕНЕССАНС ПРЕМИУМ

Бизнес-центр класса "А"
ул. Решетникова, 14

Рenaissance Premium - это практичное, светлое, современное офисное пространство, полностью соответствующее международным стандартам во всех областях технических достижений. Это высокое качество проектирования и материалов, использованных при строительстве.

- общая площадь здания - 21 000 кв.м.
- арендопригодная площадь - 14 000 кв.м.
- возможность планирования офисного пространства под клиента
- подземный паркинг, рассчитанный на 73 места
- 350 метров до станции метро "Электронная"

Телефон: 313-3-313

Адрес: www.rendvlp.com

Компания Renaissance Development была основана в 2001 году с целью предоставления полного цикла услуг в области развития недвижимости, инвестиций, строительства, реконструкции, управления и эксплуатации недвижимости, включая на российском рынке собственности.