

WIADOMOŚCI ZE ŚWIATA

Elizabeth Dieng

IDAĆ ZMIANY Mobilny biznes zmienia zapotrzebowanie na powierzchnie biurowe i handlowe w Kanadzie, Południowej Korei i Rosji



WRAZ ZE ROZWOJEM MOBILNYCH TECHNOLOGII JESZCZE NIGDY NIE PRZEPROWADZANO TAK WIELU OPERACJI BIZNESOWYCH PRZEZ INTERNET

Zarządcy nieruchomości obserwują zmiany w zapotrzebowaniu klientów na powierzchnie biurowe i handlowe. Instytut IREM zwrócił się do zarządców z Kanady, Południowej Korei i Rosji z prośbą o ocenę rozmiaru tego zjawiska w ich krajach.

“Popyt na lokale biurowe niewątpliwie zmienia się. Wynika to częściowo z faktu, iż wiele transakcji biznesowych przeprowadza się w ruchu, a nie z za biurka,” mówi Douglas Robertson, CPM, wiceprezes firmy *Polaris Realty, Ltd.*, której siedziba położona jest na przedmieściach Toronto w prowincji Ontario.

“Operacje, które kiedyś przeprowadzano w biurach i które zajmowały kilka dni lub tygodni, są teraz realizowane w przeciągu jednego wieczora lub weekendu i to bez względu na to, czy jest się fizycznie w biurze, czy też nie,” mówi Robertson.

Edward Yusuk Kim, CPM, dyrektor wykonawczy firmy *Rems Asset Management Co. Ltd.* w Seulu w Korei Południowej, potwierdza te obserwacje - “Korea przechodzi obecnie z epoki Internetu kablowego do epoki Internetu bezprzewodowego,” mówi Kim.

W Seulu znajduje się mnóstwo stref Wi-Fi, a większość mieszkańców miasta używa mobilne urządzenia, takie jak telefony iPhone lub z systemem Android.

Kim zauważa, że zapotrzebowanie na lokale biurowe nie jest już takie same, jak kiedyś - nowy model 'biznesu w ruchu' odsuwa w przeszłość tradycyjne powierzchnie biurowe z indywidualnymi stanowiskami pracy i boksami biurowymi. Popularna staje się także praca na odległość przy pomocy mobilnych urządzeń z regionalnych centrów (ang. *smart centers*) lub miejsc publicznych takich jak, kawiarnie, autobusy czy tramwaje. Zarządcy nieruchomości muszą więc stosownie reagować na zmieniający się charakter zapotrzebowania klientów w następstwie rozwoju mobilnych technologii.

Aleksei Mescheriakov, CPM, dyrektor ds. zarządzania nieruchomościami w *Spectrum Holding, Ltd.* w Moskwie opowiada, "jesteśmy firmą inżynierską świadczącą również usługi w zakresie zarządzania i utrzymania nieruchomości. W odpowiedzi na rosnące zapotrzebowanie najemców nasza firma instaluje infrastrukturę Wi-F i udostępnia ją dla smartfonów w coraz to większej ilości budynków biurowych."

Bazując na swoim doświadczeniu w Kanadzie, Robertson zauważa, iż "podobnie jak w USA, konwencjonalne rozwiązania powierzchni biurowej ustępują miejsca koncepcji otwartej przestrzeni z mniejszą ilością boksów biurowych, bardziej nowoczesnym systemem grzewczym, wentylacją, klimatyzacją i oświetleniem."

To samo dzieje się w Korei. Kim twierdzi, iż całkowite zapotrzebowanie na powierzchnię biurową w pewnym sensie zmalało, lecz wzrosła średnia powierzchnia przeznaczona na jednego pracownika.

"Nasi klienci potrzebują więcej powierzchni na spotkania z klientami, urządzenia IT, natomiast na konwencjonalne miejsca pracy przeznaczają mniej miejsca. Obecnie o sukcesie budynku biurowego może decydować dodatkowa powierzchnia magazynowa w piwnicy, dogodny parking i miejsce wysyłki lub też gotowa sala wystawowa znajdująca się w tym samym lokalu."

Rosnąca popularność technologii online odbija się nie tylko na popycie na powierzchnię biurową, lecz być może nawet w większym stopniu wpływa na sektor nieruchomości handlowych. Firmy handlowe, które

istnieją w całości lub całkowicie w Internecie powstają nagminnie od chwili uruchomienia Internetu, lecz działają z różnym skutkiem.

"W Moskwie można wszędzie kupować i płacić przez Internet oraz smartfony. Jednakże dużą przeszkodą dla e-biznesu są u nas wolne i często zawodne usługi pocztowe. Internetowi handlowcy uruchamiają więc swoje własne usługi kurierskie, w tym radiowe terminale płatnicze. Jak dotąd nie zauważyłem więc, aby zapotrzebowanie na lokale handlowe kurczyło się kosztem handlu w Internecie," mówi Meshcheriakov.

W Korei konsekwencje biznesu online są bardziej zauważalne. "W moim regionie mobilny Internet wywiera ogromny wpływ na wiele obszarów branży nieruchomości," mówi Kim. Sukces dużych sklepów internetowych, porównywarek cen oraz portali i blogów społecznościowych to charakterystyczne znaki ostatniej dekady."

Handlowcy zdają sobie jednocześnie sprawę, wyjaśnia Kim, iż wzrost sprzedaży online ma swoje ograniczenia, a tradycyjne sklepy są niezbędne dla sukcesu branży handlowej. Z tego powodu firmy handlowe w Korei nadal chcą utrzymywać tradycyjne sklepy. Co więcej mobilna technologia oraz bezpłatne strefy Wi-Fi stworzyły przestrzeń handlową będącą skrzyżowaniem handlu online i offline. Klienci korzystając ze swoich smartfonów mogą porównywać ceny na stronach internetowych, aby poznać wartość towarów przed ich zakupem. Pragną jednak doświadczać czegoś więcej od zakupów w wirtualnym sklepie.

"Klienci nie chcą pozbawiać się tego przyjemnego doświadczenia, jakim jest robienie zakupów w wygodnych warunkach i zrelaksowanej atmosferze," mówi Kim.

W okresie szybko zachodzących zmian zarządcy nieruchomości dostosowują konwencjonalne koncepcje powierzchni biurowych i handlowych do potrzeb świetnie zorientowanych w technologicznych nowościach klientów. Gdy biznes będzie coraz bardziej zanurzał się w wirtualnej przestrzeni, zmieniać się będzie życie konsumentów i ich środowiska.

Elizabeth Dieng (edieng@irem.org) jest specjalistą ds. usług międzynarodowych w IREM Headquarters, Chicago.



Douglas Robertson, CPM, wiceprezes Polaris Realty, Ltd., Toronto, Ontario.



Edward Yusuk Kim, CPM, CEO, Rems Asset Management Co. Ltd., Seul, Południowa Korea



Aleksei Mescheriakov, CPM, dyrektor ds. zarządzania nieruchomościami Spectrum Holding, Ltd., Moskwa Rosja.