

Zima dobrze skalkulowana



Rys. Magdalena Wosik

Kapryśna pogoda oraz świąteczna gorączka handlowa sprawiają, że jesień i zima to najbardziej pracowity czas dla firm z sektora facility management. Więcej zajęć mają wtedy ekipy sprzątające i naprawcze, ale także ochrona.

Dla właścicieli nieruchomości nie musi to jednak oznaczać skokowego wzrostu kosztów eksploatacji ich obiektów. Większość wydatków związanych z zimowym utrzymaniem budynków można bowiem z wyprzedzeniem oszacować, a co za tym idzie – uwzględnić w rozliczeniach z firmami świadczącymi usługi facility management.

Miotły i łopaty w ruch

Najwięcej dodatkowej pracy przysparza, oczywiście, aura – zwłaszcza mrozy i opady śniegu. Oprócz częstszego mycia podłóg wewnątrz budynku zarządca nieruchomości musi zatroszczyć się też o odsnieżanie dróg dojazdowych i parkingów oraz walkę z gołoledzią. Administratorzy dużych centrów handlowych mają jeszcze jeden kłopot.

– Trzeba pamiętać o uprzątnięciu śniegu z dachów. Jesteśmy na to szczególnie wyczuleni po wypadku w Katowicach – podkreśla Janusz Gutowski, prezes JG Management – spółki, która zarządza m.in. kilkoma centrami handlowymi w Gdańsku (Okay), Wrocławiu i Legnicy (Ferio). Kolejna pozycja na liście zimowych obowiązków facility managera

to zadbanie o usunięcie sopli lodowych zwisających z krawędzi dachu. Jesienią z kolei nie można zapomnieć o liściach, zaścielejących otwarte tereny wokół biurowców czy hal.

Zanim przyjdą chłody, specjaliści muszą jeszcze dokonać przeglądu instalacji grzewczej, a także sprawdzić szczelność stolarki okiennej i termoizolacji. W niektórych obiektach trzeba też zatroszczyć się o stan kotłowni.

– W budynkach wyższej klasy należy też skontrolować wilgotność powietrza w pomieszczeniach i zbadać wydajność nawilzaczy – dodaje Tomasz Koczy, prezes Open Property Management – spółki grupy Impel zajmującej się kompleksowym zarządzaniem nieruchomościami. Pod jej opieką są m.in. polskie fabryki koncernu ABB i oddziały Bankowego Funduszu Leasingowego w całym kraju.

Handlowe żniwa

Szybciej zapadający zimowy zmrok oznacza z kolei konieczność zwiększenia liczby pracowników ochrony pilnujących obiektu. Zwłaszcza jeśli naszej pieczy powierzono supermarket lub galerię handlową. Tam już w listopadzie zaczyna się przedświąteczna gorączka zakupów. Nawet

średniej wielkości centrum handlowe przyciąga wtedy 50–70 tys. klientów dziennie. To powoduje, że więcej pracy mają też ekipy sprząające i naprawcze.

– Dla przykładu, drzwi wejściowe każdego dnia otwierają się w tym okresie o dziesięć tysięcy razy więcej niż normalnie – tłumaczy Janusz Gutowski. Częściej trzeba sprzątać korytarze i sanitariaty, nie zapominając o uzupełnianiu pojemników z mydłem oraz ręcznikami.

Opady śniegu i duży ruch sprawiają również, że więcej trzeba wydać na utrzymanie w czystości krytych parkingów. Na przełomie marca i kwietnia warto natomiast pomyśleć o myciu okien i elewacji – zwłaszcza jeśli jest przeszklona.

Cena usługi gwarantowana

Wszystkie te zadania można jednak zaplanować i ująć w kompleksowej umowie między firmą outsourcingową a usługobiorcą – właścicielem nieruchomości lub działającym w jego imieniu property managerem. To wygodne rozwiązanie, bo pracownicy firmy, do której należy obiekt, mogą się skoncentrować na marketingu i bezpośredniej obsłudze najemców. Umowa taka zazwyczaj obejmuje pełny zakres usług z obszaru facility management. Najczęściej – jak mówi Tomasz Koczy – jest ona zawierana na czas nieokreślony z długim okresem wypowiedzenia, wynoszącym przeważnie od trzech do sześciu miesięcy.

– Innym, rzadziej stosowanym, rozwiązaniem są umowy wieloletnie, na przykład trzyletnie – dodaje prezes Open Property Management. Jego firma nie podpisuje umów na jeden rok, ale taką możliwość daje np. Hochtief Facility Management Polska. Najwięksi klienci tej spółki to BRE Bank, Tedrive, Metro Group, Tesco i Raiffeisen.

Cena za usługę w przypadku umów wieloletnich lub tych na czas nieokreślony jest kalkulowana dla całego roku, ale rozliczenia są prowadzone co miesiąc na zasadzie ryczałtu. Pozwala to właścicielowi nieruchomości równo rozłożyć koszty w ciągu całego roku budżetowego, ułatwia także planowanie wydatków w kolejnych latach.

– Dodatkowo klient ma gwarancję niezmienności kosztów – dodaje Tomasz Koczy. Obie strony w tej sytuacji dzielą się ryzykiem związanym z nieprzewidywalną przecież pogodą.

– Jeśli zima jest łagodna, tak jak było w ubiegłym roku, zyskuje dostawca. Jeśli zima jest ostra, więcej korzyści odnosi klient – wyjaśnia Tomasz Kwiatkowski, pełnomocnik zarządu ds. jakości w Hochtief FM Polska.

Drożej za interwencje

Przedstawiciele firm z branży facility management podkreślają też, że można zawrzeć umowy obejmujące jeden sezon (np. jesień i zimę), ale tylko na świadczenie wybranych usług. Najczęściej właśnie tych związanych z kaprysami pogody. Klient płaci wtedy niewielki miesięczny ryczałt za gotowość ekipy i sprzętu oraz dodatkowo za każdą interwencję.

– Ta opłata jest naliczana w oparciu o ustaloną wcześniej stawkę za metr kwadratowy – dodaje Tomasz Kwiatkowski z Hochtief FM Polska.

Tymczasem Tomasz Koczy z Open Property Management zaznacza, że sprząkanie czy ochrona kosztują wtedy więcej niż w przypadku umów wieloletnich.

Na podobnej zasadzie – stawka za metr kwadratowy – rozliczane są także wszelkie usługi wykonywane bez zawartej uprzednio umowy. Na przykład wtedy, gdy na gwałt trzeba

wezwać ekipę do odśnieżenia dachu czy parkingu. Janusz Gutowski, który w imieniu właścicieli zarządza kilkoma centrami handlowymi, przekonuje jednak, że takie nieprzewidziane sytuacje zdarzają się rzadko.

– Zimy w ostatnich latach są coraz łagodniejsze – zaznacza. Jak mówi, wydatki związane z aurą i przedsięwziętym boorem w handlu stanowią kilkanaście procent całości kosztów utrzymania nieruchomości. A te – nie licząc nakładów na zakup prądu, gazu i energii cieplnej – wynoszą w przypadku centrów handlowych ok. 100 tys. zł za każde 10 tys. m².

Do sytuacji, gdy koszty eksploatacji nieruchomości znacznie przekraczają ustalony wcześniej budżet, raczej nie dochodzi. Potwierdza to Hubert Piłat, dyrektor spółki Est On Property Management. Ta firma, należąca do kieleckiego dewelopera Echo Investment, zarządza kilkudziesięcioma biurami i centrami handlowymi.

Wyjątkiem są, oczywiście, pogodowe kataklizmy – np. huraganowe wiatry – do których dochodzi w ostatnich latach coraz częściej.

– Wtedy jednak i tak najważniejsze jest, by mieć dobre ubezpieczenie – podkreśla Janusz Gutowski.

Dawid Kocik



*Janusz Gutowski,
prezes zarządu, JG Management*

Właściciele czy property managerowie większych obiektów najczęściej korzystają z usług dużych sieciowych firm z sektora facility management. Zazwyczaj zlecają im kompleksową obsługę nieruchomości. To wygodne i bezpieczne rozwiązanie, bo taka firma ma przeważnie więcej sprzętu i ludzi w sytuacjach awaryjnych, np. gdy śnieg zasypie parking. Ważna jest także wysokość polisy ubezpieczeniowej i cena. Tu w grę wchodzi korzyści skali. Większa firma może zazwyczaj zaoferować bardziej konkurencyjne stawki. Choć, oczywiście, zdarzają się wyjątki, zwłaszcza w mniejszych miastach.



*Hubert Piłat,
dyrektor spółki,
Est On Property Management*

Preferujemy długoterminowe kontrakty, ale osobno na poszczególne usługi: sprząkanie, ochronę, utrzymanie techniczne budynku. W mniejszych obiektach ten ostatni obszar podzielony jest na poszczególne instalacje, w większych – centrach handlowo-rozrywkowych i biurach – usługi techniczne powierzamy jednej firmie. Stawki z reguły określane są ryczałtowo. Wybierając usługodawcę, kierujemy się doświadczeniem, pozycją na rynku i ceną. Pracują dla nas Impel, Solid, M+W Zander, Sodexho, Dalkia FM.