

ЭКСПЕРТЫ:

Михаил КАЛИНИН,
начальник отдела
предпринимательства и
потребительского рынка
Администрации г. Чебоксары

Георгий АЧКАСОВ,
директор Волго-Вятского филиала
X5 Retail Group (Нижний Новгород)-
Управляющей компании сети
магазинов «Перекресток»
и «Карусель»

Сергей ФЕДОРОВ,
зам. директора ООО «Аркада» -
управляющей компании
ТЦ «Москва»

Николай СОЛОВЬЕВ,
генеральный директор
ООО «Витадевелопмент»

Лариса СОКОЛОВА,
заместитель генерального
директора по вопросам аренды
ЗАО «Эверест» - управляющей
компания «МТВ-Центра»
и «Мега Молла»

Дмитрий Николаев

БЫТЬ СОВРЕМЕННЫМ ТОРГОВЫМ ЦЕНТРОМ

КАЖДЫЙ РАЗ, ВСЛЕД ЗА ОТКРЫТИЕМ НОВОГО ТОРГОВОГО ЦЕНТРА, ТАК И ХОЧЕТСЯ ЗАДАТЬСЯ ВОПРОСОМ – А СКОЛЬКО ИХ ЕЩЕ МОЖЕТ ВМЕСТИТЬ НАШ ДАЛЕКО НЕ РЕЗИНОВЫЙ ГОРОД? ВСЛЕД ЗА НЕДАВНО ОТКРЫВШИМИСЯ «КАРУСЕЛЬЮ» И «МТВ-ЦЕНТРОМ» В ОЧЕРЕДИ СТОЯТ «КАСКАД» И «МАДАГАСКАР». КОГДА ЖЕ БУДЕТ ДОСТИГНУТА «КРИТИЧЕСКАЯ МАССА» В ОТНОШЕНИИ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ?



Сколько в Чебоксарах торговых центров? При всей простоте поставленного вопроса ответить на него не так просто. Согласно данным Отдела предпринимательства Администрации города, на первое полугодие 2009 года насчитывалось 20 торговых центров (общей торговой площадью - около 114 000 кв. м). А исследования аналитиков рынка недвижимости дают совершенно другие показатели – и в количестве торговых центров и, естественно, их общей площади. Так, компания «Витадевелопмент» в Чебоксарах насчитывает только 14 торговых центров (общей торговой площадью почти 156 000 «квадратов»). Разница налицо. В чем же дело?

ОПРЕДЕЛИМСЯ В ПОНЯТИЯХ

Все просто - прежде чем считать торговые центры, надо определиться, что считать торговым центром.

Официальные расчеты берут за основу формулировку из действующего законодательства – ГОСТа¹, позволяющую отнести к категории ТЦ очень широкий круг торговых предприятий. В «сборную команду» попадают и крупные рыночные «игроки» и небольшие супермаркеты, сдающие площади десятку (а то и меньше) арендаторов. Список выглядит очень разнородным - ведь и «Мега Молл» - торговый центр, и «Камажа» тоже. К тому же некоторая размытость критериев оценки позволяет, в случае необходимости, добавить сюда еще несколько десятков позиций.

Немаловажную роль играет и то, что рассматриваемый ГОСТ был принят в 1999 году, десять лет назад, когда представления о торговых центрах были совершенно другими, известные сегодня «Рамстор-сити», «Мега» и «Ашан» существовали разве что в виде проекта, а боль-

ПО ОПРЕДЕЛЕНИЮ URBAN LAND INSTITUTE, ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР - ЭТО СОВОКУПНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ, УСЛУГ, ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ И РАЗВЛЕЧЕНИЙ, ПОДОБРАННЫХ В СООТВЕТСТВИИ С КОНЦЕПЦИЕЙ И ОСУЩЕСТВЛЯЮЩИХ СВОЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В СПЕЦИАЛЬНО СПЛАНИРОВАННОМ ЗДАНИИ (ИЛИ КОМПЛЕКСЕ ТАКОВЫХ), НАХОДЯЩЕМСЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ УПРАВЛЕНИИ И ПОДДЕРЖИВАЕМОМ В ВИДЕ ОДНОЙ ФУНКЦИОНАЛЬНОЙ ЕДИНИЦЫ.

1. ГОСТ Р 51 303-99 понимает торговые центры как «Совокупность торговых предприятий и/или предприятий по оказанию услуг, реализующих универсальный ассортимент товаров и услуг, расположенных на определенной территории, спланированных, построенных и управляемых как единое целое и предоставляющих в границах своей территории стоянку для автомашин».



шинство существующих ТЦ представляли собой бывшие универмаги и универсамы, сдающие свои торговые площади арендаторам.

Лексикон специалистов по коммерческой недвижимости предлагает другую, более современную формулировку, отражающую современное представление о торговом центре². «Перед нами уже не стихийно собранные в одном месте торговые точки в перестроенном универмаге, а специально спроектированное многопрофильное предприятие, имеющее четкую концепцию, которая воплощается в общей инфраструктуре объекта и в подборе арендаторов, - говорит Лариса Соколова. - Это многоэтажное здание «из стекла и бетона», где реализованы современные

технологии строительства, есть вместительная парковка, эскалаторы, зоны отдыха, созданы все условия для комфортного посещения». Так что секрет успеха прост и ясен и умещается в несколько слов - **надо быть современным торговым центром**.

«Ядро» торговли создается несколькими крупными арендаторами (в т. ч. продуктовым супермаркетом), часто это известные федеральные бренды, например «Седьмой континент» или «М. Видео» - такие «якоря» действуют подобно магниту, привлекая большое число посетителей. Сопутствующими арендаторами выступают многочисленные отделы одежды, обуви, бытовой химии, электроники и пр., тут может быть химчистка, прачеч-

ная, аптека или парикмахерская. Часто в состав торговых центров интегрируется развлекательная часть - кафе, рестораны, кинотеатры, боулинг - сюда приходят не только за покупками, но и чтобы отдохнуть всей семьей.

А теперь, зная все это, попробуйте ответить на вопрос, сколько у нас в городе торговых центров, соответствующих этим требованиям. Наберется ли хотя бы десяток, или счет прекратится после «Мега Мола» и «МТВ - Центра»³?

ПРОВИНЦИАЛЬНЫЙ ВАРИАНТ

Справедливости ради хотелось бы заметить, что современные⁴ торговые центры - явление для нашей

2. Существует несколько зарубежных систем классификации современных торговых центров, которые применяются специалистами по недвижимости в России. Так, классификация Urban Land Institute (ULI, США) берет за основу размер и зону охвата торгового центра, а также характеристику его основных арендаторов. В итоге получается несколько базовых категорий - от микрорайонного (2-3 тыс. кв. м) до суперрегионального (50-100 тыс. кв. м) торгового центра.

3. Чтобы не вызывать лишних споров, приведу цитату из прошлогоднего пресс-релиза крупной девелоперской компании «ADG group» (Москва): «В городе имеется лишь один объект, соответствующий современным требованиям, предъявляемым к торговым объектам - «Мега Молл».

4. Для массового сознания «современный» = «очень хороший», но это не всегда так. В данном случае слово «современный» - признак принадлежности к определенному классу, а не показатель высокого качества.



Георгий АЧКАСОВ:

«Чебоксары – быстро развивающийся город. В настоящий момент крупных торговых центров не много, но все, что открыты, стараются использовать новые технологии. Единственное, чего пока недостает в составе торговых центров Чебоксар – развлекательной составляющей – кинотеатров и боулинга»



страны сравнительно новое. В то время как в Западной Европе и США они известны уже 30-40 лет, у нас они стали появляться только в последнее десятилетие, произведя небольшую революцию если не в торговле, то в представлении о том, как должна вестись торговля, и обогатили наш лексикон выражениями типа «дискаунтер», «торговый молл» или «cash&carry».

Но при всей привлекательности приводимой концепции *современный торговый центр* – это формат крупных городов-миллионников, где большой поток посетителей, помноженный на высокую покупательную способность, приносит в итоге неплохой доход владельцам торговой недвижимости. В городах, где численность населения не такая большая, торговые центры будут развиваться более низкими темпами и (внимание!) в более упрощенных вариантах. Иначе говоря, переносить западную концепцию на российскую действительность следует очень осторожно, не буквально, а пытаясь адаптировать.

В нашем случае адаптация будет выражаться в упрощенной планировке и инфраструктуре. Минимальная площадь, на которой можно пытаться реализовать концепцию торгового центра, вряд ли должна быть меньше 2000-3000 кв. м. Одина «якоря» (причем, не самые известные бренды!), а в основном торговая площадь сдается «мелкими

КРУПНЕЙШИЕ ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ

(площадь кв. м)

50 000 «МЕГА МОЛЛ»

20 000* «МТВ ЦЕНТР»

8 500 «ЦУМ»

7 900 «ДОМ МОД»

5 600 «ШУПАШКАР»

Приводится по данным отдела торговли и предпринимательства Администрации г. Чебоксары

** Первые две очереди. После окончательного открытия, запланированного на конец года, торговая площадь будет составлять 57 000 кв. м*

порциями» (20-30 кв. м) частным предпринимателям. Желательно: парковка, остановка общественного транспорта неподалеку, кафе. Тут может не быть грузовых лифтов, зоны отдыха или системы кондиционирования – примерно так вы-

сказал нам Сергей Федоров. - У нас есть и продовольственный супер-маркет, магазин бытовой химии, химчистка, ремонт обуви – все, что может понадобиться «здесь и сейчас». Конечно, если говорить только о покупателях, то такой

вольно прост и не является большим секретом. «Для успешного функционирования торгового центра главное – это месторасположение с большой проходимостью – густонаселенные кварталы, развязки, оживленные магистрали в



Сергей ФЕДОРОВ:

«Можно сказать, что на текущем этапе норматив по торговой площади в Чебоксарах достигнут, дальнейшее необдуманное увеличение создаст «белые пятна».



В условиях, когда у арендатора есть возможность выбора между разными торговыми центрами, выигрывает тот, кто предложит лучшие условия – приемлемую арендную плату и большой поток посетителей

глядит сегодня «адаптированный вариант» современного торгового центра. Начинаем считать заново: «Центральный универмаг», «Дом Мод», «Москва» - если не загонять себя в очень строгие рамки, то по городу штук десять торговых центров мы наберем.

ЖИЗНЬ – БОРЬБА

Если вам скажут, что между торговыми центрами нет конкуренции (а это очень часто утверждают и сами директора), – не торопитесь верить этому. Когда на небольшом рынке выступает десяток игроков, они просто не могут не затрагивать интересов друг друга, даже если «целевая аудитория» у них не пересекается. «Покупатели нашего торгового центра – это жители Юго-Западного района, которые приходят к нам за ежедневными покупками, – рас-

же торговый центр на другом конце города не конкурирует с нами. Но если говорить и об арендаторах – то, конечно же, мы конкуренты». Арендаторы (а в сегодня это в подавляющем большинстве частные предприниматели, занимающие небольшие площади) просто не могут «разорваться» между разными торговыми центрами и вынуждены выбирать, где разместиться – или в «Шупашкаре», или в «Центральном универмаге». В конечном итоге там, где лучше будет торговля, даже если арендная плата окажется чуть выше⁵. - «На первое полугодие 2009 года средняя стоимость аренды составила 940 руб./кв. м, – поделился информацией Николай Соловьев. - При этом арендная ставка варьируется от 150 до 1 600 руб./кв. м».

«Рецепт успеха» в торговле до-

городе и недалеко от города, – рассказывает Георгий Ачкасов, директор Волго-Вятского филиала X5 Retail Group (Нижний Новгород). - Также важна и удобная парковка, широкий ассортимент востребованных товаров, сервис и качество обслуживания». Товар должен быть продан, поэтому понятие «поток посетителей» становится все более важной характеристикой торгового центра, а «большая проходимость» - почти синоним «большому числу покупок». Вполне предсказуемо стремление существующих игроков «не отставать от жизни» и адаптироваться в условиях, когда требования становятся выше – терять покупателей (а с ними и арендаторов) не хочет никто. «Одних только «приемлемых» цен сегодня уже недостаточно. Покупателю сегодня нужен широкий ассортимент товаров и комфорт

5. Несмотря на то что арендная плата выражается во вполне конкретных цифрах (если будет корректно говорить о средней стоимости – она составляет около тысячи рублей), сравнению она поддается с большим трудом. Так, торговая точка в бойком месте все равно будет гораздо прибыльнее такого же отдела где-нибудь на последнем этаже в самом углу

при посещении, - продолжает Сергей Федоров. - Поэтому недавно мы провели реконструкцию - это позволило увеличить торговую площадь, привлечь новых арендаторов. Еще важный момент - многие ТЦ в Чебоксарах не обладают достаточным местом для парковки автомобилей. Столкнувшись с этой проблемой, мы, не желая терять покупателей, построили еще одну стоянку». Довольно показательный пример - и того, как конкуренция способствует общему благоустройству, и того, на каком уровне у нас сегодня находятся торговые площади, если мы говорим о проблеме свободных мест на парковке! Это не надо обсуждать, как не надо обсуждать необходимость наличия лифтов, эскалаторов или электро-раздвижных дверей - они просто должны быть.

Без дополнительной аргументации понятно, что перспективнее не «дорабатывать» готовые объекты, а изначально строить их с учетом современных требований и запросов, предусмотрев всю инфраструктуру (зоны отдыха, кафе, панорамные лифты, эскалаторы) на стадии проекта. «Применительно к «якорям» это зачастую единственный вариант, - делится соображениями Лариса Соколова, - крупные федеральные сети выдвигают довольно серьезные требования к торговым площадям, на которых они будут размещаться». А не будет подходящих площадей - не видать Чебоксарам «Техносилы», «Медиа-маркета», не видать «Castorama» и «Ашана» тоже не видать. А так как все, что можно было, в большинстве своем уже «перестроено», единственное, что остается... правильно строить новые торговые центры.

Так что на вопрос, заданный в самом начале материала, мы ответ получили: торговые центры в Чебоксарах строиться будут. Современные торговые центры.



ЧТО ВПЕРЕДИ?

Похоже, момент, когда в городе могут реализоваться проекты по строительству современных торговых центров, настал, крупные девелоперы и инвесторы обратили

ЕСЛИ ВСЕ ПЛАНЫ БУДУТ РЕАЛИЗОВАНЫ, ТО В БЛИЖАЙШИЕ ГОДЫ ОБЩАЯ ПЛОЩАДЬ ТОРГОВЫХ ЦЕНТРОВ В ЧЕБОКСАРАХ МОЖЕТ УВЕЛИЧИТЬСЯ БОЛЕЕ ЧЕМ В ТРИ И ДАЖЕ ЧЕТЫРЕ РАЗА!!!

внимание на Чебоксары. Так можно было сказать еще год назад, когда несколько компаний озвучили свои планы по строительству в городе семи (!!!) торговых центров, понятно, что современных.

Действительно, «микрорайон-

ные» потребности жителей города в большинстве своем удовлетворены и дальнейшее развитие сектора торговой недвижимости в городе будет идти в направлении строительства крупных (тут уж излишне упоминать, что современных) торговых центров⁶. Вот отрывок из проекта торгово-развлекательного центра, где кроме прочего запланированы «гипермаркет (4 500 кв. м), магазин электроники (3 000 кв. м), магазин товаров для детей (1 800 кв. м), кинотеатр (2 600 кв. м), зона развлечений (800 кв. м), торговая галерея (11 700 кв. м)». Есть и более грандиозные проекты - например, крупный федеральный девелопер Aim Property приобрел участок на улице Богдана Хмельницкого для строительства суперрегионального центра OZ общей площадью более 100 000 «квадратов»!

«Максимальное сосредоточение нескольких форматов (торго-



Николай СОЛОВЬЕВ:

«Торговых площадей в целом в городе достаточно, в некоторых районах наблюдается избыток предложений, что создает риск постепенного снижения арендных ставок».

6. Зарубежная классификация довольно четко определяет размер парковки, например для микрорайонного ТЦ это 4 м/места на 100 м площади. Среди прочих характеристик там могут отсутствовать, например, системы кондиционирования воздуха, но лишь потому, что их понимают как само собой разумеющееся.

7. Не то что в черте города, а даже в центре еще есть «неосвоенные» земельные площади - косвенный аргумент в пользу того, что сегмент современных торговых центров у нас еще не заполнен. Если в городах-миллионниках торговые центры строятся ближе к окраине или за чертой города, то у нас для новых проектов выбраны, например, район кинотеатра «Победа», завода «Элара» или Дворца детского творчества.

вый, развлекательный, офисный) в одном месте приносит синергетический эффект и обеспечивает наибольшую доходность собственникам и арендаторам торгового центра, - считает Николай Соловьев. - Поэтому в составе современных торговых центров значительное место будет отводиться развлекательной составляющей». Кафе и рестораны, клубы и боулинг – их отсутствие теперь скорее моветон⁸. А смелые замыслы идут еще дальше - так, в структуре «МТВ-Центра» запланировано восемь(!!!) кинозалов, а в проекте торгового центра «Эларасити» есть аквапарк и каток. Можно ли было представить что-то подобное еще два-три года назад?

Грандиозные проекты строительства – это хорошо, но в непостроенный торговый центр за покупками не пойдешь. Возникший кризис слегка скорректировал совершенно «нечебоксарский» размах многих планов, и к настоящему моменту реализовано не так много – «Карусель», первые очереди «МТВ-Центра» и «Мегастрой». Будут ли у нас и дальше открываться торговые центры? Лучше всего на этот вопрос ответит каркас торгового комплекса «Мадагаскар» - на стройке уже более полугода не ведется работ. Хочется сказать, что с другими проектами все гораздо лучше, но и тут сказать особо нечего⁹.

А НАПОСЛЕДОК Я СКАЖУ

Не будем скептиками. Если федеральные девелоперы заинтересовались Чебоксарами (причем интерес этот доходит до покупки территории под строительство и тщательное проектирование), то вряд ли город растеряет свою привлекательность за время кризиса. Появятся свободные средства или найдутся инвесторы – через год, два, три (или больше) к отложенным проектам вернуться, и вот тогда...

Вариант оптимистический.

Ввод в строй еще нескольких современных торговых центров радикально поменяет расстановку сил на рынке, внесет коррективы в существующие арендные ставки и заставит говорить о серьезной конкуренции между крупными «игроками». А еще - обогатит представление горожан о современной торговле и об отдыхе.

Вариант реальный. Если все познается в сравнении, то в пересчете на тысячу жителей соседние Нижний Новгород и Казань в несколько раз опережают Чебоксары по торговым площадям¹⁰. Так что, с одной стороны, предпосылки для строительства новых торговых площадей у нас есть. А почему только с одной стороны? Потому что уровень жизни у наших соседей выше, чем в Чебоксарах, а торговым центрам нужны не только продавцы, но и покупатели...



Михаил КАЛИНИН, начальник отдела предпринимательства и потребительского рынка Администрации г. Чебоксары

В настоящее время формирование комплекса предприятий города, оказывающих населению города услуги по продаже товаров народного потребления, услуги общественного питания и бытовые услуги, происходит по двум направлениям. В первую очередь осуществляется строительство новых предприятий в соответствии с разработанной градостроительной политикой. И в то же время, открывается значительное количество предприятий на старых площадях в результате закрытия или перепрофилирования уже имеющихся.

Работают как «старые» («Дом Мод», «Дом торговли», универмаг «Шупашкар» и т. д.) так и «новые» («Мега Молл», «МТВ-Центр» и др.), крупные торговые центры. При оценке качества обслуживания населения в указанных предприятиях необходимо отметить достаточно высокий уровень, который находится в постоянном движении - в зависимости от финансовых возможностей организаторов торгового процесса. Если говорить о привлекательности ТЦ для продукции предприятий с известными брендами, необходимо указать на то, что при реализации названной продукции независимо от того, где она продается - в крупном ТЦ или в обычном магазине, - определяющую роль играет покупательская способность населения конкретного региона и спрос на данный товар.

Привлекательность ТЦ может быть определена уровнем притязаний организатора торгового процесса, его самолюбием и стремлением подчеркнуть характерный только для него «почерк» в организации дела.

8. Интеграция развлекательного блока в состав ТЦ во многом определяется простым желанием извлечь больший доход из большей площади.

9. По данным компании «Витадевелопмент», до конца года планируется открытие специализированного торгового центра «Гудзон».

10. Впрочем, в самом начале материала показано, что считать торговые центры можно очень и очень по-разному. И получать, соответственно, разные результаты.