

НОВЫЕ КВАРТАЛЫ ЖДУТ МАЛЫХ ФОРМ

ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ, ОСОБЕННО В НЕУДАЧНЫХ ЛОКАЦИЯХ, ПРОДОЛЖАЮТ ТЕРЯТЬ АРЕНДАТОРОВ. НА ЭТОМ ФОНЕ БОЛЬШИНСТВО ДЕВЕЛОПЕРОВ ЗАМОРАЖИВАЮТ ПРОЕКТЫ ПО СТРОИТЕЛЬСТВУ НОВЫХ ОБЪЕКТОВ КОММЕРЧЕСКОЙ НЕДВИЖИМОСТИ. КАК ПОЛАГАЮТ ЭКСПЕРТЫ, В БЛИЖАЙШЕЕ ВРЕМЯ РАЗВИВАТЬСЯ БУДУТ ТОЛЬКО НЕБОЛЬШИЕ КОМПЛЕКСЫ РАЙОННОГО МАСШТАБА — В ОСНОВНОМ ОНИ БУДУТ ПОЯВЛЯТЬСЯ В НОВЫХ РАЙОНАХ МАССОВОЙ ЗАСТРОЙКИ.

РОМАН МАСЛЕННИКОВ

По данным Colliers International в России, в настоящее время в Санкт-Петербурге функционирует 99 торговых центров суммарной площадью (GLA) 2,69 млн кв. м. На протяжении последних нескольких лет (2013–2015 годы) рынок прирастал преимущественно региональными проектами, например, такими как «Европолис», «Жемчужная Плаза», «Континент на Бухарестской» и «Континент на Звездной». Также продолжали реализовываться районные и микрорайонные форматы — например, «Монпансье», «Пять озер» или «Парнас».

По данным Colliers International, по показателю обеспеченности населения торговыми площадями среди всех городов-миллионников России Петербург занимает второе место по итогам 2015 года, уступив лишь Самаре и обогнав Екатеринбург. По прогнозам аналитиков компании, к концу 2016 года Самара сохранит свое лидерство, а Санкт-Петербург переместится на третье место, пропустив вперед Екатеринбург. Соответственно, жесткая конкуренция и битва за покупателя в 2016 году в Северной столице усилятся, и самыми живучими в ней окажутся те ТРЦ, которые могут и умеют проводить планомерную работу по увеличению своей доходности, вне зависимости от GLA.

Как отмечает Анна Никандрова, региональный директор департамента торговой недвижимости компании Colliers International в России, в связи со снижающимися объемами строительства, наблюдавшимися в течение последних нескольких лет, существенного перераспределения долей между торговыми комплексами не происходило. «Так, в 2015 году ввод второй очереди ТРК „Питер-Радуга“ увеличил общую площадь проекта до 103 тыс. кв. м, что перевело торговый комплекс в статус суперрегионального. Также открылся первый профессиональный аутлет — Outlet Village Pulkovo, который можно отнести к специализированным торговым комплексам, — говорит она. — Что касается ближай-



ТОРГОВЫЕ ЦЕНТРЫ РАЙОННОГО ФОРМАТА ПРИВЛЕКАЮТ ЛЮДЕЙ ВОЗМОЖНОСТЬЮ ПРИОБРЕТЕНИЯ ТОВАРОВ, УДОВЛЕТВОРЯЮЩИХ БАЗОВЫЕ ПОТРЕБНОСТИ

ших перспектив, то мы ожидаем появления на рынке нового суперрегионального комплекса „Охта Молл“ и второй очереди торгового центра „Порт-Находка“. Эти два проекта не вносят существенных корректировок в текущее распределение торговых центров по типам».

Говоря о дальнейшем развитии рынка, эксперты отмечают, что основное новое предложение будет приходиться на локальные торговые центры районного и микрорайонного формата, которые будут реализовываться в новых районах массовой жилой застройки. Аналитик ГК «Финам» Тимур Нигматуллин отмечает: «Учитывая растущую конкуренцию и сложную экономическую конъюнктуру, все более популярными у ритейлеров будут становиться малые торговые центры, которые удобно строить для покрытия небольших районов и они дешево стоят».

Наталья Скаландис, управляющий директор Property Management NAI Besar в Санкт-Петербурге, с коллегой согласна: «На первом месте по стабильности в ус-

ловиях кризиса стоят микрорайонные торговые центры, поскольку являются местом для ежедневных покупок местных жителей. На втором месте — районные торговые центры. На третьем — крупные торговые комплексы типа „Меги“. В ближайшие два года мы не ожидаем изменений в соотношении между этими сегментами. Возможно, такие центры станут более социально направленными».

Наталья Борец, директор отдела аренды SRV, отмечает, что для микрорайонных и районных центров емкость рынка растет с расширением границ города. Такие объекты рассчитаны на значительно меньший трафик, они чаще всего располагаются внутри одного спального района, где в зоне 10–15-минутной доступности может проживать 20–30 тыс. человек. Такое расположение обеспечивает комплексу трафик от 3–5 тыс. человек в день, при этом якорем выступает супермаркет площадью около 1 тыс. кв. м. «На сегодняшнем рынке эти показатели более достижимы, чем необходимые для более крупных торгового-раз-

влекательных центров размеры трафика, а также число и размер „якорей“. Меняющееся покупательское поведение также способствует развитию именно формата „торговый центр у дома“. В сегодняшних условиях они позволяют сэкономить время на дорогу к центру, а также деньги на спонтанных покупках, обычно совершаемых в крупных торгово-развлекательных центрах», — утверждает она.

Впрочем, среди экспертов есть и те, кто полагает, что и очень большие торговые центры занимают сегодня прочные позиции.

«В кризис наиболее выгодное положение занимают торговые комплексы районного формата, а также крупные — региональные и суперрегиональные, но при условии, что концепция комплекса соответствует как рыночным требованиям, так и требованиям покупателя», — уверен Марат Манасян, генеральный директор компании M1 Solutions.

Госпожа Никандрова полагает, что Петербург обладает потенциалом для реализации еще одного-двух региональных или суперрегиональных торговых комплексов, однако, считает она, в текущих условиях старт реализации был бы преждевременным.

Роман Евстратов, партнер Rusland SP, рассуждает: «Я думаю, наиболее уязвимы крупные окружные торговые центры, которые концептуально строились в расчете на аудиторию региональных и суперрегиональных. Когда последних еще не было, объекты площадью 40–45 тыс. кв. м включали даже относительно крупные fashion-бренды, на базе которых строилась привлекательная для покупателя галерея одежды, обуви и аксессуаров. Сейчас международные и федеральные fashion-сети перетекли в более крупные объекты, за ними туда ушел и покупатель. Но это тенденция последних пяти-семи лет, и кризис лишь сделал проблемы средних объектов заметнее». → 29

ЛенТранслизинг

УНИВЕРСАЛЬНАЯ ЛИЗИНГОВАЯ КОМПАНИЯ

10 лет на рынке

Искусство правильного лизинга

ЛенТранслизинг
ЛИЗИНГОВАЯ КОМПАНИЯ

Адрес: 195112, Санкт-Петербург, площадь Карла Фаберже, д. 8, лит. В, офис 517

Наши контакты:
Телефон отдела продаж:
(812) 329-44-33, (812) 363-09-19
e-mail: info@ltsl-spb.ru
www.ltsl-spb.ru



Автомобили



Спецтехника



Оборудование



Вагоны

РЕКЛАМА. ООО «ЛенТранслизинг»